



Il ruolo della statistica per la conoscenza delle trasformazioni culturali del Paese

Fabrizio Maria Arosio
Istat
Viale Liegi 13, Roma, Italia

Alessandro Caramis
Istat
Viale Liegi 13, Roma, Italia

Abstract

La studio delle trasformazioni culturali del nostro Paese trova nella statistica ufficiale uno strumento prezioso che consente di esplorare i mutamenti profondi che si sono sedimentati nell'ultimo secolo. La storia delle statistiche culturali in Italia copre infatti un arco temporale di circa novant'anni e, fin dalle origini, l'esigenza di cogliere la dimensione euristica, definitoria e concettuale dei fenomeni culturali era ben presente nelle istituzioni preposte alla produzione dell'informazione statistica ufficiale. Anche oggi, a decenni di distanza, con l'arrivo delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione, il problema definitorio e concettuale di cosa si debba e si possa osservare con le statistiche culturali e della loro effettiva capacità di misurazione torna ad essere di forte attualità.

Mediante un'analisi in serie storica dei principali contributi conoscitivi e interpretativi della statistica ufficiale in tema di cultura, vengono illustrate le principali traiettorie evolutive che i consumi e la partecipazione culturale hanno avuto nella storia dell'Italia negli ultimi novant'anni, ma si cerca soprattutto di capire se e in che misura l'avvento delle nuove tecnologie della comunicazione e l'uso del digitale abbiano inciso sui modelli di comportamenti culturali e se questo comporti la necessità di ridefinire le forme e i contenuti stessi delle rappresentazioni statistiche.

L'articolo, partendo da un'angolazione retrospettiva e da una rilettura in serie storica della narrazione che le statistiche ufficiali propongono delle trasformazioni culturali del nostro Paese, suggerisce un'analisi critica dei modelli di rappresentazione adottati e induce a valutare se, a seguito della mutazione digitale, non sia necessario affrontare la misurazione di tali fenomeni con strumenti d'indagine innovativi, più adeguati rispetto a quelli tradizionali nel cogliere gli elementi di attualità.

The Role of Statistics for the Knowledge of the Cultural Transformations

The study of the cultural transformations carried on in Italy in the last century has found in the official statistics a valuable tool of knowledge. In Italy, covering a period of about ninety years, the problem of grasping the heuristic, definitional and conceptual dimension of cultural phenomena was well present to the main statistical Institutions, from the beginning. Even today, with the arrival of Information and Communication Technologies, the defining and conceptual problem of what is meant by cultural statistics and their measurement capacity is once again highly relevant.

By a historical analysis of the main cultural official statistics, the main evolution of the cultural consumption and participation in the last ninety years are illustrated using a consistent time series of data, in order to investigate whether and how the advent and the use of new digital communication technologies have influenced the cultural phenomena and trends.

The article, although starting from a specifically point of view of the cultural transformations that took place in our country, raises the question of whether, the modes and contents of cultural participation and consumption have changed compared to the past, as a result of the digital mutation in place, and if a groundbreaking approach with new statistical measurements and investigation techniques are needed to improve the knowledge of these unusual social behaviors.

Published 30 December 2019

Correspondence should be addressed to Alessandro Caramis, ISTAT – Istituto Nazionale di Statistica, Viale Liegi 13, Roma, Italia. Email: alessandro.caramis@istat.it

DigitCult, Scientific Journal on Digital Cultures is an academic journal of international scope, peer-reviewed and open access, aiming to value international research and to present current debate on digital culture, technological innovation and social change. ISSN: 2531-5994. URL: <http://www.digitcult.it>

Copyright rests with the authors. This work is released under a Creative Commons Attribution (IT) Licence, version 3.0. For details please see <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/it/>



Le analisi e le osservazioni contenute nell'articolo nascono da una riflessione congiunta degli autori, sono espresse a titolo personale e non impegnano in alcun modo l'Istituzione di appartenenza.

Introduzione. Novant'anni di statistiche culturali dell'Istat, un «racconto di racconti»

I processi culturali sono tipicamente processi di lungo periodo. La loro osservazione e interpretazione si avvantaggia – forse necessita – di uno sguardo retrospettivo e di una prospettiva storica. Finché si è immersi nei processi in corso non si riesce ad acquistare la giusta distanza necessaria per una corretta messa a fuoco e l'osservazione diretta e “immediata” rischia di diventare cronaca, perdendo la capacità di rappresentazione critica.

L'abitudine all'analisi congiunturale rischia di produrre miopia: favorisce la capacità di rendicontare i comportamenti culturali, ma non di interpretarne la valenza e di elaborare paradigmi interpretativi.

Il riferimento ad un arco temporale ampio ci offre invece l'occasione di ricostruire una piattaforma di informazioni per cercare di individuare una rappresentazione e narrazione critica attraverso i numeri. Novant'anni di statistiche culturali costituiscono un punto di osservazione privilegiato e una lettura retrospettiva di così ampio respiro consente di andare oltre le increspature dei fenomeni culturali contingenti e di acquisire profondità, per cercare di rintracciare il senso, il significato, la portata e l'impatto delle trasformazioni culturali in Italia.

Da dove cominciare? Raccontare decenni di statistiche culturali è un'operazione che può essere declinata attraverso diverse cornici narrative e il patrimonio informativo statistico offre la possibilità di inquadrare alcune delle trasformazioni culturali che hanno investito il Paese: le modalità e l'intensità dei consumi e della partecipazione culturale degli italiani, le forme di esclusione di una parte della popolazione, le dinamiche evolutive e le differenze generazionali. L'evoluzione dei fenomeni culturali, in modo più evidente rispetto ad altri ambiti di interesse statistico, riguarda da una parte i cambiamenti e le manifestazioni dell'oggetto osservato, e dall'altro gli schemi e le categorie adottate per la loro rappresentazione e interpretazione, in quanto costituiscono essi stessi espressioni culturali, figlie del loro tempo.

I contenuti, la forma e il significato che danno sostanza alla cultura sono storicamente definiti. Leggere, guardare la televisione, ascoltare la radio, ascoltare la musica, giocare, fotografare, vedere un film, visitare un museo e una biblioteca sono espressioni e comportamenti che oggi assumono un significato e un valore diverso rispetto al passato, così come trent'anni fa assumevano significati e valori differenti a quelli di cinquant'anni addietro. Nel contempo e di conseguenza cambiano non solo il significato semantico del termine cultura e la percezione sociale e l'immaginario collettivo ad essa associato ma anche i modelli concettuali e le unità di misura, le nomenclature e le classificazioni, le modalità di rilevazione e quelle analisi attraverso cui la statistica si sforza di rappresentare e raccontare in numeri la cultura.

L'ipotesi è che le stesse rappresentazioni statistiche siano un meta-fenomeno che molto ci racconta del cambiamento culturale. E' per questa ragione che il titolo delle fiabe di Gianbattista Basile “*Lo cunto de li cunti*”, le quali hanno ispirato il popolare film di Garrone del 2015, ben rappresenta il tentativo qui proposto di leggere nella storia delle statistiche culturali derivate dalle fonti censuarie, dal Paniere dei prezzi al consumo utilizzato per la rilevazione dei consumi delle famiglie, dalle indagini più mirate e tematiche così come da quelle multiscopo e trasversali dell'Istat, un riflesso dei cambiamenti culturali che si volevano intercettare e rappresentare: un “racconto di racconti” appunto.

L'insostenibile leggerezza della cultura. Da principio, una specie di programma massimo

Già nel 1933, 86 anni fa, il Presidente dell'allora Istituto Centrale di Statistica presentando al Capo del Governo, Cavaliere Benito Mussolini, il volume “*Annali di Statistica*”, dedicato ad “*alcune manifestazioni culturali italiane nel periodo 1926-30*” evidenziava come il lavoro presentato costituiva la prima indagine quinquennale sulle manifestazioni culturali nel nostro

Paese eseguita sulla traccia di un “programma internazionale” proposto da una Commissione mista, costituita dai Rappresentanti dell’Istituto Internazionale di Cooperazione Intellettuale e dell’Istituto Internazionale di Statistica e raccomandato dalla Società delle Nazioni degli Stati aderenti (Istituto Centrale di Statistica del Regno d’Italia 1933, V).

Le statistiche culturali in Italia nascono, dunque, con una vocazione prettamente internazionale. Operativamente il campo di osservazione degli argomenti delle “statistiche intellettuali” è definito sulla base di un “programma internazionale” articolato in ben 14 “gruppi” di riferimento. È una matrice di assoluta attualità, che comprende: le istituzioni scolastiche e scientifiche, i musei, le biblioteche, gli archivi, i monumenti storico-artistici, la produzione libraria, il teatro e lo spettacolo, i concerti, il cinematografo, la radiofonia, i movimenti intellettuali, ma addirittura le invenzioni, le professioni liberali, le aziende e le industrie, evidenziando un’imprevedibile attenzione alla dimensione tecnologica e imprenditoriale.

Lo schema concettuale proposto non manca di indicare una gerarchia sottesa alla articolazione dei domini oggetto d’interesse, dettata dalla sensibilità culturale e dalle priorità politiche e, come esplicitato nelle premesse, l’insegnamento pubblico e privato è *“il primo e di gran lunga più importante di questi gruppi”* (Annali di Statistica 1933, VI).

Con grande consapevolezza e lungimiranza, già dai primordi, la statistica culturale è però conscia dell’ampiezza e complessità del suo compito e con altrettanto lucido e schietto senso critico, fin dagli esordi denuncia l’inadeguatezza degli sforzi compiuti e l’incompiutezza dei risultati raggiunti rispetto alle ambizioni proposte. E’ presente e chiara una sorta di umiltà e forse frustrazione del ricercatore, conscio di quella che avverte come inadeguatezza della statistica di fronte all’impresa da affrontare:

“La raccolta dei dati (...) ha presentato speciali difficoltà sia perché si trattava di raccogliere elementi su fenomeni mai rilevati in passato (...) sia perché alcune tra le manifestazioni culturali considerate male si prestano ad una rilevazione statistica” (Ibidem, VI).

E’ sorprendente come più di 90 anni fa fosse già chiaro come il compito di fornire una rappresentazione adeguata dei fenomeni culturali – per via della novità di tali fenomeni come oggetti di osservazione e della difficoltà a coglierli con una rilevazione statistica – fosse un’impresa non facile, e come tale obiettivo potesse essere raggiunto solo supportando la statistica con una vera e propria rete di collaborazione istituzionale e avvalendosi di “inchieste amministrative” (un Sistema statistico nazionale in nuce), con il coinvolgimento di una pluralità di fonti e competenza diverse: il Ministero dell’Educazione Nazionale (per le Biblioteche e i Musei), ma anche con l’Istituto Italiano del Libro (per la produzione libraria), il Ministero dell’Interno (per gli Archivi), il Ministero delle Corporazioni (per la Proprietà intellettuale), la Società Italiana degli autori ed Editori (per il Cinematografo), e l’Ente Italiano per le Audizioni Radiofoniche (per la Radiofonia).

Le statistiche culturali, pertanto, fin dall’origine sono contraddistinte da alcune specificità che ne evidenziano la complessità tra cui: i) la vastità, l’eterogeneità e la dinamicità del campo di osservazione; ii) le difficoltà di perimetrazione e codifica dell’universo di indagine; iii) l’esigenza di un frame-work di lavoro internazionale per la standardizzazione dei principali aspetti definitivi; iv) una rete inter-istituzionale deputata alla raccolta del dato, v) la pluralità e l’eterogeneità delle fonti di produzione statistica.

A partire dal quadro concettuale iniziale, e sulla base dei frame work successivamente proposti anche e soprattutto a livello internazionale, nel corso degli anni successivi l’Istituto di statistica ha tentato di presidiare il tema della cultura e di garantire una continuità nella rappresentazione statistica dei principali fenomeni culturali, attraverso la raccolta e l’elaborazione e la diffusione di dati di natura amministrativa e d’indagine, affrontando scenari inediti e imprevisi, che hanno richiesto più volte di ripensare ed adeguare gli strumenti di osservazione.

I consumi e la partecipazione culturale degli italiani. Un racconto attraverso il
Paniere dei consumi e le serie storiche delle statistiche culturali.

Pescando nel vasto repertorio della produzione statistica ufficiale, la lista dei beni e dei servizi definita e adottata nel corso degli anni dall’Istituto di statistica per misurare l’inflazione offre

indirettamente un'efficace fotografia dei cambiamenti dei costumi e delle abitudini degli italiani. L'analisi della composizione del Paniere dei prezzi al consumo dell'Istat consente di ricostruire e seguire l'evolversi dei consumi culturali nel nostro Paese in un arco temporale di che copre quasi interamente i novant'anni di storia dell'Istituto: 1928-2016.

Le domande di ricerca che hanno guidato l'analisi sono le seguenti: come si è composto e modificato nel corso del tempo il "Paniere" dei beni e servizi culturali acquistati delle famiglie? Qual è stata la dieta culturale che ha nutrito gli italiani? Quanto ha inciso nel corso del tempo la spesa per consumi delle famiglie sul totale della spesa complessiva? Quanto ha inciso l'innovazione tecnologica dell'ultimo decennio sulle forme di fruizione culturale?

A partire da queste domande, attraverso la struttura del Paniere, si è cercato di comprendere il modo in cui l'Istat ha saputo cogliere le trasformazioni dei modelli culturali che hanno interessato la società italiana.

Oltre al Paniere dei consumi, le altre fonti di dati e metadati presi in considerazione per l'analisi dei beni e servizi culturali sono l'indagine sui consumi e sulle condizioni economiche delle famiglie, oggi divenuta indagine sulle spese delle famiglie (anni 1973-2009, 1997-2013), mentre i dati sulla partecipazione culturale sono tratti dalle indagini multiscopo "Aspetti della vita quotidiana" e "Cittadini e tempo libero" (1995 - 2015) dell'Istat, nonché dalle informazioni fornite da RAI, SIAE e MiBACT.

La metodologia di indagine utilizzata è duplice: per l'analisi delle voci del Paniere si è fatto ricorso ad un approccio qualitativo di analisi del contenuto; per l'analisi delle serie storiche si sono prese in considerazione i trend statistici dei fenomeni considerati patrimonio dell'Istituto.

Ripercorrendo in una prospettiva storica la composizione del Paniere dei consumi, dal 1928 al 2016¹, è possibile individuare quattro principali "snodi" che hanno rappresentato dei crocevia fondamentali di trasformazione dei consumi di beni e servizi culturali, dai primi anni del novecento ad oggi:

(1928-1953) Dagli anni del fascismo al dopoguerra: alla base della piramide di Maslow.

Nel corso di questo arco temporale, rappresentativo di un periodo nel quale la soddisfazione dei bisogni primari rappresentava la prima necessità di una società italiana essenzialmente agricola e per ampi segmenti analfabeta, la dimensione del "consumo" culturale è sostanzialmente assente. A partire da questi anni fino al 1966, nella suddivisione dei diversi capitoli che comprendono il Paniere, non è presente alcun riferimento diretto o indiretto alla cultura. Fino ad allora, le voci riguardanti consumi culturali sono incluse in categorie quali "Mobili, utensili e articoli vari di uso domestico" o "Servizi vari". Fino al 1953, all'interno del capitolo "Varie" entrano i giornali, i libri scolastici, riflesso di una concezione pedagogica della cultura. In quegli anni il cinema e la radio non vengono ancora considerati. Eppure a partire dal 1950, i biglietti venduti al cinema raggiungono trend simili a quelli degli anni successivi (SIAE in Istat Serie Storiche)² ed anche l'ascolto della radio, che nel 1954 era un medium popolare con un pubblico di massa con gli abbonamenti che passano da 697.062 del 1936 ai 4.800-170 del 1953 (Ibidem). Una possibile spiegazione di questa clamorosa assenza è che tale Paniere riflette ancora un immaginario simbolico di "cultura alta", intesa come fenomeno intellettuale, elitario, riconducibile in ambito popolare solo al libro scolastico e all'informazione ricevuta dal giornale quotidiano.

(1954-1976) Gli anni del "boom": la scoperta del tempo libero e del consumo culturale di massa.

Nel 1954 cominciano le prime trasmissioni regolari della televisione. Con l'ingresso di tale nuova tecnologia nelle case degli italiani, e un trend in crescita che dal 1954 al 1976 va da 88.000 a più di 15 milioni abbonati (RAI in Serie Storiche), le voci "Canone della Radio televisione" e "Acquisto radio" e "Acquisto televisione" entrano a pieno titolo a far parte del Paniere. Il picco di abbonati sarà raggiunto nel 1995, con l'80,7% di abbonati per famiglia residente. A partire da quell'anno, con l'ingresso delle Pay Tv e della Tv-on demand il trend andrà in decrescita fino a raggiungere il 64,8% nel 2014 (Ibidem). In questo periodo tra gli

¹ Per approfondire l'evoluzione delle singole voci del paniere:

<https://www.istat.it/it/archivio/paniere+dei+prezzi>

² Per approfondimenti: <http://seriestoriche.istat.it/>

articoli fotografici entra anche il "Rullino", che sarà sostituito con la voce "Pellicola fotografica a colori" nel 2006 e "Stampa digitale a colori" nel 2007.

Per quanto riguarda la fruizione culturale non domestica le nuove voci sono: "Spettacolo lirico", "Cinematografo". Anche il calcio entra a far parte della fruizione di spettacoli fuori casa e nel 1954 entra la voce "Partita di calcio". Rimarrà fino al 1999 quando sarà sostituita da "abbonamento alle partite di calcio". Nel 1967-1976 l'ambiente domestico si arricchisce con l'ingresso di giochi come il meccano, le costruzioni, il pallone nonché dell'introduzione dei dischi. La lettura entra a pieno titolo tra i consumi culturali con l'ingresso dei libri di narrativa, il dizionario, le riviste e l'Atlante. Un particolare: nel 1967-1976, in piena crescita ed espansione del mercato editoriale, entra la voce "Promessi sposi", che vi rimarrà fino al 1995.

Ma la nota più rilevante è che nel 1967 viene inserito per la prima volta nel Paniere un capitolo specificamente dedicato ai consumi culturali la cui definizione è: "Beni e servizi a carattere ricreativo e culturale". Questa voce, con una parentesi temporale che dal 1971 al 1995 coesiste con il termine "Istruzione", rimarrà immutata fino ad oggi. Tale denominazione rispecchia una rappresentazione simbolica della cultura, andata via via sedimentandosi a livello di immaginario collettivo, associata da una parte all'educazione e dall'altra al consumo dei prodotti dell'industria culturale di massa fruiti nel tempo libero.

Il paniere fotografa quindi in modo efficace la transizione epocale - avvenuta all'indomani del boom economico - all'industria culturale e dei mass media: una trasformazione profonda che ha suscitato e su cui si sono esercitate analisi e interpretazioni critiche che hanno messo in evidenza gli elementi orientati al consumismo e all'omologazione e che hanno trovato la massima espressione polemica e drammatica con Pasolini e le sue denunce di "morte della bellezza", "degradazione antropologica degli italiani" e "genocidio culturale" (Pasolini, 1973).

(1977-1998) La cultura si contamina: lo sport, il turismo, i giochi, le riviste dedicate, il patrimonio culturale, la produzione amatoriale.

Nel 1977 si osservano rilevanti novità. Le voci del Paniere subiscono un vertiginoso incremento in termini quantitativi sia dei capitoli sia delle voci di spesa: nel totale passano da 242 a 783, quelle legate a ricreazione e cultura da 29 a 94. Sono gli anni del consumo di massa. Di questo Paniere fanno parte consumi culturali - di tipo tradizionale quali i libri (scolastici e non scolastici) o riconducibili al consumo passivo di beni e servizi prodotti dalle industrie culturali (radio, cinema, televisione) - che si arricchiscono e contaminano con nuove dimensioni che comprendono la sfera ludica, creativa, di autorealizzazione e autoproduzione amatoriale.

Tra le *new entry* più emblematiche figurano: l'ascolto della musica - con un incremento di nuove voci quali il magnetofono, il giradischi, il disco a 45 e 33 giri - la radio a rete e radio portatile (1977-1980), il giradischi-stereo (1986-1990), il compact-disc player, il giradischi stereo hi-fi, la cassetta non registrata e la cassetta registrata, il radio registratore (1991-1995); il walkman, l'autoradio con frontalino (1996-1998); l'editoria con l'ingresso dei fascicoli per enciclopedia, dei periodici per femminili, per adulti e per ragazzi (1977-1980); le attività sportive in cui, oltre al pallone, entrano voci legate ad altri sport quali tute da ginnastica, racchetta e palle da tennis, pattini a rotelle, ingresso piscina, fucile da pesca e da caccia, nonché tenda cassetta e tenda da campeggio (1977-1980); i giochi attraverso l'entrata delle voci legate al gioco da tavola, la locomotiva elettrica, la bambola (1977-1980), le carte da gioco francesi e italiane, il gioco di società, la scatola di costruzioni in plastica, il puzzle ed i giochi per neonati (1998-1990); la fruizione culturale non domestica con il museo (1981-1985), la partita di pallacanestro (1996-1998), la discoteca e il parco divertimenti (1996-1998); il viaggio a fine turistico con l'introduzione di viaggi turistici, camping, alberghi (1977-1980), la guida stradale, viaggi organizzati (1986-1990) ed i pacchetti vacanza (1996-1998).

Come accennato tra le novità più rilevanti figura il consumo di beni finalizzati all'autoproduzione amatoriale quali: la chitarra e la fisarmonica, la cinepresa e il proiettore super 8, l'apparecchio fotografico, la pellicola a colori, diapositiva e super 8 (1977-1980) e la tastiera (1996-1998).

Il videoregistratore, entrato nel Paniere del 1991-1995 nonostante l'ingresso nel mercato del Dvd rimarrà fino al 2002, sostituito nel 2003 dalla voce Riparazione videoregistratore. Il Dvd entrerà solamente nel 2003.

Questo periodo rappresenta anche l'alba dell'epoca digitale che si affaccerà in quest'ultimo decennio. Nel 1986-1990 entra per la prima volta il "computer".

Nel 1996-1998 nel capitolo "Comunicazioni" entrano i telefoni cellulari ed i servizi di telefonia mobile e il walkman. Una specifica sul walkman: questa voce entra in un periodo

storico nel quale presumibilmente il suo consumo è già in disuso, sostituito dall'i-pod. Nonostante tutto la voce walkman rimarrà fino al 2002. I dispositivi digitali (es. I-Pod) per il consumo non domestico di musica compaiono nel 2006.

In conclusione, in questo periodo l'evoluzione dei consumi culturali segue di pari passo il mutamento della società italiana. A partire dai primi anni ottanta, anche grazie anche all'influsso delle televisioni commerciali, si affermano nella società italiana nuovi modelli di consumo che, se da un lato hanno allargato in termini quantitativi i livelli di fruizione e consumo di beni a carattere culturale, dall'altro hanno aperto nuovi interrogativi sull'effettiva crescita culturale di una popolazione i cui livelli di alfabetizzazione hanno seguito, in ritardo rispetto a quelli degli altri Paesi europei industrializzati, percorsi e tempi differenti.

(1999-2016) Gli anni della disintermediazione digitale: il consumo dell'immaginario.

A partire dal 1999 il Paniere viene modificato ogni anno. Questi anni sono caratterizzati non tanto dall'incremento del numero delle voci relative ai consumi culturali - che vanno da un minimo di 71 nel 2015 ad un massimo di 84 nel 2000 - quanto dal rapido ingresso e dalla fuoriuscita di beni e servizi, soprattutto di natura tecnologica, che hanno mutato non solo gli stili di vita degli italiani bensì le forme ed i modelli di consumo culturali attraverso le quali questi trovano espressione. Emblematico è il caso del navigatore satellitare: entrato nel 2008 e uscito nel 2013. Il ciclo di vita dei beni di consumo culturale si riduce notevolmente e il *turnover* tecnologico diventa vertiginoso.

Il tratto saliente di quest'ultimo periodo è nella smaterializzazione dei consumi culturali e nel passaggio dal consumo di beni materiali al consumo di immaginario: «*In un mondo in cui i consumi decrescono fino alla pura e semplice sopravvivenza, c'è un unico genere di prodotti che non conosce crisi (...) questo prodotto è l'immaginario in tutte le sue espressioni, dal telefilm americano alla rinascita del cinema, al videogioco con cui i bambini crescono trovando riparo dalla pesantezza quotidiana. E parimenti cresce il mercato di quelle tecnologie, smartphone, tablet, computer, console, schermi, che pur essendo materiali, ci permettono l'accesso all'immaterialità dell'immaginario*» (Freccero 2016, 25).

Osservando la composizione del Paniere nel corso di questi anni sembra osservarsi proprio tale mutamento nelle abitudini e stili di consumi; tra i nuovi ingressi più emblematici: nel 1999 nel capitolo comunicazioni per la prima volta entra il modem e l'abbonamento a internet mentre nel capitolo "Ricreazione, spettacolo, cultura" entrano il personal computer, l'abbonamento alle partite di calcio ed i giochi elettronici. Nel 2002 entra la voce ingresso a parchi divertimento. Nel 2003 il Cd da masterizzare - in un periodo in cui il file sharing rende ormai obsoleta tale pratica - il noleggio Dvd e l'abbonamento Pay in compresenza della voce partita di calcio. Nel 2004 entrano l'antenna satellitare, la macchina fotografica digitale (Ricreazione, spettacolo, cultura) gli apparecchi per telefonia mobile (Comunicazioni). Nel 2008 entra il navigatore satellitare e nel 2009 entra la consolle per giochi elettronici e i film in Dvd.

Nel 2010 compaiono lo Smartphone e i Servizi internet su rete mobile e Servizi di telefonia fissa a banda larga (Comunicazioni), il computer desktop, il netbook, il tablet pc, il monitor LCD ed il monumento storico (Ricreazione, spettacoli e cultura). Nel campo della lettura, nel 2013 entra la voce E-book download ed e-book reader mentre nella fruizione dell'ascolto musicale il lettore/registratori di supporti digitali (entrato nel 2006) viene sostituito con il lettore Mp3. Nel 2016 infine entrano i Servizi integrati di telecomunicazione (TV, Internet e voce).

A parte i consumi inerenti i dispositivi tecnologici per l'accesso all'immaginario, per quanto riguarda i consumi sulla partecipazione culturale non domestica abbiamo l'ingresso di nuove voci quali: lo spettacolo teatrale non lirico (1999), il monumento storico (2010) e l'ingresso ai parchi nazionali, giardini zoologici, giardini botanici (2011). Per quanto concerne i viaggi, in "servizi ricettivi e ristorazione" entra la voce agriturismo (2003) e Bed and Breakfast (2006) mentre nel 2016 escono la cuccetta e vagoni letto, inseriti fin dal 1996-1998.

In prospettiva, la struttura del Paniere - che fino ad oggi, attraverso continue integrazioni e aggiornamenti, è riuscito a seguire in modo efficace l'evoluzione dei consumi culturali, è chiamato a intercettare nuovi modelli di comportamento che rispondono a cambi di paradigma ancora da interpretare, dovuti, ad esempio, alla diversificazione e all'ibridazione dei media di accesso ai prodotti culturali (Donnat O. 2003, 11) ed alla perdita di centralità delle tradizionali agenzie del sapere (critici, editori, giornalisti, ecc.) in favore del ruolo sempre più centrale giocato dalle nuove piattaforme social e della comunicazione (Zanchini, 2016).

La de-materializzazione, la disintermediazione, de-centralizzazione, de-istituzionalizzazione, l'estinzione del "supporto", il trionfo del contenuto, il consumo senza

acquisto, senza spesa e senza possesso, la pratica transmediale con l'utilizzo di "device culturali" vecchi e nuovi orientata a una "cultura convergente" (Jenkins 2004, 345), pongono importanti interrogativi di carattere concettuale e metodologico: "Cosa contare?" "Quali sono gli oggetti culturali rilevanti?", "Come si quantifica la frequenza e l'intensità di attività di fruizione che sono continuative, complementari e simultanee, come ad esempio nel caso dell'utilizzo di smartphone?" La diffusione di pratiche di consumo di beni servizi a carattere culturale senza acquisto, senza possesso, senza spesa rende sempre più difficile riuscire a cogliere le trasformazioni culturali attraverso la rappresentazione fornita dal Paniere.

Le spese delle famiglie per ricreazione e cultura. Alcuni interrogativi

Dal 1967 al 2016, le voci del Paniere riconducibili a "Ricreazione, spettacoli e cultura" (con una parentesi temporale che dal 1971 al 1995 coesiste con il termine "Istruzione"), sono andate da un minimo di 29 dal 1967 al 1976 ad un massimo di 96 nel 1981-1985. Va considerato che nel 1977-1980 c'è stata una notevole revisione delle voci del Paniere, che ha portato in generale ad un incremento delle voci totali e culturali rispettivamente del +224% e +223% rispetto a quello precedente. A partire da quegli anni non ci sono stati sostanziali cambiamenti quantitativi in termini incremento o diminuzione del numero di voci bensì qualitativi inerenti il mosaico dei beni e servizi inseriti negli "snodi" descritti (Figura 1).

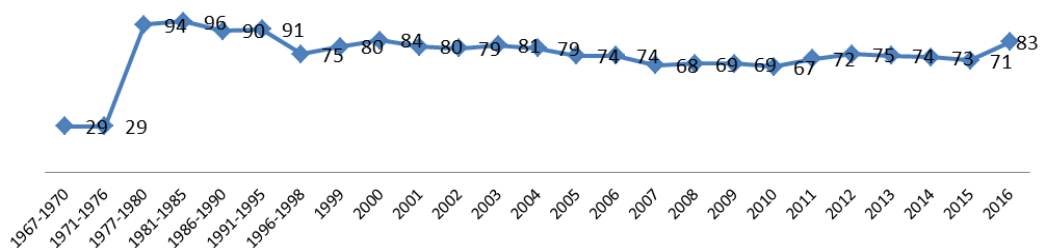


Figura 1. Numero di voci del Paniere Istat relativi a Ricreazione, spettacoli e cultura – Anni 1967-2016.
Fonte: Elaborazione su dati Istat

Se analizziamo la spesa delle famiglie per ricreazione e cultura, rileviamo come tra il 1970 ed il 2010 l'incidenza sul totale ha avuto un andamento crescente, passando dal 5,16% al 7,81% del 2010.

Osservando l'andamento della stessa voce in valori assoluti (in milioni di euro), i consumi per ricreazione e cultura mostrano in quarant'anni un incremento del +254%, accompagnato da un pari aumento della spesa per ristoranti e alberghi con un +252% e della spesa totale del +134% (Figura 2.): un'evoluzione che evidenzia come in quarant'anni la spesa degli italiani, oltre ad essere aumentata complessivamente, abbia avuto un notevole sviluppo anche per i beni a carattere ricreativo e culturale.

A fronte di tale sviluppo, resta aperto un interrogativo: tale aumento di spesa è riconducibile ad un ampliamento della platea della popolazione culturalmente attiva o sono aumentati i livelli di consumo e fruizione solamente di un sotto-insieme della popolazione ristretta?

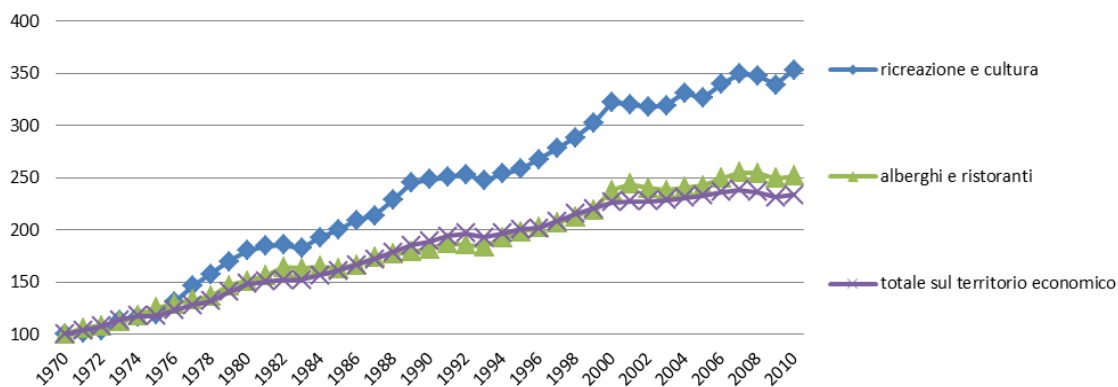


Figura 2. Andamento della spesa delle famiglie in totale e per ricreazione e cultura, alberghi e ristoranti (Numeri indice; 1970 = 100). Fonte: Elaborazione su dati Istat.

Inoltre, l'andamento della spesa in valori assoluti negli ultimi vent'anni (miliardi euro in valori concatenati con anno di riferimento 2010), permette di notare che dal 1995 al 2014, mentre la spesa delle famiglie in Ricreazione e cultura è aumentata del 25,9%, quella in Comunicazioni ha avuto un incremento del 244,7% (Figura 3).

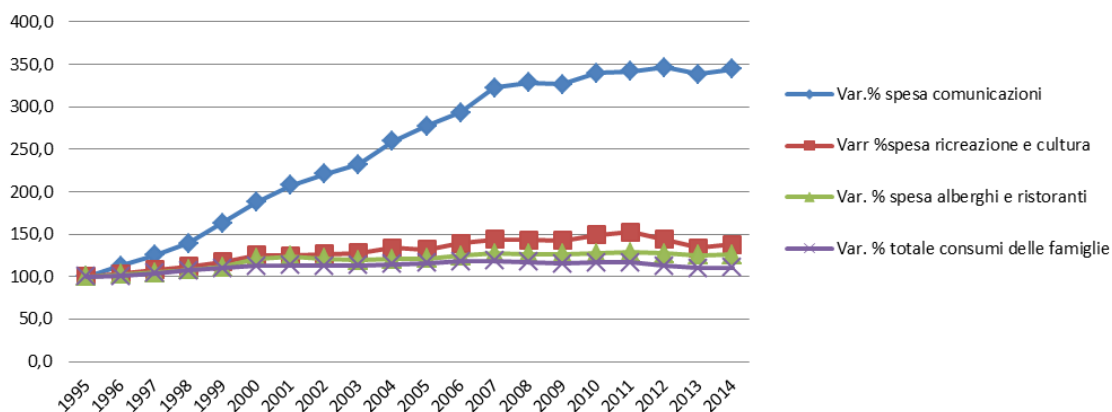


Figura 3. Andamento della spesa delle famiglie in totale e per ricreazione e cultura, comunicazioni, alberghi e ristoranti (Numeri indice; 1995 = 100). Fonte: Elaborazione su dati Istat

Questo dato porta a domandarsi in che rapporto debba considerarsi lo sviluppo dei consumi culturali con quelli riconducibili alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT). Se andiamo infatti a vedere nel dettaglio l'andamento delle voci che compongono la spesa in ricreazione e cultura degli ultimi vent'anni: dal 1995 al 2014 le spese in "Attrezzature audiovisive, fotografiche e di elaborazione delle informazioni" sono cresciute del +301% mentre quelle destinate a "Libri" e "Giornali e periodici" sono diminuite rispettivamente del -34% e -45%.

Su questo aspetto si potrebbe raccogliere l'interpretazione secondo la quale, con l'avvento dei media digitali, le pratiche di acquisto tendono ad allontanarsi dai tradizionali beni e oggetti di *status* per orientarsi verso dispositivi e strumenti di comunicazione più funzionali al consumo di immaginario (Freccero 2016).

Un ultimo interrogativo riguarda quanto abbia inciso l'innovazione tecnologica dell'ultimo decennio sulle differenti tipologie di fruizione culturale: da quelle tradizionali che vanno dalla lettura dei libri e quotidiani alla fruizione di spettacoli e intrattenimenti fuori casa.

Su questo aspetto la risposta non è affatto univoca. Riguardo ai libri, ad esempio, i dati disponibili relativi sia all'offerta (libri pubblicati) che alla domanda (persone che hanno letto almeno un libro negli ultimi dodici mesi) sembrerebbero indicare che il declino catastrofico prospettato da più parti nei primi anni del duemila non si è di fatto ancora realizzato: se nel 1998 -

un anno prima della comparsa del *personal computer* e del *modem* nel Paniere Istat - venivano pubblicati 8,8 libri per diecimila abitanti, nel 2014, dopo la rivoluzione digitale e in pieno sviluppo dei social media e delle piattaforme on-line, le pubblicazioni sono quantificabili in 9,5 libri per diecimila abitanti. Analogamente, sul fronte dei lettori, le persone di sei anni e più che dichiarano di aver letto almeno un libro a fini non scolastici o professionali, pari al 39,1% degli intervistati nel 1995, sono il 42% (circa 24 milioni) nel 2014, tendenza rimasta stabile fino ad oggi.

Una prospettiva che allarga lo sguardo sui lettori che non si autopercepiscono tali, perché associano alla lettura un immaginario elitario legato al libro, è rintracciabile nella domanda posta dall'indagine quinquennale Istat "*Cittadini e Tempo Libero*", rivolta proprio ai "lettori inconsapevoli" o "lettori morbidi", ovvero a coloro che pur avendo risposto «no» alla domanda «Ha letto libri negli ultimi 12 mesi?», rispondono affermativamente quando viene chiesto loro se hanno comunque letto testi professionali e scolastici (esclusi i libri di testo obbligatori), oppure se hanno letto guide turistiche, romanzi rosa, libri per la casa, gialli, i romanzi di fantascienza, i libri per il tempo libero, i libri elettronici e super economici. Considerando anche queste categorie, se alla quota di lettori annualmente rilevata da Istat (42,6% nel 2015) aggiungiamo l'11,5% di lettori morbidi e il 5,3% di persone che dichiarano di leggere libri per ragioni professionali, la stima dei lettori raggiunge un valore pari al 59,4%.

Tali quantificazioni hanno cominciato a tenere in considerazione il cambiamento sostanziale che ha investito il significato stesso di libro e di lettura nel corso degli ultimi anni. Se da una parte i libri sono sopravvissuti al cambiamento tecnologico restando uguali a se stessi, in quanto si sono dimostrati una tecnologia semplice, relativamente economica, accessibile ed efficiente, maneggevole e portatile, con elevata autonomia che non pone problemi di alimentazione, di batteria, o di obsolescenza dei vari componenti (Zanchini 2016, 46), dall'altra parte la lettura, divenendo la tessera di mosaico più complesso di esperienze e competenze, ha modificato sostanzialmente il suo significato, acquistando un valore di senso che nasce altrove dal mondo letterario e che trova in altri mondi e in altri linguaggi la sua ragione d'essere.

“La maggior parte di quelli che oggi comprano libri, non sono lettori. [...] i barbari usano il libro per completare sequenze di senso che sono generate altrove. Quel che rifiutano, che non li interessa, è il libro che si rifà, completamente, alla grammatica, alla storia, al gusto della civiltà del libro: questo lo ritengono povero di senso. [...] i barbari tendono a leggere solo i libri le cui istruzioni per l'uso sono date in posti che NON sono libri” (Baricco 2016, 68).

Così, a partire da un libro il nuovo lettore si muove non più solo verso altri testi, ma sempre più verso la fruizione di altri contenuti multimediali video, audio, ecc.. (Zanchini 2016, 46).

Sempre per cogliere questi nuovi fenomeni l'Istat, dal 2015 ha inserito nell'indagine multiscopo nuovi quesiti volti a rilevare la lettura di libri, includendo sia i libri in formato e-book e online sia l'ascolto di audiolibri e, dal 2018, ha considerato nell'esplicitazione del quesito sui libri letti, per motivi non strettamente scolastici e professionali, tutti i formati: cartaceo, e-book-online, audiolibri. (Istat, Produzione e lettura in Italia 2018). Se quindi nel mondo dei libri possiamo cominciare a misurare quel fenomeno di ibridazione e nomadismo di un contenuto narrativo tra diversi formati, diversamente deve dirsi invece per il mondo dell'informazione e dei quotidiani, dove appare più evidente un effetto di reale sostituzione di comportamenti, beni e servizi tradizionali in conseguenza dello sviluppo delle nuove tecnologie: la lettura di almeno un quotidiano a settimana passa dal 60,1% nel 1995 al 47,1% nel 2015. Allo stesso tempo, le persone di 6 anni e più che hanno utilizzato Internet negli ultimi tre mesi per leggere giornali, news, riviste è salita dall'11% nel 1995 al 30,1% nel 2015 (Figura 4).

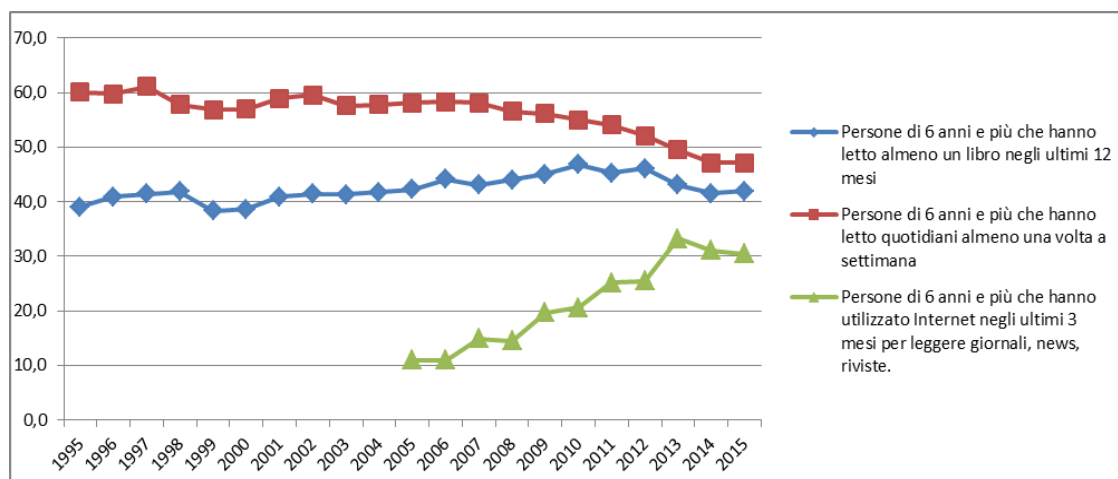


Figura 4. Andamento della lettura e dell'utilizzo di Internet – Anni 1993-2015 (valori percentuali). Fonte: Elaborazione su dati Istat

Per quanto riguarda la fruizione culturale “fuori casa”, sono emblematici i dati forniti dalle indagini multiscopo. L'andamento che emerge dalla serie storica “a cavallo della nuova era digitale”, dal 1993 al 2015, non mostra cambiamenti tali da far ritenere che negli ultimi vent'anni vi sia stato un forte incremento della partecipazione culturale degli italiani.

Tra le voci specifiche un trend positivo che si riscontra è la fruizione del cinema che, passando dal 40% al 49% delle persone che nei 12 mesi antecedenti l'intervista hanno fruito di uno o più spettacoli, ha avuto tra il 1993 ed il 2015 un incremento del +9% e la frequentazione di musei e mostre con un incremento sempre nello stesso arco temporale del 5,1%. Anche la partecipazione ai concerti di musica “non classica” ed agli spettacoli teatrali non ha conosciuto crisi, aumentando in termini percentuali di circa il 5%. L'unica attività che mostra un trend decrescente è la frequentazione di discoteche e balere, con un calo dal 1993 al 2015 del -3,6%.

Complessivamente, ricomponendo il quadro generale della partecipazione culturale al di là delle singole forme di fruizione e consumo, da una parte abbiamo un 40% di consumatori che ha una dieta culturale piuttosto variegata, rivolgendo i suoi consumi a più settori d'interesse, un 10-15% di onnivori o “pionieri” che usufruiscono di tutti i consumi a disposizione, contaminando grazie alla tecnologia attività molto diverse, e dall'altro lato una quota consistente di “marginali” che si limitano ad un'unica forma di consumo, limitata per lo più all'ambito domestico (Solimine 2014, 30-31).

Alla luce di questi dati “a cavallo della nuova era digitale”, le attività di fruizione culturale, a parte la lettura dei quotidiani, sembrerebbero non mostrare sostanziali cambiamenti e le abitudini di consumo negli ultimi due decenni appaiono sostanzialmente immutate. Questi risultati sollevano però un interrogativo: la staticità nelle manifestazioni dei fenomeni è riconducibile al fatto che le statistiche ordinarie sulla produzione e sulla fruizione culturale non hanno subito sostanziali cambiamenti nel corso del tempo oppure, anche considerando le nuove forme di fruizione, siamo comunque di fronte ad uno “zoccolo duro” di comportamenti riferiti a persone che rimangono comunque lontane dalle diverse forme di partecipazione culturale?

L'assenza di fruizione culturale degli italiani. Alcuni interrogativi

Leggendo “in negativo” la quantificazione della fruizione culturale, come il fotogramma di una vecchia pellicola, un dato che appare meritevole di attenzione è l'intensità della “non fruizione culturale assoluta”, data dalla quota delle persone che dichiarano di non aver fruito nell'ultimo anno di alcuna delle diverse forme di partecipazione culturale osservate: cinema, teatro, concerti di musica classica/altro, spettacoli sportivi, discoteche, visite a musei/monumenti, lettura di libri e quotidiani, etc.³.

³ La fonte di tale analisi è riconducibile all'Indagine Multiscopo dell'Istat “Aspetti della vita quotidiana”.

Negli ultimi vent'anni le persone di 6 anni e più che non hanno fruito di nessuna attività culturale o d'intrattenimenti sono il 18,2% nel 1993 e 19,3% nel 2014 (Figura 5)⁴. In valore assoluto parliamo di una cifra che va dai nove agli undici milioni circa di persone in Italia che negli ultimi vent'anni non hanno beneficiato di alcuna forma di consumo o partecipazione culturale.

Se ci si sofferma sulla dinamica del fenomeno, emerge un elemento ancora più allarmante: la situazione è rimasta sostanzialmente invariata nel corso degli ultimi vent'anni ed in termini numerici non vi sono stati cambiamenti significativi nelle dimensioni della popolazione completamente esclusa dall'accesso alla cultura.

Disaggregando il dato per genere, titolo di studio, classe di età, ripartizione geografica e comune, si rileva che l'assenza di fruizione culturale investe principalmente le persone di genere femminile, quelle con licenza elementare e media, e gli anziani con più di 60 anni, i cittadini residenti nel Mezzogiorno e chi abita nei piccoli comuni con meno di 10.000 abitanti. Il dato preoccupante è che i "deserti culturali" negli ultimi vent'anni avanzano, mostrando un trend in crescita anche nei comuni di media dimensione (fino a 50.000 e 50.001 abitanti in su) ed in quelli di cintura delle aree metropolitane, nonché nei comuni dell'Italia Nord-occidentale (Figura 5).

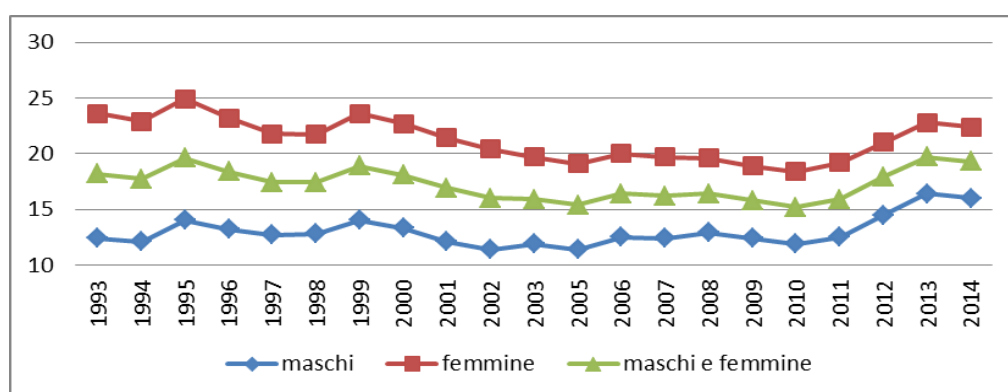


Figura 5. Persone di 6 anni e più che non hanno mai fruito di attività culturali, spettacoli fuori casa, intrattenimenti per genere. Fonte: Elaborazione su dati Istat

Approfondendo in dettaglio alcune voci specifiche i dati appaiono ancora più significativi: nell'intervallo temporale considerato una cifra che oscilla tra il 50-56% circa delle persone intervistate (dai ventotto ai trentuno milioni circa) non ha mai letto un libro; nel 2014 il 69,7% (circa 39 milioni) degli italiani dai sei anni in più non è mai stata in un museo, il 75,7% (circa 43 milioni) non ha mai visitato un monumento ed il 50% (28 milioni) non è mai stata al cinema.

In considerazione poi dell'importanza straordinaria che assumono i processi demografici nel nostro paese e dell'impatto pervasivo che esercitano sui fenomeni sociali e culturali, emerge un'ulteriore domanda: l'incremento dell'inattività culturale quanto è condizionato dall'invecchiamento della popolazione e in che misura è un fenomeno generazionale che risente di modelli di consumo e fruizione culturale delle nuove generazioni?

In una prospettiva ventennale, dal 1995 al 2015, si osserva che il tasso di inattività culturale è minore in età scolastica e tende a crescere costantemente nel corso dell'età adulta, per poi aumentare in modo esponenziale in età anziana. In senso positivo, questo ha comportato che negli ultimi vent'anni è aumentata la percentuale di popolazione adulta e anziana che fruisce di attività culturali, abbassando di circa dieci punti percentuali la soglia di "non fruizione" per le classi di età dai cinquant'anni e oltre (Figura 6).

⁴ Anche il dato più aggiornato al 2018 non mostra sostanziali cambiamenti.

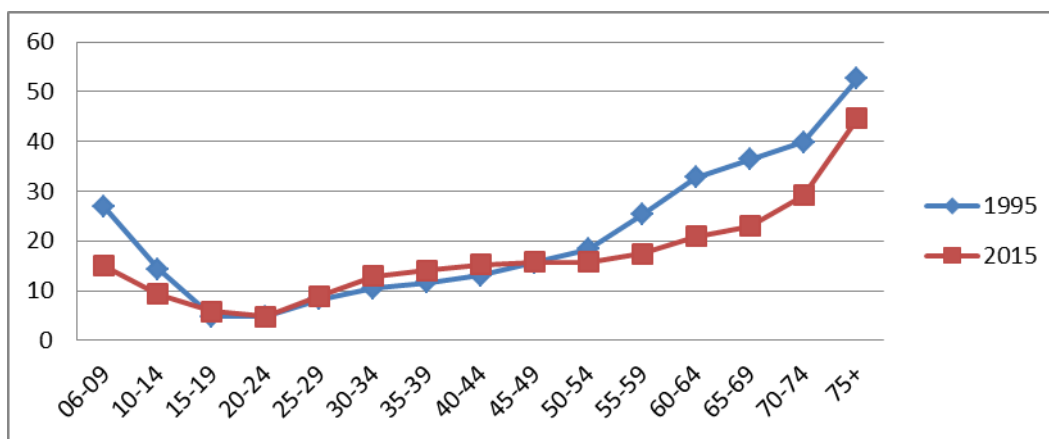


Figura 6. Persone di 6 anni e più che non hanno mai fruito di attività culturali, spettacoli fuori casa, intrattenimenti per culturale per classi di età (valori percentuali - anni 1995,2015). Fonte: Elaborazione su dati Istat

I motivi per i quali una quota consistente di persone non ha mai fruito di attività culturali sono diversi e non è possibile approfondirli in questa sede. Tuttavia, per fornire una cornice più ampia del fenomeno, ci vengono sempre in aiuto i dati dell'ultima indagine Istat "Cittadini e il tempo libero" 2015. Da questi, soprattutto nelle età più giovani emerge una quota non trascurabile, di fruizione di contenuti culturali attraverso le nuove tecnologie: videogiochi, film tramite PC, tablet o smartphone oppure tramite DVD/blue ray/videocassette, musica il cui ascolto è effettuato contemporaneamente ad altre attività. Emblematico in tal senso sono gli under 30 che, tra le motivazioni per le quali non vanno al cinema indicano la preferenza per la visione di film scaricati dalla rete⁵. Questa ricognizione sulla fruizione culturale, allargata a domini che non rientrano nei tradizionali indicatori della partecipazione culturale, mette in luce come nelle fasce più giovani della popolazione siano in crescita proprio forme di quel consumo di "immaginario", che sta caratterizzando questi anni di disinter-mediazione digitale.

La lettura in serie storica dei risultati di una analisi "per contemporanei" non è in grado però di evidenziare e spiegare eventuali dinamiche generazionali.

A tal scopo ci viene in soccorso invece l'analisi "per generazioni", presentata dall'Istat nel Rapporto Annuale 2016, dalla "emerge che tra le generazioni di anziani più recenti i livelli di partecipazione sono già più elevati⁶. Se si confronta la generazione nata tra il 1946 e il 1950 (che quindi ha 65-69 anni nel 2015) con quella precedente (generazione nata tra il 1941 e il 1945 che nel 2015 ha 70-74 anni) si osserva che la coorte più recente (del 1946-1950) già all'età di 50-54 anni ha livelli di partecipazione più elevati (di 10 punti percentuali) rispetto alla prima, sia per i maschi sia per le femmine" (Istat 2016, 49). Specularmente, effettuando lo stesso confronto sui livelli della non partecipazione, emerge che l'incidenza percentuale delle persone appartenenti alle classi di età più elevate che non praticano alcuna attività culturale si abbassa notevolmente con il susseguirsi delle generazioni. Le coorti appartenenti alla generazione del boom, nate tra il 1946 e il 1950, confrontate con quelle della ricostruzione, nate tra il 1936-1940 all'età di 60-64 anni, presentano tassi di inattività culturale più bassi di circa dieci punti percentuali (Figura 7).

⁵ Per un approfondimento in merito si rimanda a: Istat, Il Tempo Libero in Italia <https://www.istat.it/it/archivio/232541>

⁶ Per un approfondimento in merito alla fruizione culturale delle classi generazioni si rimanda al Rapporto Annuale, Capitolo 2 "Le trasformazioni demografiche e sociali: una lettura per generazione pp.41-102.

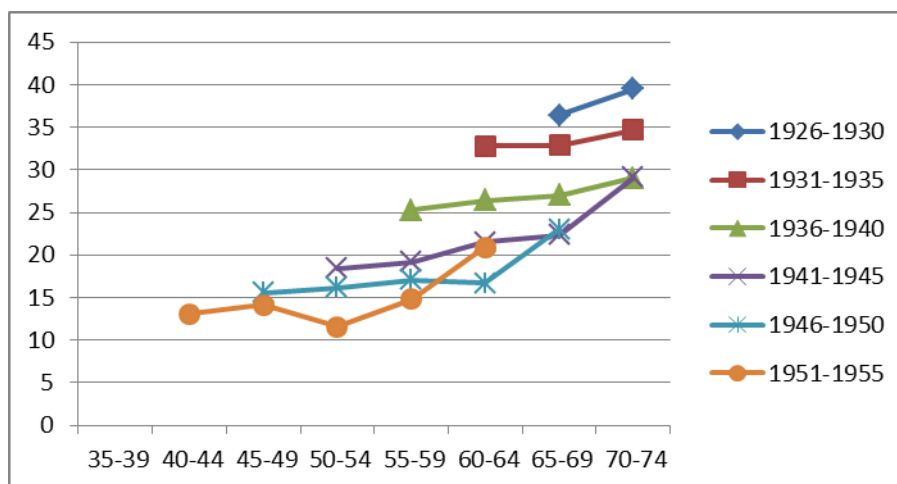


Figura 7. Persone di 6 anni e più che non hanno mai fruito di attività culturali, spettacoli fuori casa, intrattenimenti per culturale per generazioni e classi di età (valori percentuali). Fonte: Elaborazione su dati Istat

Se per quanto riguarda le fasce di età più elevate i dati denotano un tendenziale miglioramento, al contrario le percentuali d'inattività culturale delle generazioni più giovani appaiono evolversi in senso opposto. La generazione del millennio mostra tassi di inattività culturale più alti rispetto alla generazione precedente in transizione: ad esempio tra i 30 e i 34 anni la coorte dei nati nel periodo 1981-1985 presenta percentuali di non fruizione culturale più alte rispetto alle coorti precedenti nate nel 1976-1980 che a loro volta sono più alte di quelle nate tra il 1971 e il 1975. La differenza tra quest'ultime e le coorti più giovani dei *millennial* è di 5 punti percentuali (Figura 8). Confrontando le coorti in età più giovane tra i 25-29 anni notiamo come il fenomeno si presenta nelle stesse modalità: le coorti più giovani hanno tassi di inattività più alti rispetto a quelle che le precedono. Il dato più emblematico in tal senso è che la generazione dei nati tra il 1976 e il 1985 tra i 30 ed i 39 anni presenta livelli di non fruizione culturale poco più alti della generazione del baby boom nati tra il 1956-1960 in età adulta dai 35 ai 54 anni o poco più bassi di qualche punto percentuale delle coorti della medesima generazione nati tra il 1946-1950 (Ibidem).

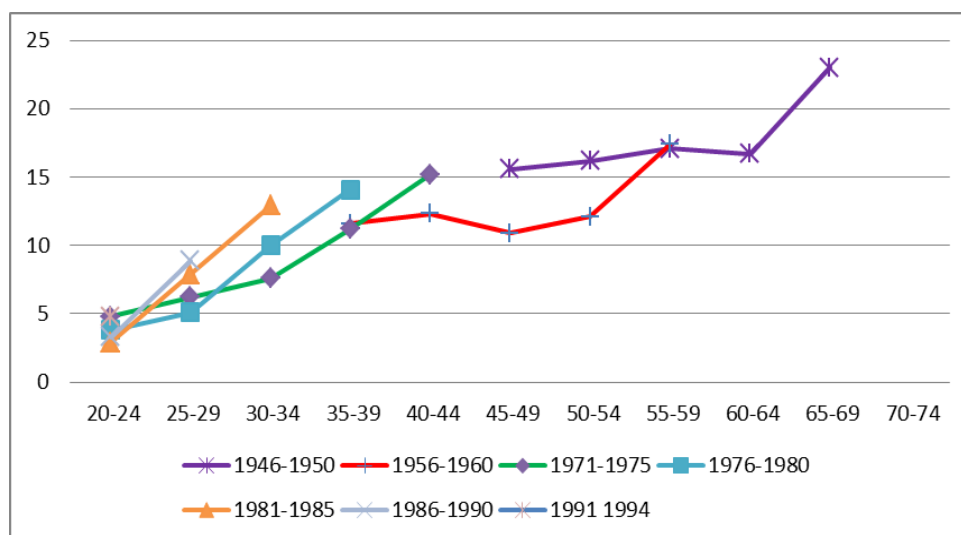


Figura 8. Persone di 6 anni e più che non hanno mai fruito di attività culturali, spettacoli fuori casa, intrattenimenti per culturale per generazioni e classi di età (valori percentuali). Fonte: Elaborazione su dati Istat

Questo fenomeno si evidenzia soprattutto con riferimento alle modalità con cui le nuove generazioni “rinunciano” al cinema rispetto alle precedenti. Se l’andamento della partecipazione al cinema per età conferma che, a parità di generazione, la frequentazione è sempre stata molto più alta nelle fasce di età giovanili, da un’analisi per generazioni condotta dall’Istat sui dati dell’indagine multiscopo emerge come i più giovani rinunciano al cinema in anticipo rispetto alle generazioni precedenti.

«I nativi digitali, pur presentando tra i 6 e i 10 anni una frequentazione più alta rispetto alla generazione precedente (nati tra il 1981 e il 1995; i cosiddetti millennials), già fra i 12 e i 16 anni diminuiscono la partecipazione agli spettacoli cinematografici e addirittura nella classe di età dei 17-21enni le differenze rispetto alla generazione del millennio si annullano. Ciò è spiegato verosimilmente dall’abitudine crescente alla visione di film scaricati da internet o visti in streaming attraverso pc, tablet o smartphone, oppure tramite i palinsesti della televisione generalista o dei canali a pagamento» (Istat, I Cittadini e il cinema, 2018)”.

Conclusioni

Le delle evidenze statistiche proposte inducono prudenza nel trarre conclusioni sui comportamenti delle giovani generazioni nate a cavallo dell’era digitale, alle quali vengono troppo facilmente attribuiti una disaffezione e un disinteresse nei confronti delle attività culturali.

Ai tradizionali paradigmi di rilevazione abbiamo visto come la statistica ufficiale negli ultimi anni abbia introdotto delle innovazioni nel merito delle indagini volte a cogliere delle trasformazioni avvenute nelle forme tradizionali di fruizione culturale che altrimenti sarebbero rimaste nascoste.

Resta il dubbio, eppure, se l’alto tasso di assenza di forme partecipazione culturale classiche (frequenza al cinema, teatro, concerti di musica classica/altro, spettacoli sportivi, discoteche, visite a musei/monumenti, lettura di libri e quotidiani) nella generazione dei *millennial* e in quella *in transizione* segnali l’avanzare di una desertificazione culturale nelle generazioni più recenti e sia un’ulteriore conferma della mancata democratizzazione culturale del Paese, oppure se sia piuttosto la manifestazione di una mutazione innanzitutto tecnologica che sta producendo l’estinzione di forme e modelli di partecipazione culturale tradizionali, legate ad un periodo storico ed a generazioni passate e alla loro sostituzione con nuove forme di espressione culturale ancora da codificare.

A seconda del paradigma interpretativo abbracciato, è possibile fare riferimento a due possibili chiavi di lettura del fenomeno:

- una, che lascia una porta aperta alla possibilità di una fruizione e di un consumo di contenuti culturali inediti o anche “ibridi”, non immediatamente identificabili e riconoscibili come “colti” attraverso le tradizionali griglie descrittive e categorie interpretative e sempre più difficili da intercettare e misurare attraverso il repertorio concettuale e metodologico delle indagini statistiche tradizionali;
- l’altra che trova nel trend stazionario, se non negativo, della domanda culturale l’ennesima evidenza dell’incapacità storica e cronica nel nostro Paese di allargare la partecipazione ed estendere la platea delle persone attive culturalmente. Il consumo culturale sarebbe, secondo questa ipotesi relegato a segmenti circoscritti e stratificazioni ben determinate socialmente e geograficamente, che tendono a riproporsi uguali a sé stesse nel tempo e a riprodursi in base a fattori di “familiarità” (in primis il livello d’istruzione e il livello economico dei genitori) che valgono addirittura nei confronti delle nuove tecnologie (Arosio 2013, 105), negando la possibilità di un’effettiva “mobilità culturale”.

L’irruzione prepotente delle nuove tecnologie digitali della comunicazione e dell’informazione e la diffusione pervasiva l’uso di Internet nel corso degli ultimi anni pongono sicuramente un grande interrogativo sulle possibili forme di trasformazione o sostituzione delle forme di fruizione culturale tradizionali, così come siamo abituati a pensarle e rappresentarle.

Resta inoltre il dubbio che le categorie interpretative che tendono a distinguere e a contrapporre i comportamenti “culturali” con quelli “digitali” possano non essere più adeguati,

nel momento in cui, come evidenziato da Dal Pozzolo, siamo di fronte ad una sorta di irraggiamento dei contenuti culturali molto più invasivo e pervasivo rispetto al passato e che si manifesta non sempre in luoghi "istituzionalizzati" della cultura.

"Questo modo di essere "esposti" ad una "radiazione culturale" è una modalità di fruizione in gran parte diversa da un consumo culturale conseguente a un atto volontario ed esclusivo, che costituiva in qualche modo la regola fino a pochi anni or sono. Ciò significa che sono sì cambiati gli utenti della cultura ma che sono cambiati, ancor di più, i "non utenti" della cultura. Questi non sono più automaticamente incolti, o emarginati, senza accesso a contenuti culturali. Al contrario possono essere persone con un'altissima esposizione a contenuti culturali e informativi, pur evitando i consumi culturali tradizionali tenuti in conto dalle statistiche" (Dal Pozzolo 2008, 22).

L'avvento del digitale e dell'ICT ha contribuito ad allargare quel processo di secolarizzazione della cultura, esploso con l'avvento delle televisioni commerciali, che ha contribuito a destrutturare gli schemi concettuali, valoriali e ideologici più consueti e a legittimare socialmente forme ed espressioni culturali prima non considerate come cultura "alta", tra cui il fumetto, la musica leggera e pop, il cinema di genere, i videogiochi, ecc. Secondo alcuni osservatori, con l'avvento dei dispositivi digitali questo fenomeno si sarebbe notevolmente amplificato ed oggi ci troviamo di fronte a "consumatori onnivori" con un atteggiamento verso le forme di consumo culturale straordinariamente più aperto e meno escludente rispetto al passato (Zanchini 2016, 60-61).

In uno scenario di questo tipo, anche il racconto dei consumi e della fruizione culturale attraverso l'analisi del Paniere dei consumi e le serie storiche delle statistiche culturali è una narrazione che, se fino ad ora ci ha permesso di cogliere e monitorare l'evoluzione culturale della società italiana, oggi non ci consente più di cogliere le trasformazioni culturali in atto, rischiando di farci sfuggire "frammenti di realtà" che non rientrano più nel campo di osservazione delle tradizionali griglie di rappresentazione e di analisi tipiche della statistica.

Come osservato da Donnat, l'analisi dei dati ricavati da modelli di indagine stabili nel tempo per confrontare le serie storiche e la ripetizione sempre dello stesso set di base di domande pongono il ricercatore sulla cresta di in una posizione molto scomoda: da un lato, evidenziando le differenze generazionali, di capitale culturale, territoriali o di posizione sociale, c'è il rischio di rimanere bloccati nella ricorrente denuncia delle disuguaglianze sociali nell'accesso alla cultura; dall'altro sottolineando l'importanza di altri fattori che spiegano le differenze osservate si corre il rischio di dimenticarli o "far dimenticare" la permanenza di una forte stratificazione sociale nell'accesso alle strutture culturali sempre presente nel Paese (Donnat 2003, 8).

A circa novant'anni di distanza ci troviamo pertanto a dover affrontare alle stesse difficoltà e sfide che venivano denunciate negli Annali di Statistica del 1926-30 con riferimento alle manifestazioni culturali. La pervasività delle tecnologie digitali interroga le statistiche sulla capacità di cogliere fenomeni culturali sempre più complessi e sfuggenti, i cui confini concettuali e definitivi non sono più così netti come in passato.

A fronte di tali novità gli interrogativi principali nel campo della rilevazione delle statistiche culturali diventano pertanto: Cosa contare? Quali sono gli oggetti culturali rilevanti? Come si quantifica la frequenza e l'intensità di forme di fruizione continuative, complementari e simultanee? Quali unità di analisi e di rilevazione?

Appare evidente che, al fianco dei tradizionali strumenti di rilevazione, le nuove forme di espressione culturale richiedono anche strumenti di misurazione non convenzionali.

Dal punto di vista metodologico l'esigenza di sviluppare tecniche di rilevazione che siano in grado di rilevare le nuove forme di fruizione e di consumo di beni e servizi che non necessariamente transitano per il mercato e coinvolgono le tradizionali istituzioni e agenzie culturali, e la necessità di andare oltre il concetto dell'offerta come sola industria culturale (si pensi al tentativo di declinare un nuovo perimetro per le industrie "culturali e creative") e della domanda come pubblico e clienti della stessa, diventa sempre più impellente e rappresenta una sfida ineludibile. Le prospettive e le opportunità non mancano e sono riconducibili a diverse opzioni; tra le quali è possibile suggerire:

1. l'individuazione e l'utilizzo di nuove fonti informative e di nuovi dati (ad esempio i Big data o le fonti Open e social);

2. una ritrovata centralità e rilevanza della dimensione qualitativa nelle indagini sulle pratiche culturali, che presti attenzione alla qualità della vita, ai bisogni immateriali, alla soddisfazione soggettiva, agli elementi di percezione;
3. l'attitudine a un approccio interdisciplinare, che conduca ad una lettura trasversale dei diversi fenomeni di interesse strettamente settoriale;
4. l'interoperabilità delle fonti e l'uso di registri integrati; v) l'ampliamento dell'informazione con dettaglio territoriale, utile a individuare e rappresentare le specificità dei contesti locali (produzione e diffusione di dati autorappresentativi, possibilità di aggregazione su maglie territoriali customizzate, per micro e macro-aree obiettivo di politiche di sviluppo).
5. l'inserimento di nuovi quesiti nelle rilevazioni ordinarie della statistica ufficiale sull'offerta e sulla domanda culturale, volti a cogliere le nuove dimensioni nelle quali la cultura viene offerta e fruita nel Paese.

L'aggiornamento del kit di strumenti concettuali, definatori e metodologici di osservazione di cui si avvale la ricerca statistica e rappresenta senz'altro un'opportunità che potrebbe contribuire ad ampliare la conoscenza e la capacità di interpretazione e valutazione dei processi culturali e che merita un opportuno investimento.

Riferimenti bibliografici

- Arosio, Fabrizio Maria., *Il ruolo della diffusione per la diffusione di Internet*, in *Internet@Italia* 2013. La popolazione italiana e l'uso di Internet, Istat e Fondazione Ugo Bordoni, Roma, 2014.
- Baricco, Alessandro. *I barbari. Saggio sulla mutazione*. Milano: Fandango Libri, 2006.
- Dal Pozzolo, Luca. *Il consumatore culturale, ritratto in seppia. Ovvero come ottenere un dagherrotipo usando una comune macchina digitale*, in Francesco de Biase, a cura di, "L'arte dello spettatore", Franco Angeli, Milano, 2008.
- Donnat, Olivier. "Présentation", in *Regards croisés sur les pratiques culturelles, La documentation Française*, Donnat O., Ministère de la Culture – DEPS, Paris (2003): 9-37.
- Forgacs, David. *L'industrializzazione della cultura italiana (1880-1990)*. Bologna: Il Mulino. Ed or "Italian culture in the Industrial Era 1880-1980. Cultural Industries, Politics and the Public". Manchester and New York: Manchester University Press, 1990, trad.1992.
- Freccero, Carlo. *L'idolo del capitalismo*. Roma: Castelvecchi, 2016.
- Istituto Centrale di Statistica del Regno d'Italia. *Annali di statistica*. Statistica di alcune manifestazioni culturali italiane nel periodo 1926-30. Serie VI, volume XV, 1933. Roma: Istituto Poligrafico dello Stato. Libreria 1933 Anno XI.
- Istat. *Rapporto Annuale 2016. La situazione del Paese*. Roma: Istituto Nazionale di Statistica, 2016.
- Istat. *Statistiche report. I cittadini e il cinema. Anni 2015-2017*. Roma: Istituto Nazionale di Statistica, 2018.
- Jenkins, Henry. *Cultura convergente*. Roma: Maggioli editore, 2014.
- Neri Francesca e Dal Pozzolo Luca, "Il patrimonio culturale tra memoria e futuro". *Economia della Cultura, Rivista trimestrale dell'Associazione per l'Economia della Cultura* 4 (2018): 567-568, doi: 10.1446/92250.
- Pasolini, Pier Paolo. *Scritti corsari*. Milano: Garzanti 1975.
- Zanchini, Giorgio. *Leggere cosa e come. Il giornalismo e l'informazione culturale nell'era della rete*. Donzelli Editore, Roma, 2016.