

GLI ITALIANI E LA CREATIVITÀ

Ricerca quantitativa condotta
da Eurisko per “Nuovo e Utile”

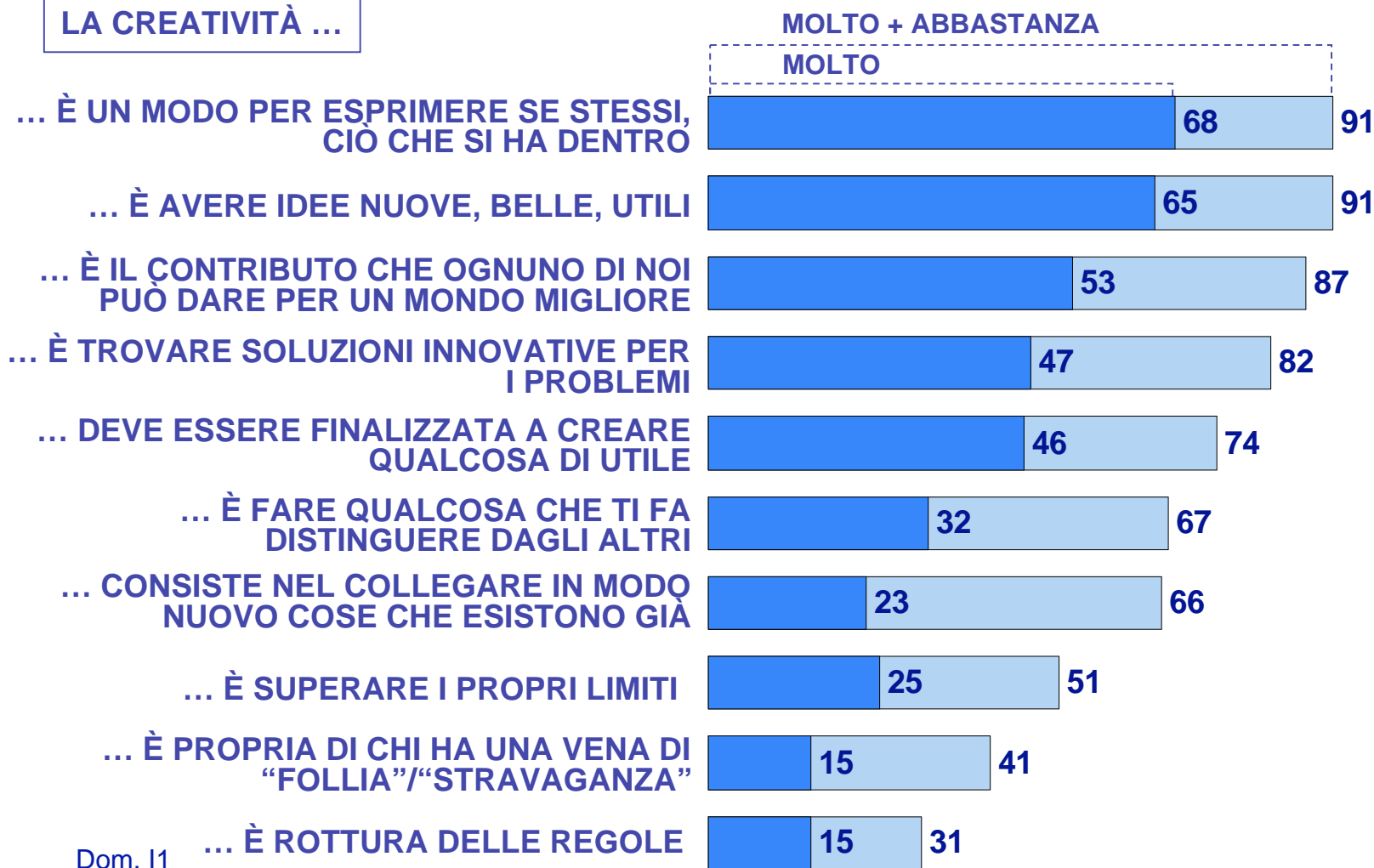
Milano, 28 settembre 2004

A1. CHE COS'È LA CREATIVITÀ

“Le leggerò adesso alcune affermazioni sulla creatività. Per ciascuna frase che Le leggerò mi dica se è d'accordo e quanto.”

(Base: totale campione, n=800; %)

LA CREATIVITÀ ...

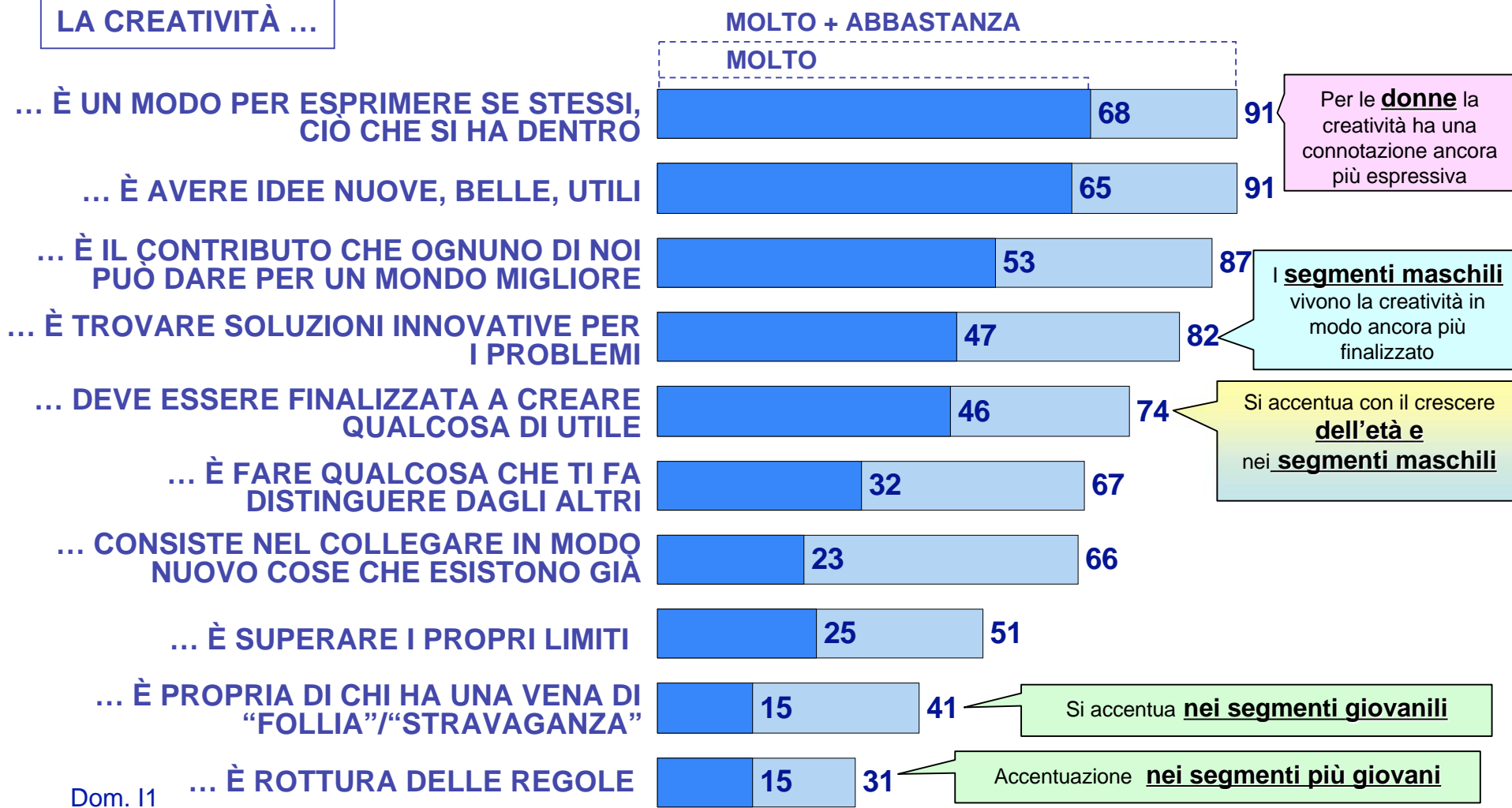


A1. CHE COS'È LA CREATIVITÀ

“Le leggerò adesso alcune affermazioni sulla creatività. Per ciascuna frase che Le leggerò mi dica se è d'accordo e quanto.”

(Base: totale campione, n=800; %)

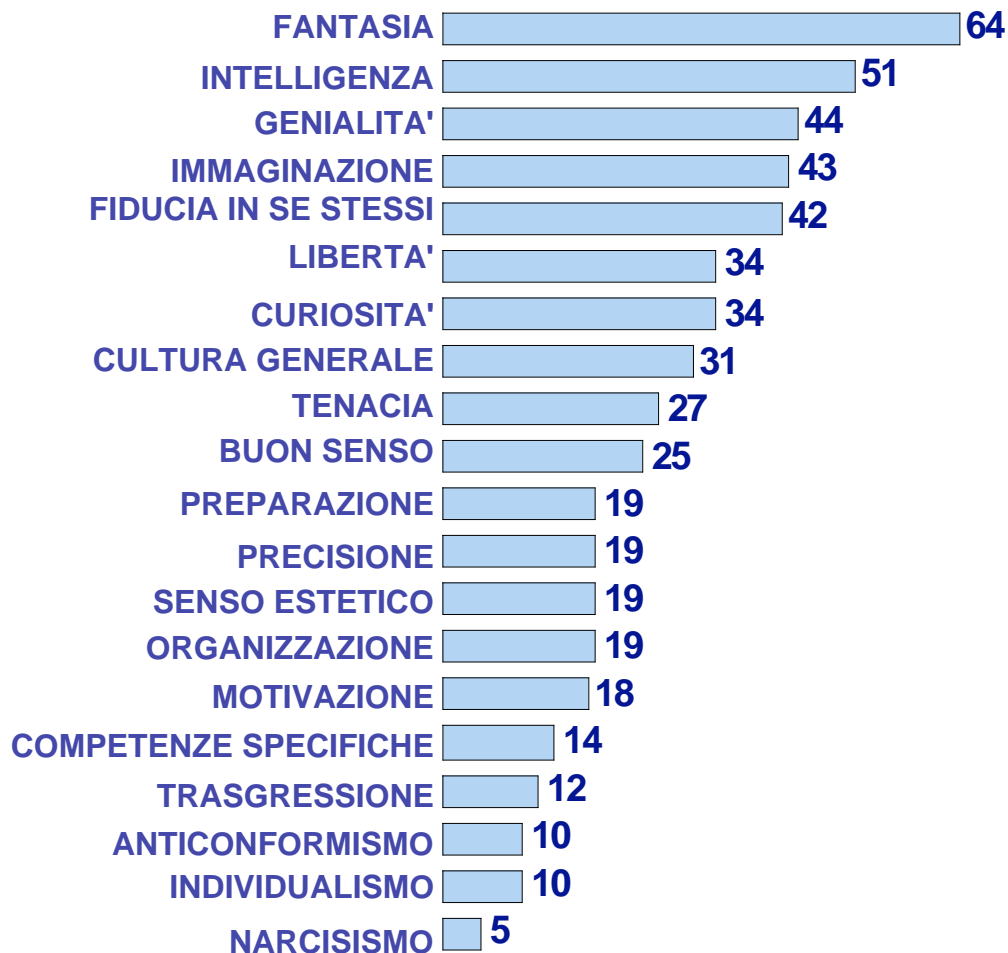
LA CREATIVITÀ ...



A2. CARATTERISTICHE ASSOCIATE ALLA CREATIVITÀ

“Le leggerò un elenco di caratteristiche/qualità personali. Lei dovrebbe dirmi quali, secondo Lei, di queste caratteristiche/qualità rendono una persona creativa.”

(Base: totale campione, n=800; %)

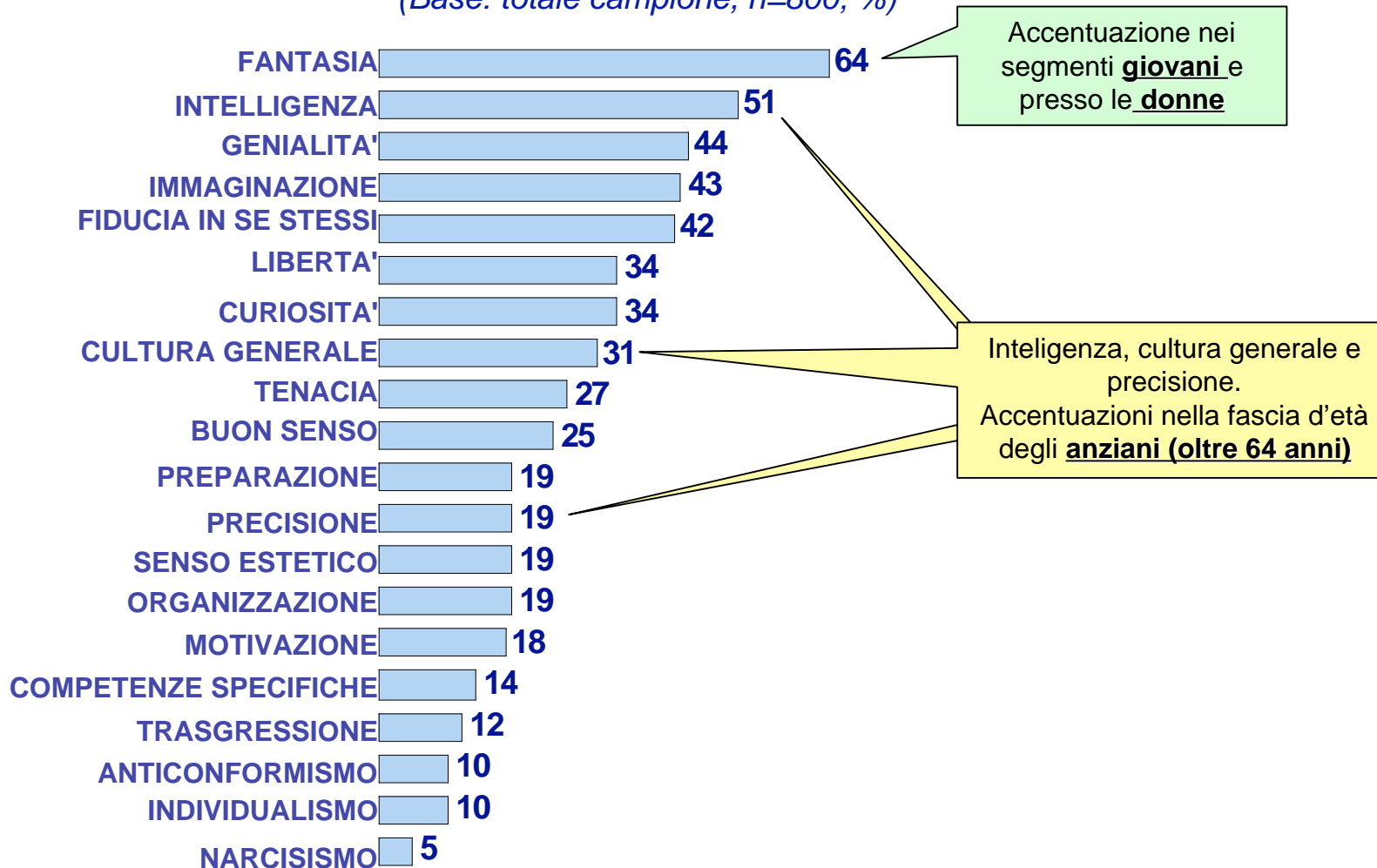


Dom. 12

A2. CARATTERISTICHE ASSOCIATE ALLA CREATIVITÀ

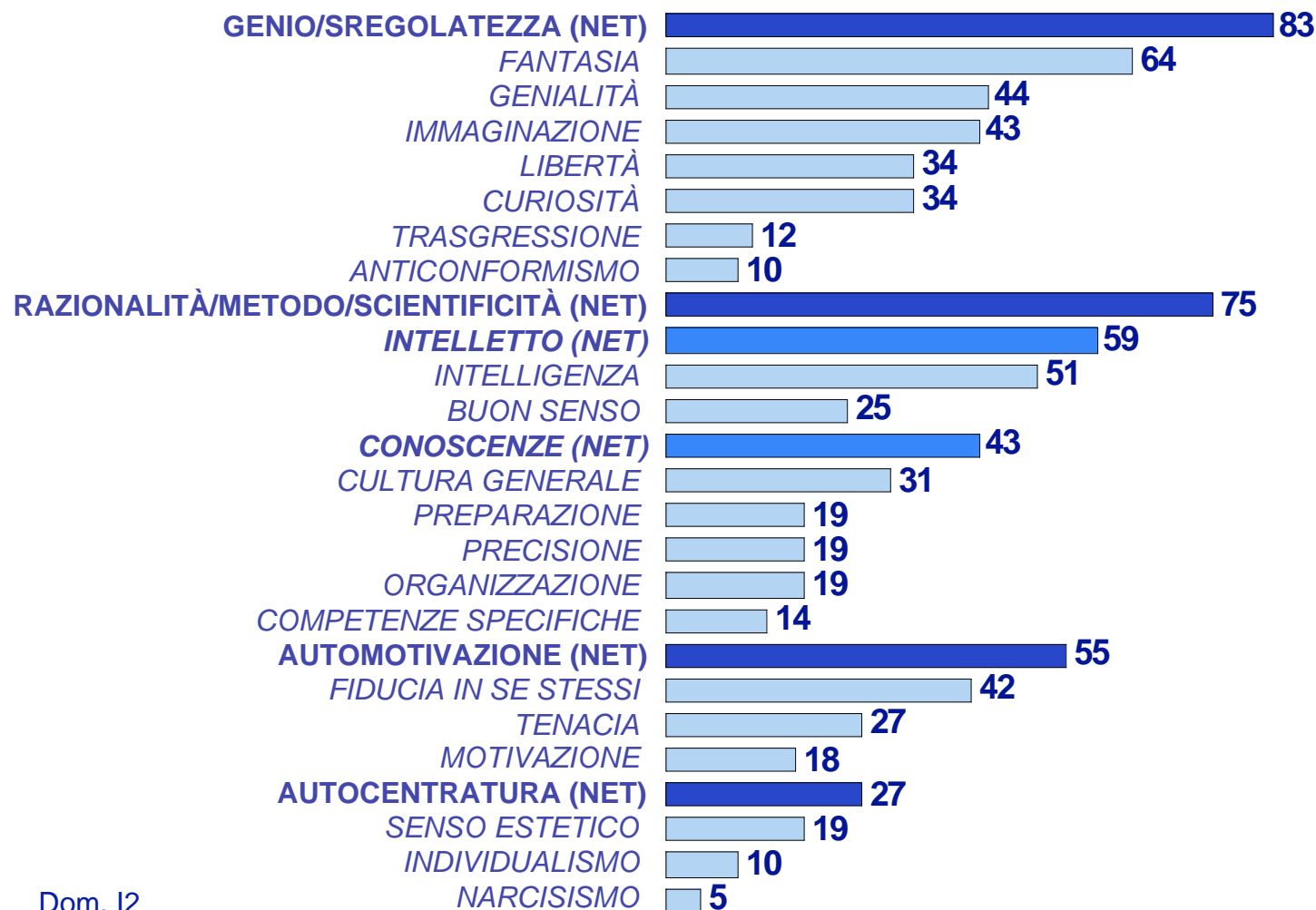
“Le leggerò un elenco di caratteristiche/qualità personali. Lei dovrebbe dirmi quali, secondo Lei, di queste caratteristiche/qualità rendono una persona creativa.”

(Base: totale campione, n=800; %)



A2a. CARATTERISTICHE ASSOCIATE ALLA CREATIVITÀ- sintesi- “Le leggerò un elenco di caratteristiche/qualità personali. Lei dovrebbe dirmi quali, secondo Lei, di queste caratteristiche/qualità rendono una persona creativa.”

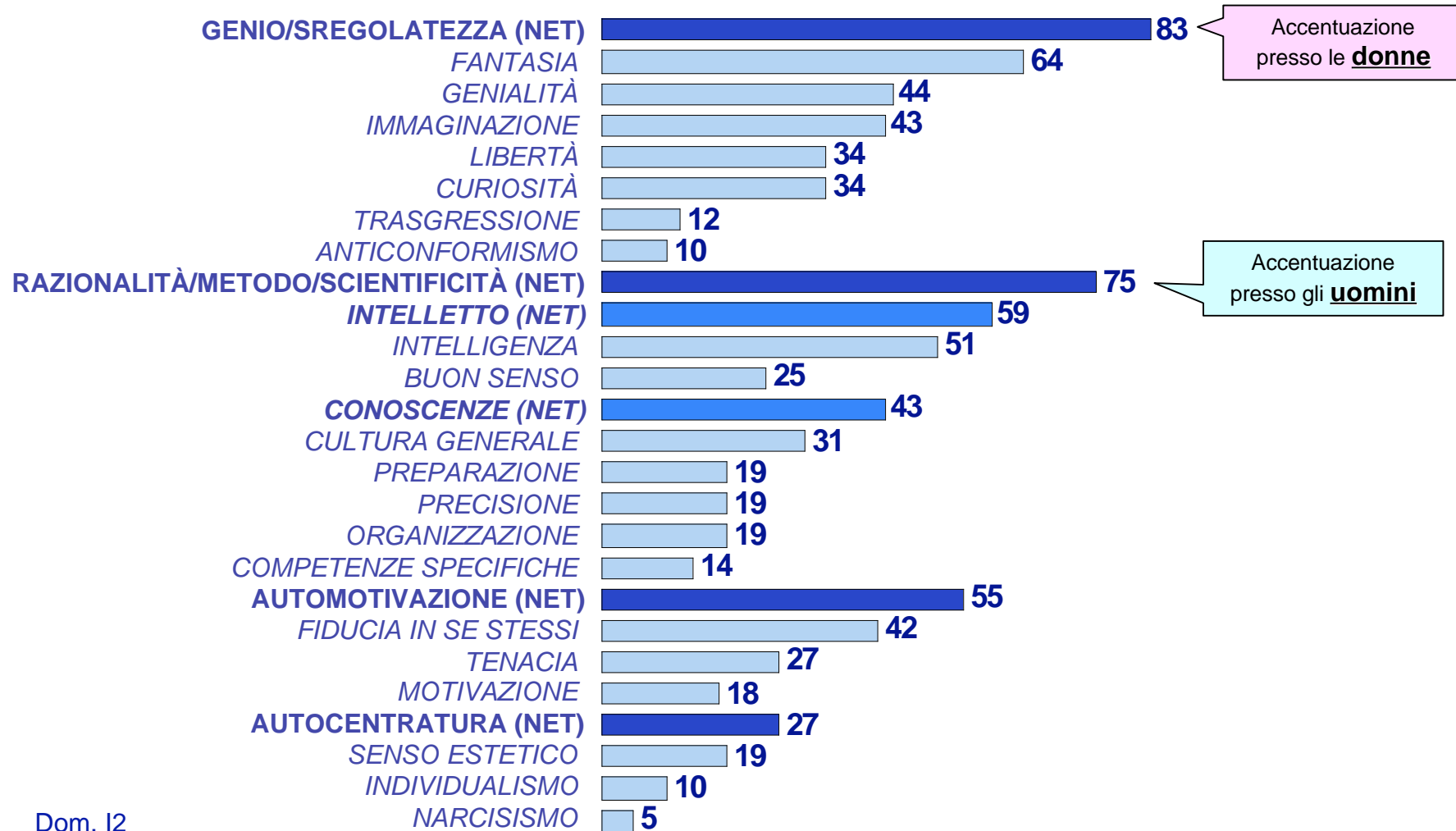
(Base: totale campione, n=800; %)



Dom. 12

A2a. CARATTERISTICHE ASSOCIATE ALLA CREATIVITÀ- sintesi- “Le leggerò un elenco di caratteristiche/qualità personali. Lei dovrebbe dirmi quali, secondo Lei, di queste caratteristiche/qualità rendono una persona creativa.”

(Base: totale campione, n=800; %)

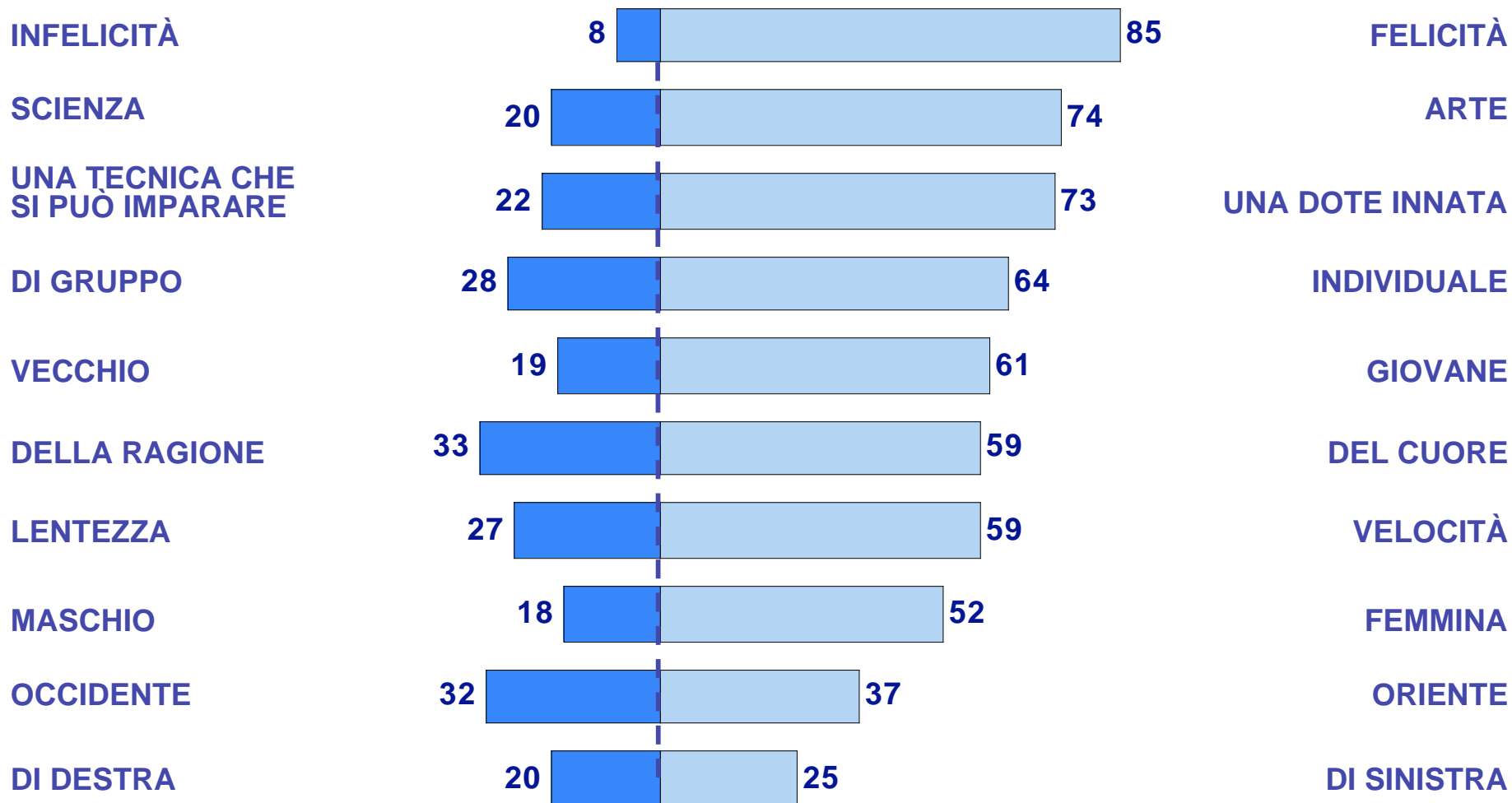


Dom. 12

B5. ASSOCIAZIONI MENTALI ALLA CREATIVITÀ

“Secondo Lei, la creatività è ...”

(Base: totale campione, n=800; %)

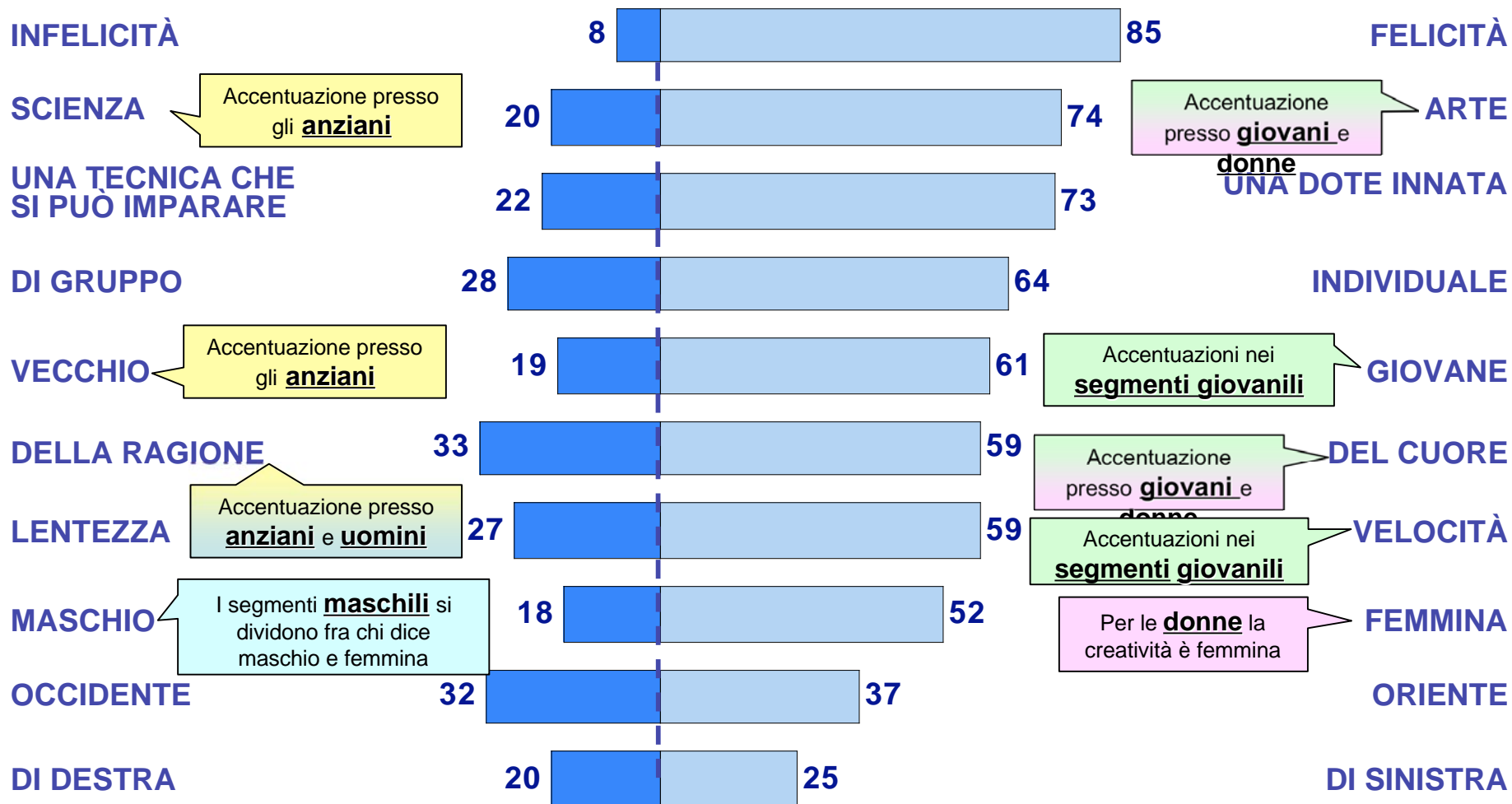


Dom. 17

B5. ASSOCIAZIONI MENTALI ALLA CREATIVITÀ

“Secondo Lei, la creatività è ...”

(Base: totale campione, n=800; %)



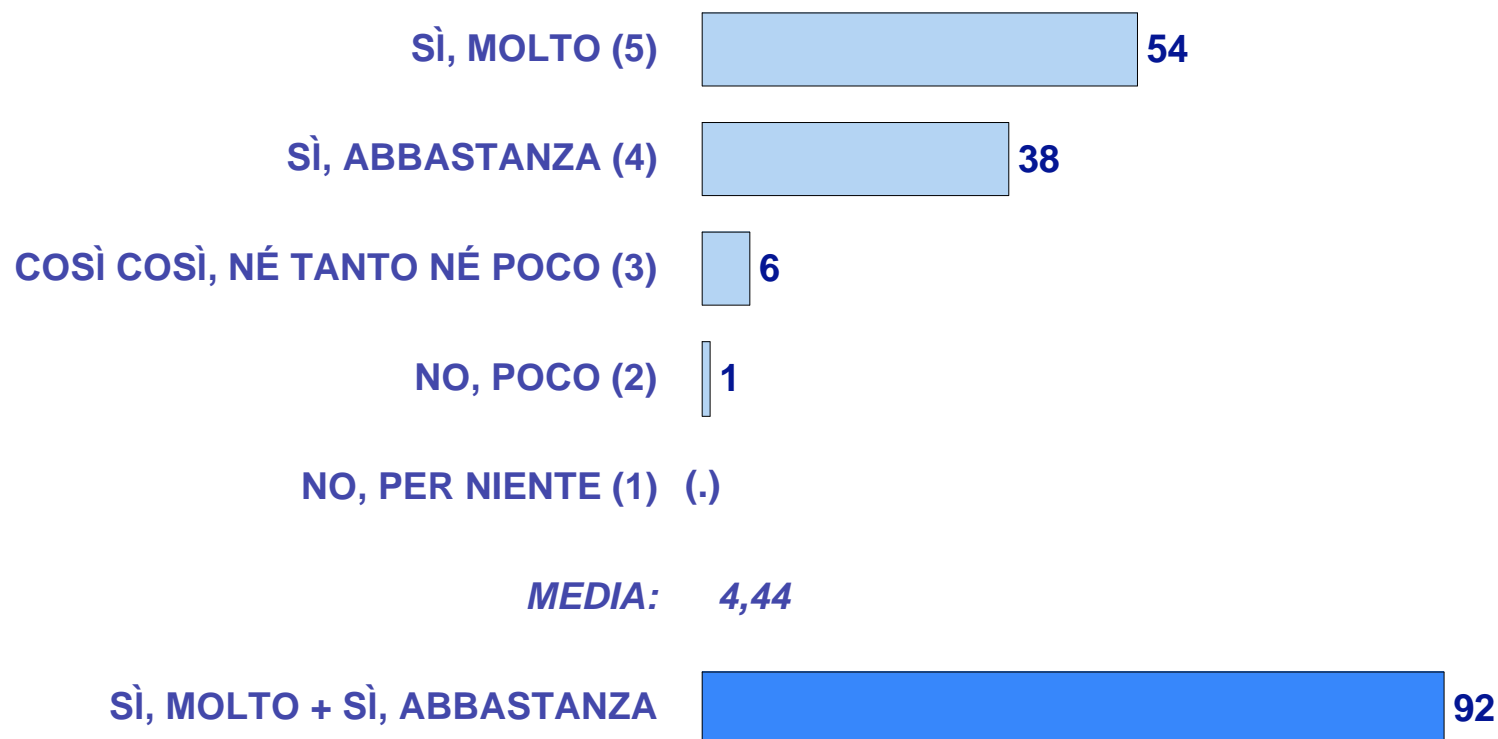
Dom. 17

SEZ. B – LA RELAZIONE PERSONALE CON LA CREATIVITÀ

B1. IMPORTANZA DELLA CREATIVITÀ

“Secondo Lei, nella vita è importante essere creativi? Quanto?”

(Base: totale campione, n=800; %)

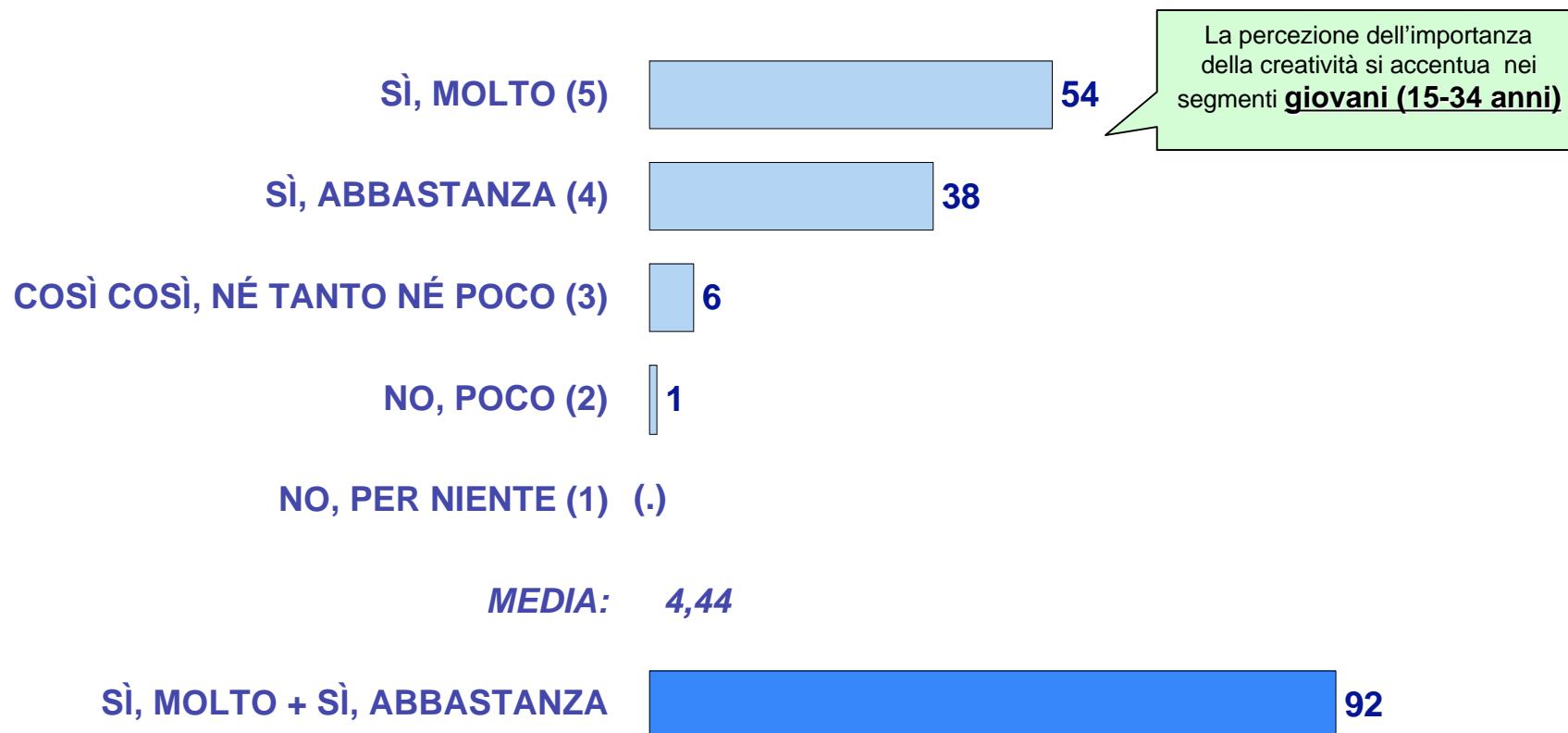


Dom. I3

B1. IMPORTANZA DELLA CREATIVITÀ

“Secondo Lei, nella vita è importante essere creativi? Quanto?”

(Base: totale campione, n=800; %)

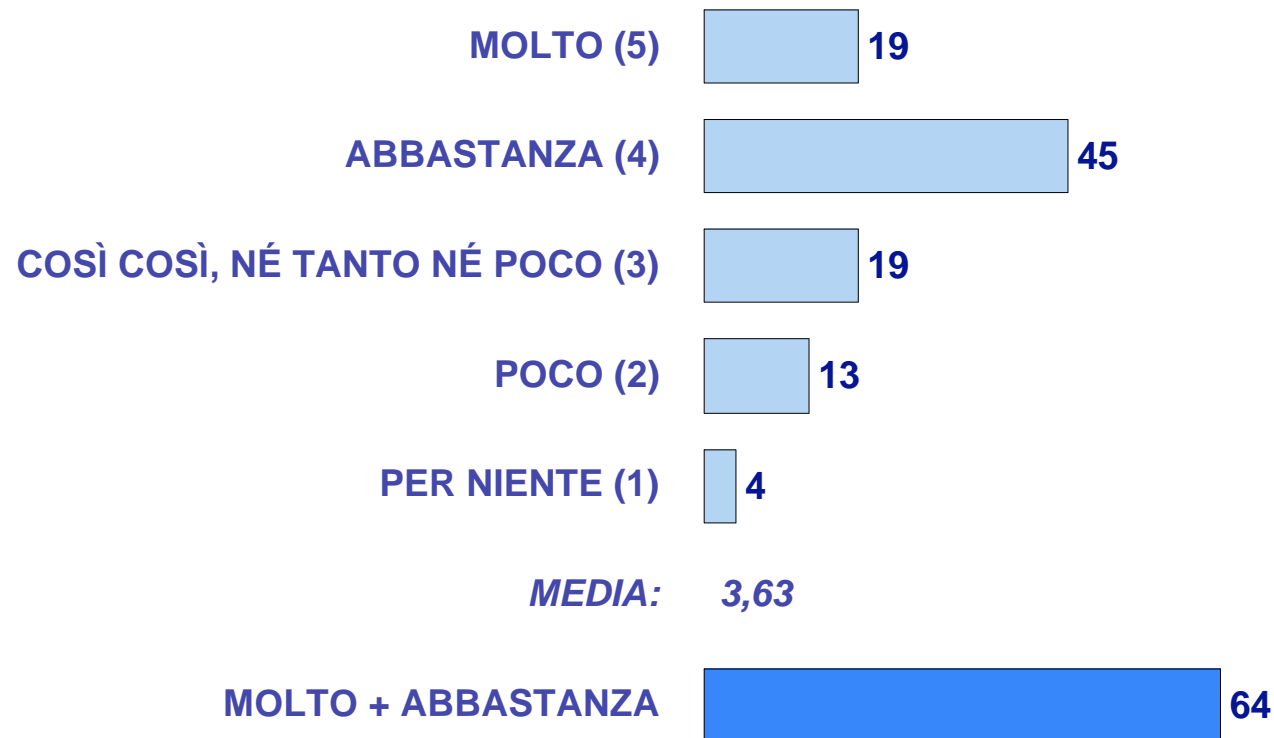


Dom. I3

B3. PERCEZIONE DI CREATIVITÀ DELLA PROPRIA VITA

“La prego adesso di pensare alla sua vita in generale: potrebbe dirmi quanto Le sembra creativa?”

(Base: totale campione, n=800; %)

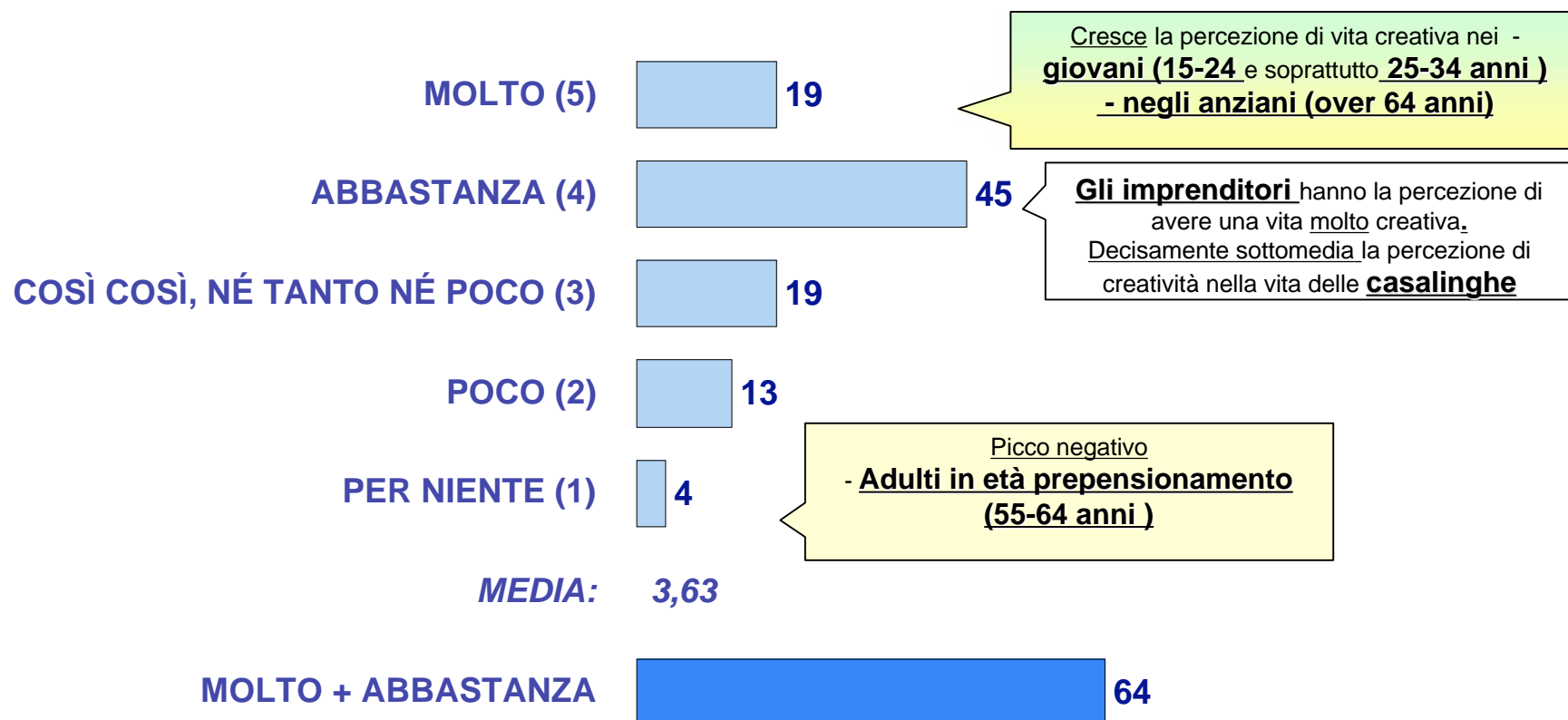


Dom. I5

B3. PERCEZIONE DI CREATIVITÀ DELLA PROPRIA VITA

“La prego adesso di pensare alla sua vita in generale: potrebbe dirmi quanto Le sembra creativa?”

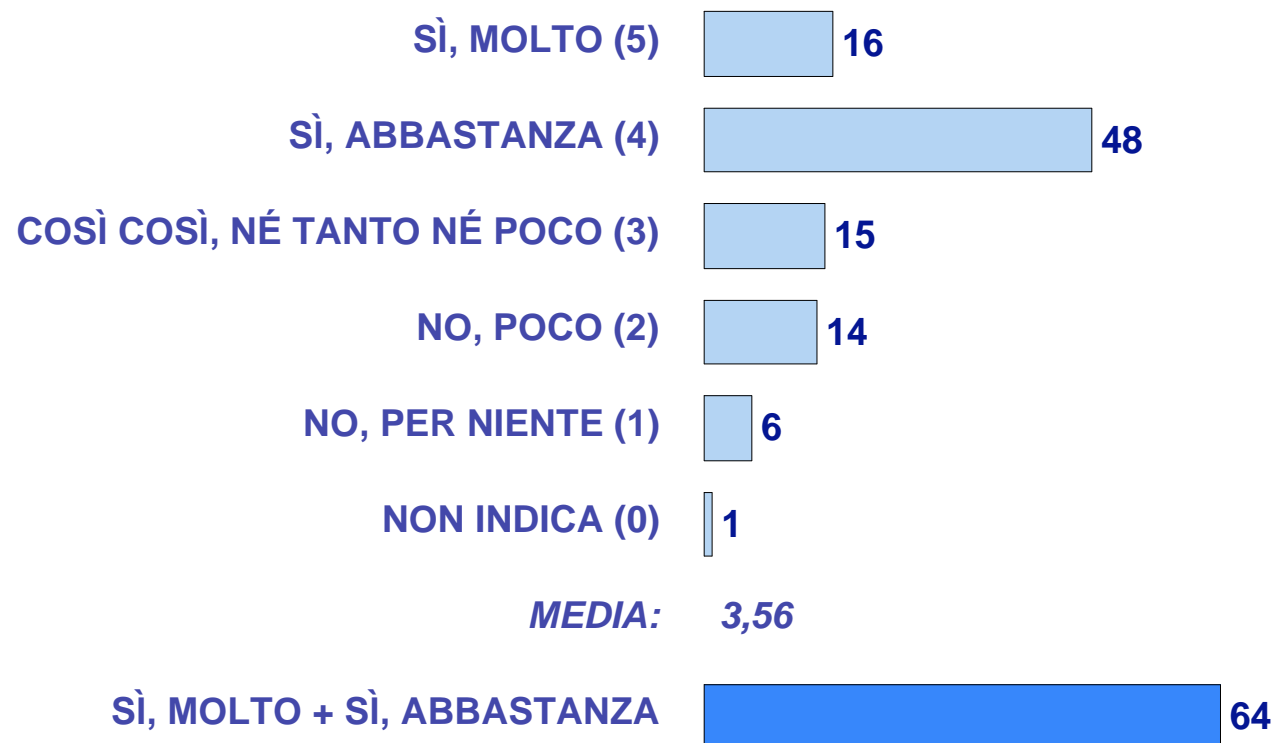
(Base: totale campione, n=800; %)



C5. AUTOPERCEZIONE DI CREATIVITÀ

“Lei si ritiene una persona creativa? Quanto?”

(Base: totale campione, n=800; %)

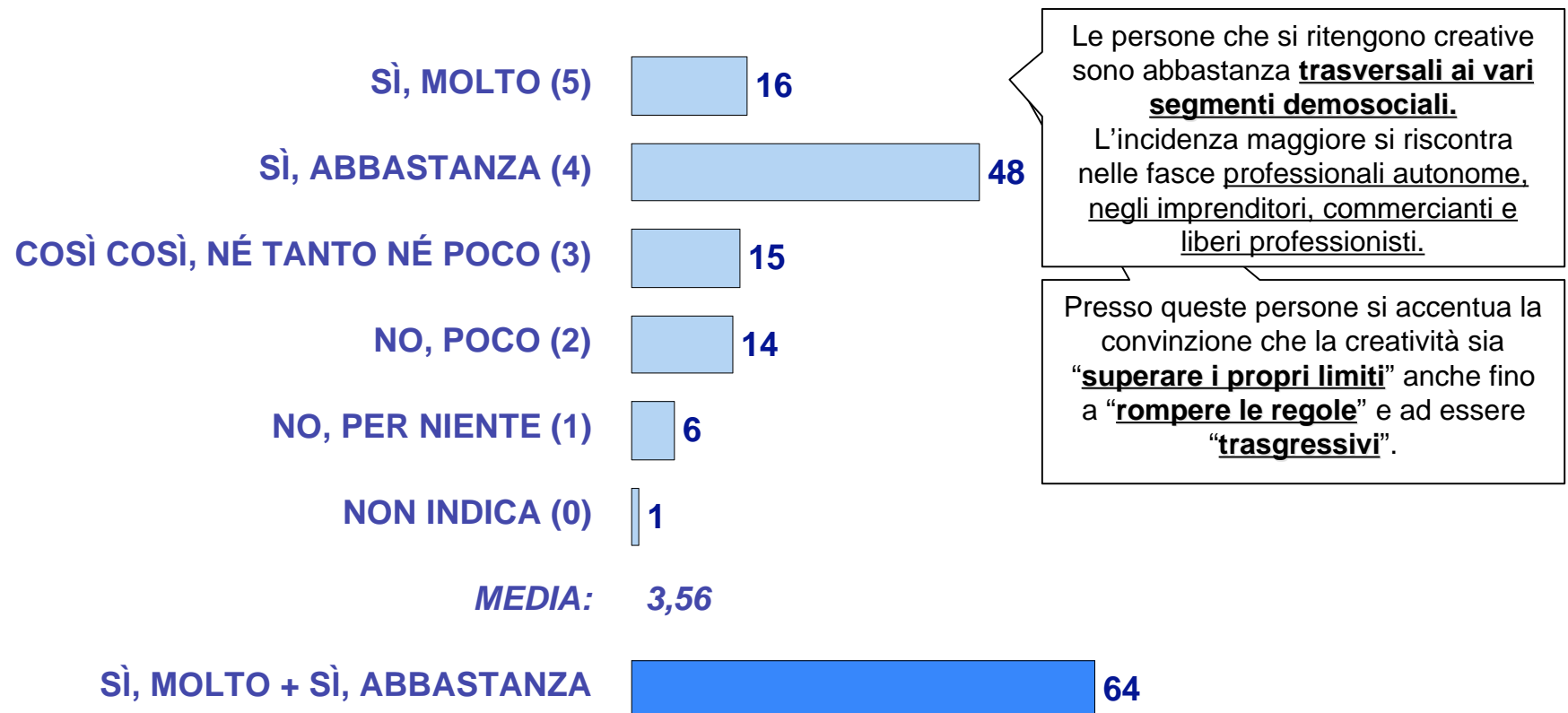


Dom. I15

C5. AUTOPERCEZIONE DI CREATIVITÀ

“Lei si ritiene una persona creativa? Quanto?”

(Base: totale campione, n=800; %)

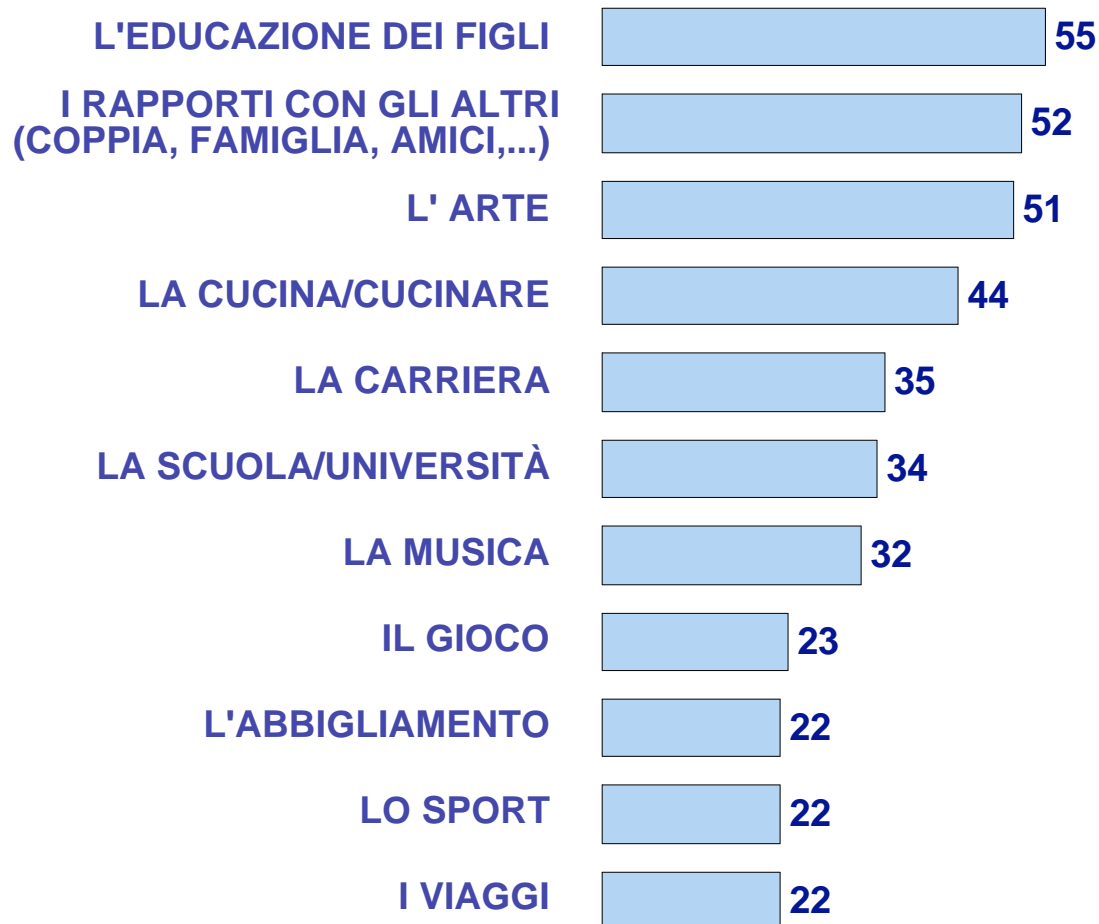


SEZ. C – I CONTESTI DELLA CREATIVITÀ

B2. AMBITI DI VITA DI MAGGIORE CREATIVITÀ

“Le leggerò ora alcune situazioni/ambiti/momenti della vita di tutti noi. Lei dovrebbe dirmi in quali serve essere più creativi.”

(Base: totale campione, n=800; %)

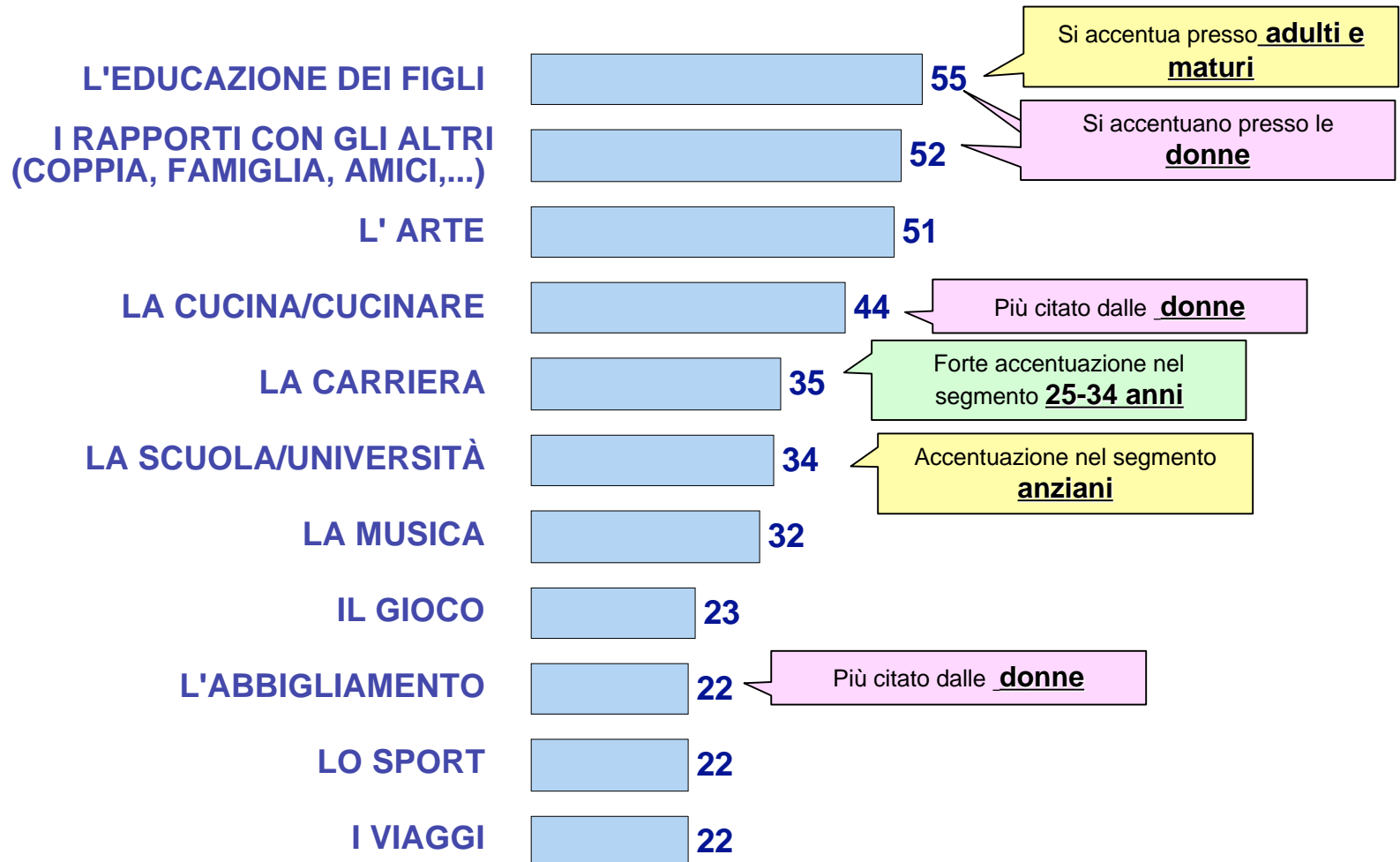


Dom. 14

B2. AMBITI DI VITA DI MAGGIORE CREATIVITÀ

“Le leggerò ora alcune situazioni/ambiti/momenti della vita di tutti noi. Lei dovrebbe dirmi in quali serve essere più creativi.”

(Base: totale campione, n=800; %)

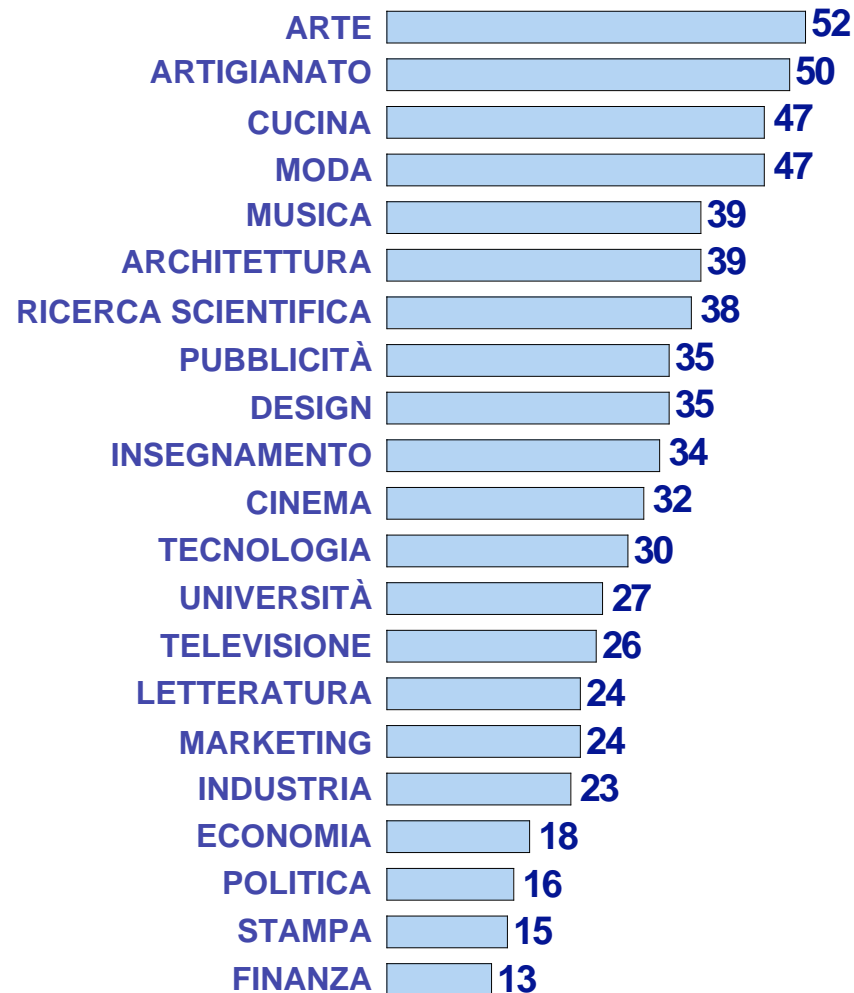


Dom. 14

B4. SETTORI PROFESSIONALI DI MAGGIORE CREATIVITÀ

“Le leggerò ora un elenco di settori/attività professionali. Lei dovrebbe dirmi in quali ambiti è più importante, per avere successo, essere creativi.”

(Base: totale campione, n=800; %)

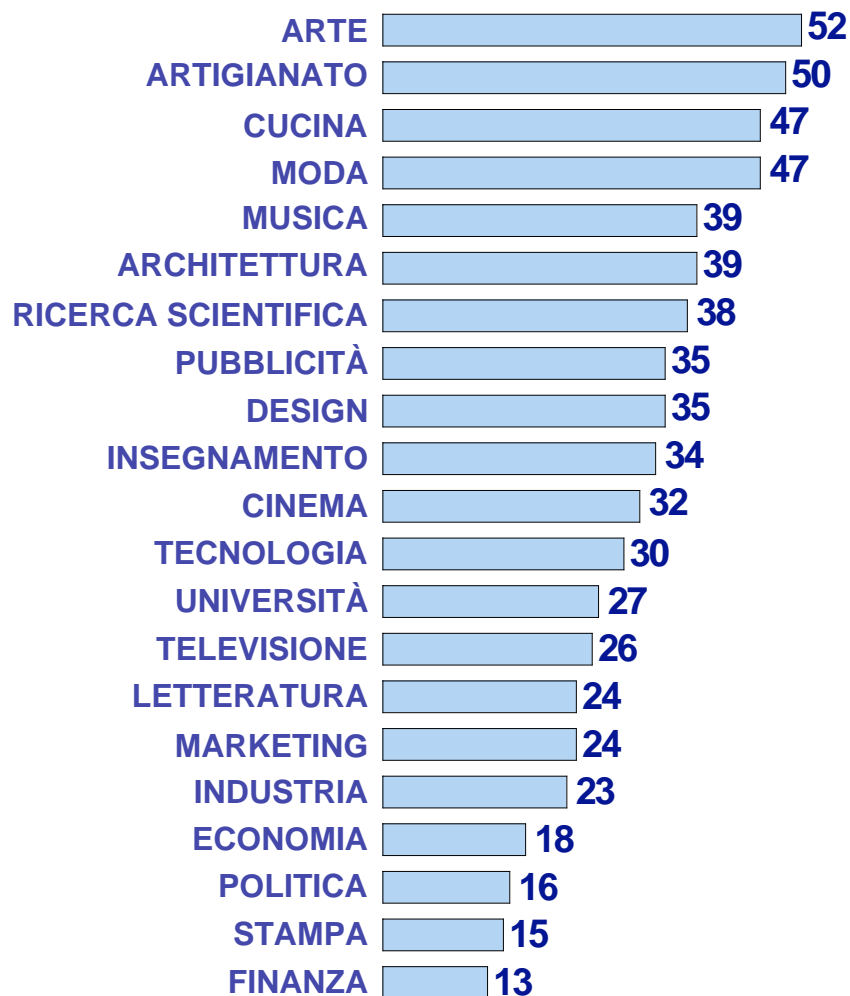


Dom. I6

B4. SETTORI PROFESSIONALI DI MAGGIORE CREATIVITÀ

“Le leggerò ora un elenco di settori/attività professionali. Lei dovrebbe dirmi in quali ambiti è più importante, per avere successo, essere creativi.”

(Base: totale campione, n=800; %)



Accentuazioni

Giovani

Moda
Pubblicità
Design
Marketing

Anziani

Artigianato
Ricerca scientifica
Insegnamento
Università
Letteratura
Economia
Politica

Uomini

Tecnologia
Industria

Donne

Cucina
Moda

Dom. I6

B7. PERSONAGGI PIÙ CREATIVI

“Pensi adesso a un personaggio (vivente o non più) che Lei considera veramente creativo. Mi dica il primo nome che Le viene in mente.”

(citazioni spontanee)

(Base: totale campione, n=800; %)



Dom. 19

B7A. CATEGORIE PIÙ CREATIVE

“Pensi adesso a un personaggio (vivente o non più) che Lei considera veramente creativo. Mi dica il primo nome che Le viene in mente.”

(aggregazioni dalle citazioni spontanee)

(Base: totale campione, n=800; %)



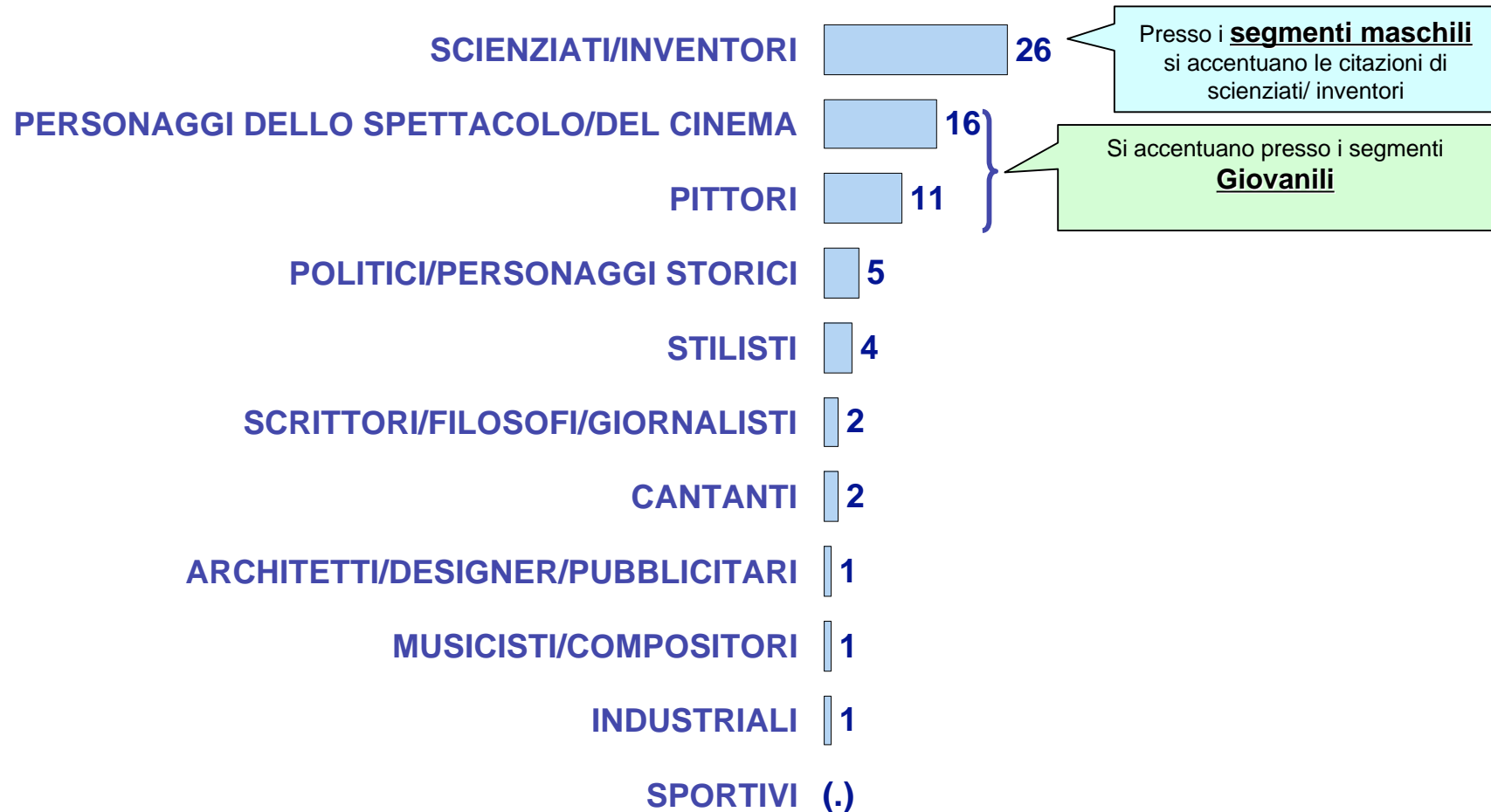
Dom. 19

B7A. CATEGORIE PIÙ CREATIVE

“Pensi adesso a un personaggio (vivente o non più) che Lei considera veramente creativo. Mi dica il primo nome che Le viene in mente.”

(aggregazioni dalle citazioni spontanee)

(Base: totale campione, n=800; %)



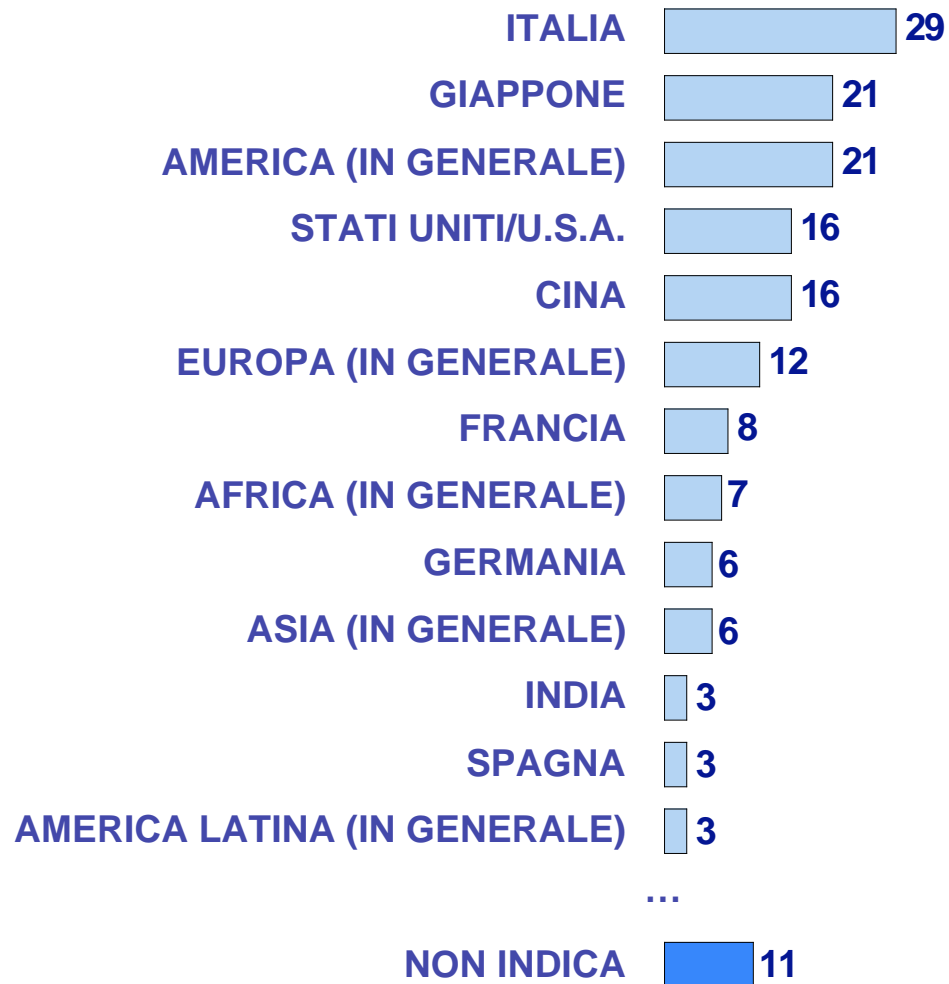
Dom. 19

SEZ. D – NAZIONI, REGIONI E CREATIVITA'

B6. PAESI PIÙ CREATIVI

“La prego di pensare ai paesi/continenti di tutto il mondo. Quali sono, secondo Lei, i paesi più creativi?”

(Base: totale campione, n=800; %)

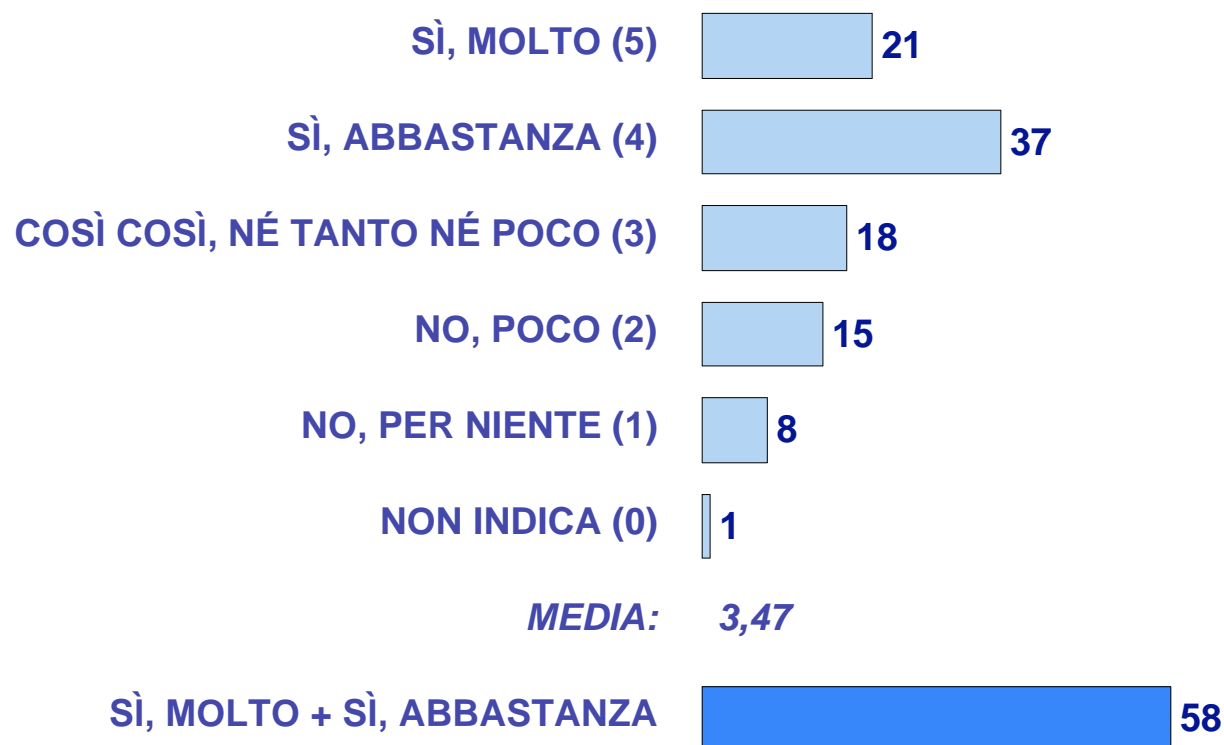


Dom. 18

C1. PERCEZIONE DI CREATIVITÀ DELL'ITALIA

“Parliamo adesso in particolare dell'Italia. Secondo Lei, l'Italia di oggi può essere definita un paese creativo? Quanto?”

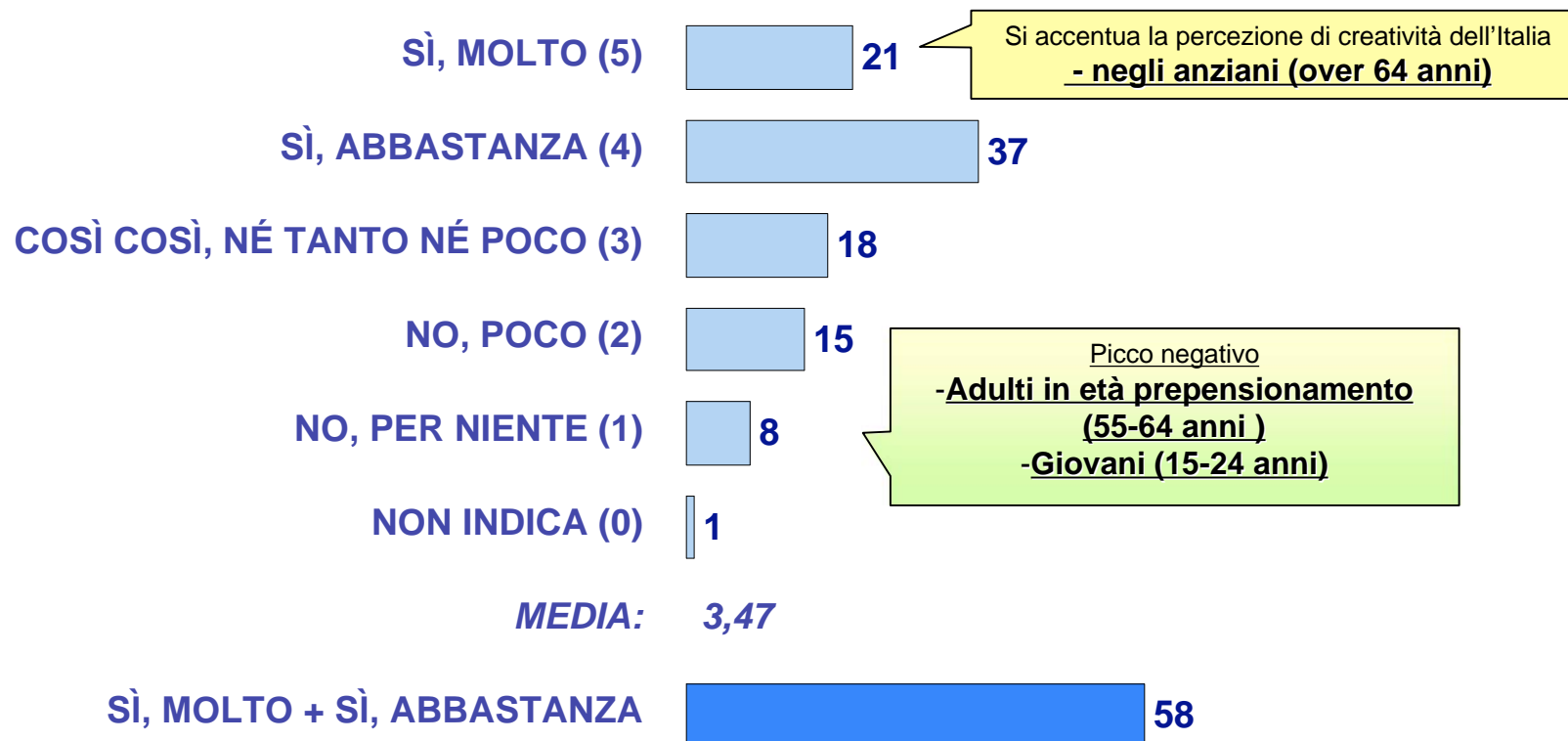
(Base: totale campione, n=800; %)



C1. PERCEZIONE DI CREATIVITÀ DELL'ITALIA

“Parliamo adesso in particolare dell'Italia. Secondo Lei, l'Italia di oggi può essere definita un paese creativo? Quanto?”

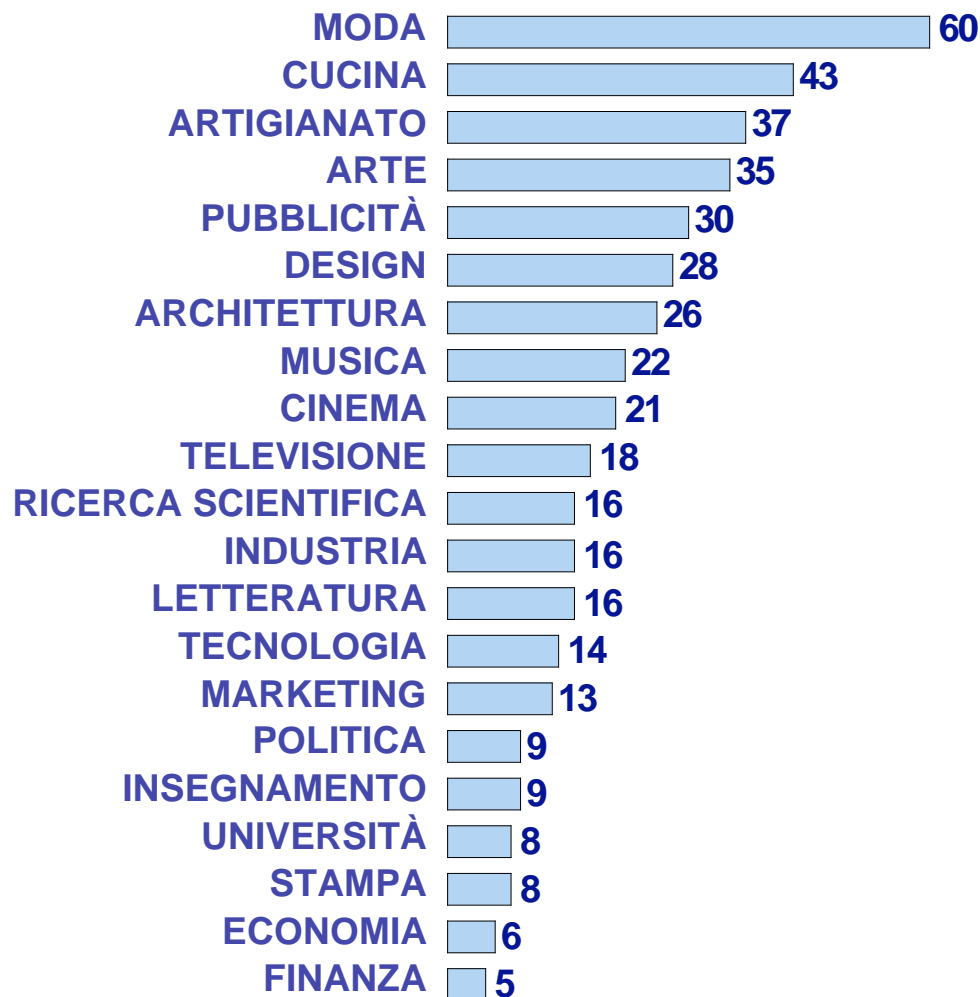
(Base: totale campione, n=800; %)



C2. SETTORI PROFESSIONALI DI MAGGIORE CREATIVITÀ IN ITALIA

“Le leggerò ora un elenco di settori/attività professionali, riferiti questa volta all’Italia. Lei dovrebbe dirmi in quali ambiti, secondo Lei, l’Italia esprime maggiormente la sua creatività.”

(Base: totale campione, n=800; %)



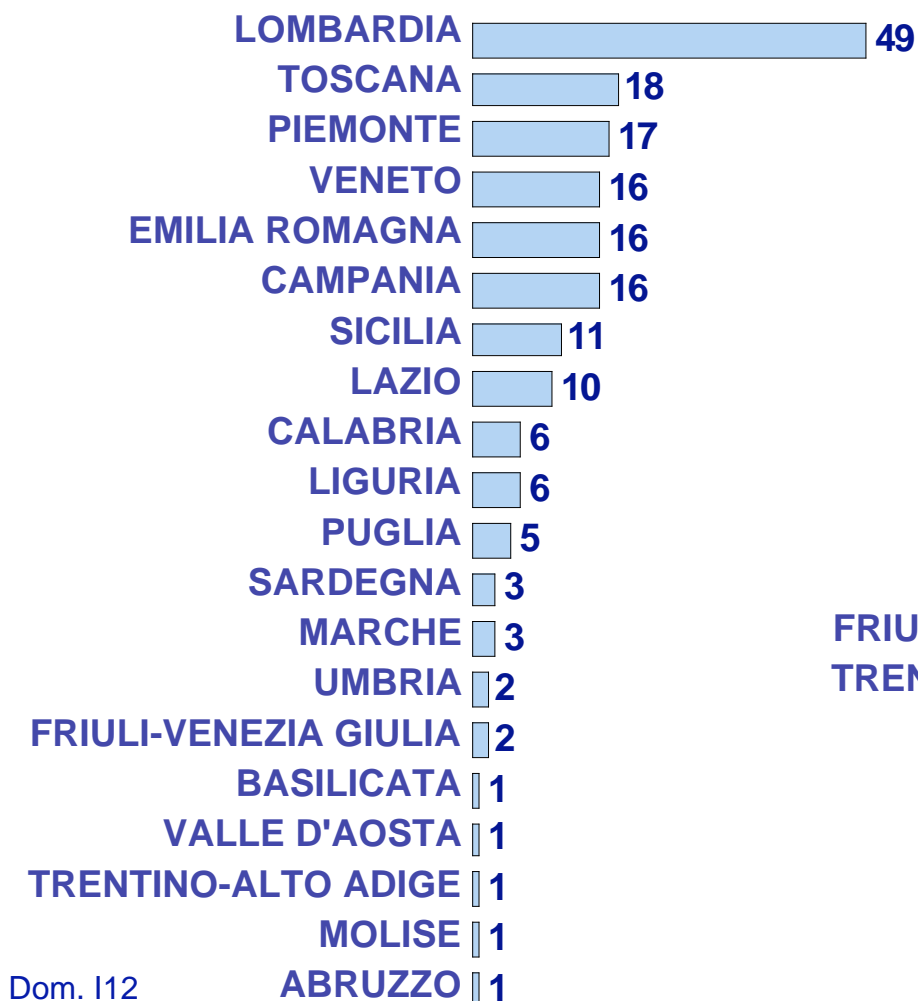
Dom. I11

C3. CREATIVITÀ ASSOCIATA ALLE DIVERSE REGIONI ITALIANE

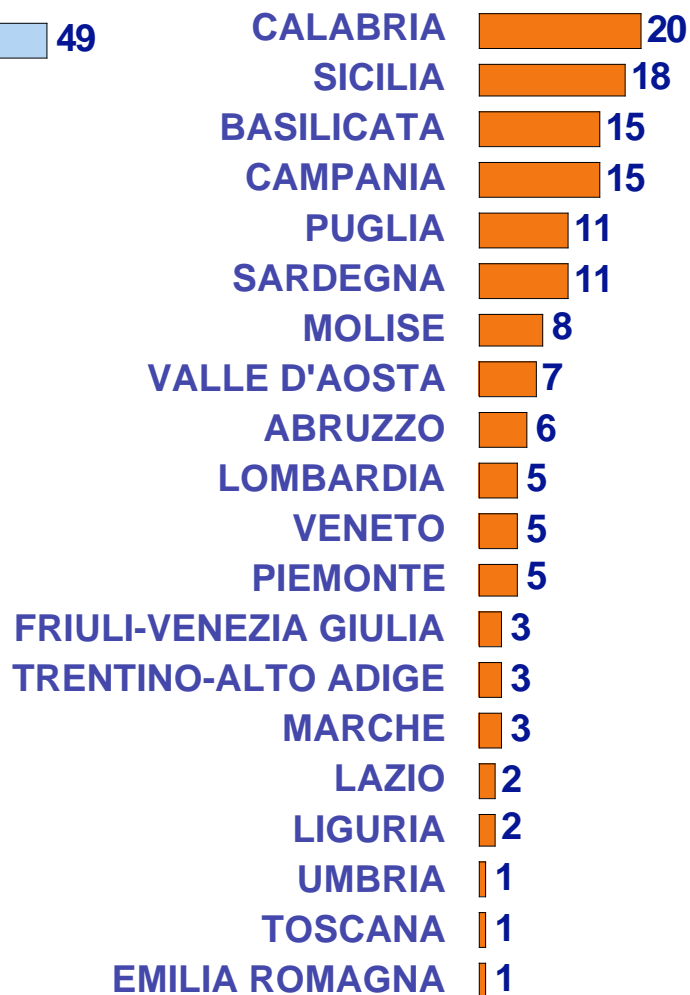
“In particolare, quali sono le regioni italiane più creative? E quelle meno creative?”

(Base: totale campione, n=800; %)

LE PIÙ CREATIVE



LE MENO CREATIVE

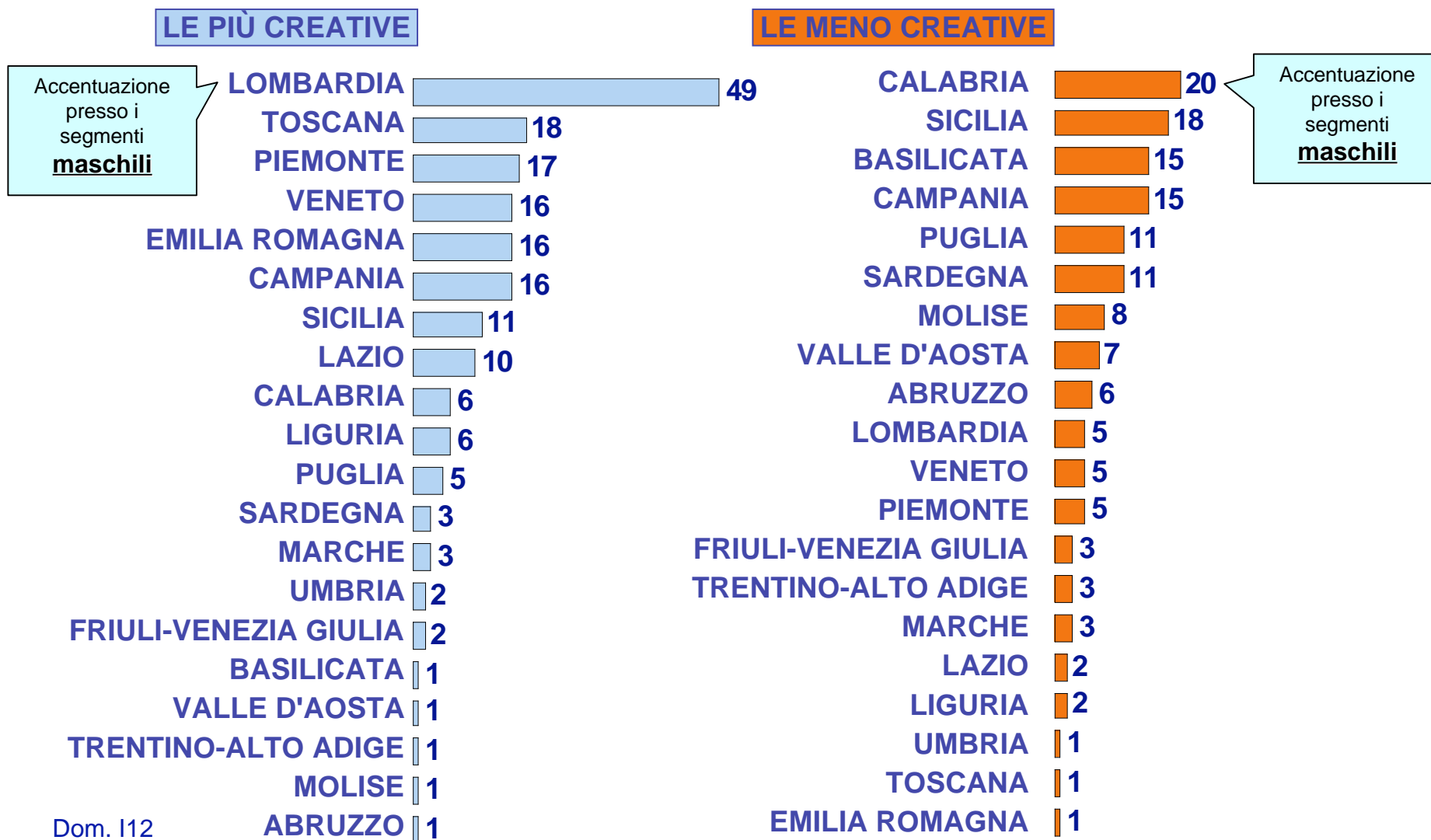


Dom. I12

C3. CREATIVITÀ ASSOCIATA ALLE DIVERSE REGIONI ITALIANE

“In particolare, quali sono le regioni italiane più creative? E quelle meno creative?”

(Base: totale campione, n=800; %)



C4. PERCEZIONE CREATIVITÀ IN ITALIA RISPETTO AL PASSATO

“Sempre pensando all’Italia, Lei ritiene che rispetto al passato l’Italia di oggi sia ...”

(Base: totale campione, n=800; %)



Dom. I14

SEZ. E – POSIZIONAMENTI SU MAPPA

CHE COS'È LA CREATIVITÀ

UN MODO PER
ESPRIMERE SE' STESSI
(68 %)

110	121	126	97
91	132	95	75
102	102	58	120
109	71	106	84

E' AVERE IDEE NUOVE,
BELLE, UTILI
(64,7 %)

92	92	84	94
120	106	85	84
114	84	89	83
134	117	130	66

E' IL CONTRIBUTO CHE
OGNUNO PUO' DARE PER
UN MONDO MIGLIORE
(53,3 %)

113	97	57	73
89	132	105	82
115	112	97	129
73	140	92	62

E' TROVARE SOLUZIONI
INNOVATIVE PER I
PROBLEMI
(47 %)

100	74	61	134
85	112	136	86
151	78	52	117
48	135	123	76

DEVE ESSERE
FINALIZZATA A CREARE
QUALCOSA DI UTILE
(46,4%)

82	105	50	63
119	82	95	77
120	116	127	124
113	98	144	44

E' FARE QUALCOSA CHE
TI FA DISTINGUERE
DAGLI ALTRI
(32,2%)

69	107	13	145
80	118	62	88
135	126	56	117
160	79	93	48

E' SUPERARE I PROPRI
LIMITI
(24,6%)

133	46	161	163
87	106	50	62
122	56	131	204
8	67	36	165

COLLEGARE IN MODO
NUOVO COSE CHE
ESISTONO GIA'
(23,0%)

112	103	83	166
53	129	79	112
121	125	17	131
132	136	53	75

E' PROPRIA DI CHI HA
UNA VENA DI FOLLIA/
STRAVAGANZA
(15,3%)

26	136	117	180
107	91	228	91
124	125	109	104
11	80	31	73

E' ROTTURA DELLE
REGOLE
(15,2%)

47	62	196	169
78	142	198	113
88	99	18	85
39	19	171	36

Dom. I3

LA CREATIVITA' E' UNA *NOTE* INNATA O UNA *TECNICA* CHE SI PUO' IMPARARE

PER IL 72,5% DEGLI INTERVISTATI
LA CREATIVITA' E' UNA
NOTE INNATA

89	114	128	116
105	90	97	103
92	118	51	88
130	86	109	91

PER IL 22,2% DEGLI INTERVISTATI
LA CREATIVITA' E' UNA
TECNICA CHE SI PUO' IMPARARE

109	78	31	73
75	73	132	93
92	47	284	163
26	89	95	149

Dom. 17

IMPORTANZA DELLA CREATIVITÀ

PER IL 53,6% DEGLI INTERVISTATI RITIENE
CHE NELLA VITA E'
MOLTO IMPORTANTE ESSERE CREATIVI

55	124	114	136
65	105	92	100
117	113	77	153
78	105	70	106

PERCEZIONE DI CREATIVITÀ DELLA PROPRIA VITA

PER IL 64,6 % DEGLI INTERVISTATI
LA PROPRIA VITA E'
MOLTO O ABBASTANZA CREATIVA

120	94	122	124
79	119	93	101
94	126	99	114
94	77	87	56

Dom. I5

LEI SI RITIENE UNA PERSONA CREATIVA

IL 64,1 DEGLI INTERVISTATI SI
RITIENE UNA PERSONA
MOLTO O ABBASTANZA CREATIVA

103	111	132	131
79	107	102	87
98	76	109	110
115	64	103	93

Dom. I15

PERCEZIONE DI CREATIVITÀ DELL'ITALIA

PER IL 57,7% DEGLI INTERVISTATI
L'ITALIA DI OGGI E'
MOLTO O ABBASTANZA CREATIVA

98	105	97	91
114	103	81	112
104	108	84	107
118	91	93	85

PER IL 20,4% DEGLI INTERVISTATI
L'ITALIA DI OGGI E'
MOLTO CREATIVA

101	125	64	142
88	206	46	90
102	121	38	90
56	94	146	49

Dom. I10

PERCEZIONE CREATIVITÀ IN ITALIA RISPETTO AL PASSATO

PER IL 41,7% DEGLI INTERVISTATI
L'ITALIA DI OGGI E' MENO CREATIVA
CHE IN PASSATO

107	85	111	96
73	150	110	92
121	37	154	86
92	148	44	126

PER IL 41% DEGLI INTERVISTATI
L'ITALIA DI OGGI E' PIU' CREATIVA
CHE IN PASSATO

100	142	103	85
148	67	103	87
99	146	70	75
68	72	118	97

Dom. I14