

## DIETA MEDIALE DEGLI STUDENTI UNIVERSITARI: PRIMI RISULTATI DI UNA RICERCA QUANTITATIVA DIACRONICA

*Nicola Cavalli<sup>1</sup>, Paolo Ferri<sup>1</sup>, Andrea Mangiatori<sup>1</sup>, Francesca Scenini<sup>1</sup>, Andrea Pozzali<sup>1</sup>*

<sup>1</sup>*Università di Milano Bicocca*

### Abstract

In questo articolo illustreremo i risultati della nostra ricerca empirica, svolta dal gruppo di lavoro dell'Osservatorio sui Nuovi Media NuMediaBiOs ([www.numediabios.eu](http://www.numediabios.eu)) sulla dieta mediale dei giovani universitari italiani. Presenteremo alcuni dati in prospettiva diacronica, essendo ormai giunti alla terza edizione di questa ricerca. La prima rilevazione è stata compiuta nel 2008, la seconda nel 2009 e la terza nel 2011.

Vi sono evidenze, pur nella provvisorietà dei dati del 2011, che l'utilizzo della rete stia diventando sempre più pervasivo, creando così i presupposti perché da una tecnologia di vita essa diventi anche una tecnologia di apprendimento.

In questo articolo illustreremo i risultati della nostra ricerca empirica, svolta dal gruppo di lavoro dell'Osservatorio sui Nuovi Media NuMediaBiOs ([www.numediabios.eu](http://www.numediabios.eu)) sulle diete mediale dei giovani universitari italiani<sup>1</sup>. Presenteremo alcuni dati in prospettiva diacronica, essendo ormai giunti alla terza edizione di questa ricerca. La prima rilevazione è stata compiuta nel 2008, la seconda nel 2009 e la terza nel 2011.

Presentiamo qui estesamente i dati del 2008 e 2009, e solo alcuni, provvisori, della rilevazione del 2011.

L'oggetto specifico dell'analisi si è focalizzato sulla dieta mediale degli studenti universitari dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca. La ricerca è stata svolta in tre tornate successive, nel 2008, nel 2009 e nel 2011, e si è avvalsa di una metodologia che ha integrato tecniche di rilevazione quantitative e qualitative.

L'indagine quantitativa è consistita nella somministrazione di un questionario ad un campione casuale rappresentativo di studenti ammessi ai corsi di laurea triennali dell'Università di Milano-Bicocca. La somministrazione è avvenuta in diverse tornate successive, tra i mesi di marzo e aprile 2008, aprile e luglio 2009, e giugno e settembre 2011, contestualmente alle prove di test di idoneità informatica e linguistica, che tutti gli studenti sono tenuti a passare obbligatoriamente al fine del conseguimento del titolo di laurea. Il questionario utilizzato si componeva di 30 domande, divise nelle seguenti quattro parti (a cui si aggiungeva una ultima sezione nella quale i soggetti interessati ad essere coinvolti in

approfondimenti di tipo qualitativo come interviste e/o focus group erano invitati a lasciare un loro recapito mail)<sup>2</sup>:

- Parte 1 – Il rapporto con la tecnologia
- Parte 2 – I consumi culturali
- Parte 3 – Internet e vita quotidiana
- Parte 4 – L'utilizzo di piattaforme e servizi Web 2.0

Nel presente articolo presenteremo e discuteremo alcuni risultati delle prime due parti.

La compilazione del questionario avveniva in forma completamente anonima; il sistema utilizzato per l'erogazione registrava automaticamente il numero di matricola dello studente, e ciò ha permesso di controllare che all'interno del campione finale non vi fossero duplicazioni nelle risposte<sup>3</sup>; veniva registrato anche il tempo di compilazione<sup>4</sup>, e questo ha permesso di effettuare una serie di controlli incrociati volti ad eliminare dal campione le risposte che fossero il frutto di una compilazione eccessivamente frettolosa. Alla fine di questo intervento di ripulitura, le risposte valide sono state 1088 nell'indagine 2008, 1123 nell'indagine 2009, 1434 nel 2011 su una popolazione totale di 29583 studenti universitari iscritti in tutto l'ateneo<sup>5</sup>.

Nel presente articolo i dati relativi alle due differenti indagini del 2008 e 2009 vengono presentati in forma selezionata, seguendo l'ordine logico delle domande del questionario, ed

---

<sup>1</sup> Ringraziamo qui tutti i componenti dell'Osservatorio.

<sup>2</sup> Il questionario utilizzato nella rilevazione 2009 era una versione leggermente modificata di quello utilizzato per la rilevazione nell'anno precedente. I cambiamenti, che hanno in ogni caso lasciato inalterata la struttura di base del questionario, sono consistiti nell'eliminazione di alcune domande, relative alla diffusione di giochi di ruolo online, che non erano parse particolarmente significative nell'indagine 2008 e nell'aggiunta di altre domande, volte a rilevare particolari fenomeni (quali la free press e la popolarità di Facebook) che al momento della predisposizione dell'indagine 2008 non apparivano ancora massicciamente diffusi nel contesto italiano. A questo proposito, anticipando fin da subito alcuni elementi su cui si avrà modo di soffermarsi in sede di commento, vale la pena ricordare come l'esplosione del fenomeno Facebook in Italia possa essere datata sostanzialmente a partire dall'estate 2008. Stando ai dati diffusi da ComScore, e poi ripresi da diversi blog online e anche da Wikipedia, nel solo mese di agosto 2008 si sono registrate oltre un milione e trecentomila visite a questo sito, con un incremento annuo del 961%, mentre il terzo trimestre del 2008 ha visto l'Italia in testa alla lista dei paesi con il maggiore incremento del numero di utenti (+135%). L'evoluzione del fenomeno può essere seguita mese per mese grazie anche ai dati dell'Osservatorio Facebook (<http://www.vincos.it/osservatorio-facebook/>), stando ai quali gli italiani iscritti a Facebook erano 216 mila a gennaio 2008, 622 mila ad agosto, 1 milione 294 mila a settembre e 5 milioni 587 mila a dicembre 2008. La crescita ha continuato con un trend costante, tanto che ad aprile 2010 gli iscritti avrebbero superato quota 16 milioni). Si veda l'Appendice per ulteriori informazioni relative al questionario e alla metodologia della ricerca.

<sup>3</sup> Dal momento che il questionario veniva compilato prima della somministrazione dell'idoneità informatica e linguistica e la rilevazione veniva effettuata, al fine di assicurare il raggiungimento di un campione sufficientemente ampio, in sedute successive di test, non si poteva escludere a priori la possibilità che uno studente potesse trovarsi a compilare due volte il questionario stesso, nel caso ad esempio di non superamento dell'idoneità nella prima sessione di test utile.

<sup>4</sup> Prima di procedere alla somministrazione vera e propria, il questionario è stato messo a punto in una fase di pre-test, che ha coinvolto sia i componenti del gruppo di ricerca che altri soggetti, per garantire che lo strumento fosse al tempo stesso chiaro e non eccessivamente complicato. Dai risultati di questo pre-test si è visto come il tempo medio richiesto per la compilazione del questionario fosse inferiore ai dieci minuti.

<sup>5</sup> Fonte: Annuario Statistico 2009, disponibile online: <http://www.unimib.it/upload/pag/141869813/0/an/annuario2009.pdf>

effettuando una comparazione diretta tra i risultati ottenuti nel 2008 e nel 2009. In certi casi, le evidenze empiriche derivanti dalla rilevazione quantitativa vengono integrate dai risultati ottenuti nel corso dell'indagine qualitativa. Per alcune domande presentiamo anche i dati della rilevazione quantitativa del 2011.

È doveroso evidenziare che il report che qui illustriamo presenta i dati delle survey quantitative, una comparazione fra le due rilevazioni e non viene qui presentata la cluster analysis sui risultati 2008 e 2009, che pure è stata effettuata e già pubblicata (Cavalli et alii 2010).

### *Il rapporto con la tecnologia*

L'utilizzo del cellulare come strumento di navigazione in Internet è una specificità che si è diffusa molto nell'ultimo anno, con la diffusione degli smartphone; in particolare è necessario notare che nel 2008, cumulando la percentuale di risposte negative con i "non so/non risponde" i supera il 90% del campione che non utilizzava il cellulare per collegarsi a internet. Se si analizzano poi le percentuali di studenti che utilizzano il cellulare per controllare la mail (il 6,4%) o per scaricare contenuti (l'11,1%)<sup>6</sup>, si può notare come lo strumento cellulare non fosse sostanzialmente considerato dalla stragrande maggioranza del nostro campione come uno strumento di accesso al Web (1). Nella rilevazione del 2011, invece, questo tipo di utilizzo è drasticamente aumentato (Figura 1).

Se andiamo a considerare l'utilizzo del cellulare come mezzo per l'invio di sms/mms il discorso viene completamente ribaltato; in questo caso, infatti, il primato italiano nell'invenzione, insieme alla Corea e al Giappone, dell'uso degli sms sembra ricevere una sostanziale conferma. L'sms in particolare in Italia, come dimostrano anche recenti ricerche (Lancini e Turuani, 2009), è ormai un consolidato e efficientissimo strumento di comunicazione, in particolare in questa fascia di età e in quelle immediatamente inferiori. Il 95% del nostro campione di fatto utilizza questa modalità di comunicazione. Molto diffuse anche le pratiche di scattare foto (80,5%) e girare video (55,8%), legate alla funzione del cellulare di immortalare e scambiare momenti rilevanti della giornata. La tendenza ad utilizzare il cellulare anche per l'ascolto di musica per contro, forse a causa del predominio in

---

<sup>6</sup> La maggiore propensione allo scaricamento di contenuti può plausibilmente essere considerata come indicatore di un uso di tipo ludico-ricreativo del cellulare (loghi, suonerie, gadget, ecc.)

questo campo di altri *devices* quali l'iPod e i lettori Mp3, appare essere minore anche se comunque consistente (41%).

Interessante è poi notare che le immagini acquisite attraverso il cellulare vengono sì scambiate attraverso il Web ed i social network, ma passandole dal PC, non direttamente da cellulare.

**Tab. 1:** Tipologia degli utilizzi del telefono cellulare (Dati 2008)

| Usi il cellulare per... | Sì   | No   | Non so/non risponde |
|-------------------------|------|------|---------------------|
| Mandare sms/mms         | 94,4 | 2,7  | 2,9                 |
| Scattare foto           | 80,5 | 15,5 | 4                   |
| Girare video            | 55,8 | 36,7 | 7,6                 |
| Ascoltare musica        | 41   | 51   | 8                   |
| Scaricare contenuti     | 11,1 | 77,7 | 11,2                |
| Navigare in Internet    | 8,6  | 80,3 | 11,1                |
| Mandare mail            | 6,4  | 81,8 | 11,8                |

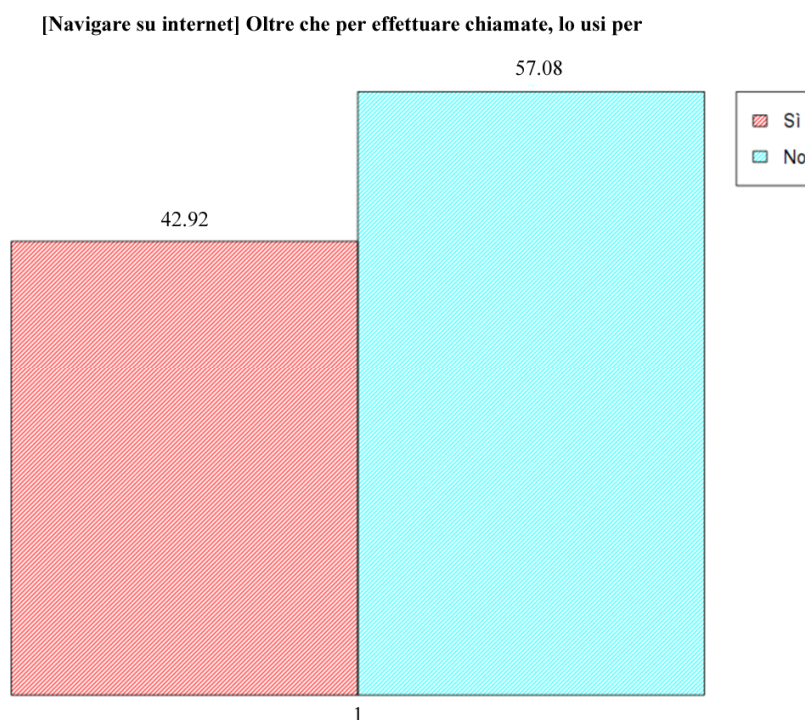
I dati dell'indagine 2009 al riguardo sono congruenti con quelli del 2008 e non manifestano rilevanti scostamenti (Tabella 2), lo scostamento è avvenuto successivamente, nel corso del 2010 e del 2011. L'unica differenza che appare effettivamente rilevante fra le rilevazioni 2008 e 2009 riguarda il lieve incremento nella propensione ad utilizzare il cellulare per la navigazione in Internet (si passa dall'8,6% nel 2008 al 12,1 nel 2009); ciò potrebbe essere collegato ad un incremento nella penetrazione degli smartphone, che erano del resto ancora poco diffusi a livello generale fino al 2009, mentre successivamente si è avuta una massiccia diffusione. Complessivamente, pare di poter affermare che, nonostante il grande successo mediatico di alcuni smartphone tra cui l'iPhone<sup>7</sup>, l'utilizzo di Internet in mobilità attraverso il cellulare abbia attecchito presso il nostro campione solo nel corso del 2010/2011.

<sup>7</sup> Ricordiamo che la prima versione dell'iPhone commercializzata in Italia (iPhone 3G) è stata introdotta sul mercato a partire dall'11 luglio 2008, quindi in una data successiva allo svolgimento della nostra prima rilevazione. Stando ai dati di AdMob (<http://metrics.admob.com/>), ad aprile 2010 il numero di iPhone presenti sul mercato italiano si aggirerebbe intorno alle 800.000 unità. Ricordiamo anche come, secondo uno studio di comScore ([http://www.comscore.com/Press\\_Events/Press\\_Releases/2010/3/UK\\_Leads\\_European\\_Countries\\_in\\_Smartphone\\_Adoption\\_with\\_70\\_Growth\\_in\\_Past\\_12\\_Months](http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2010/3/UK_Leads_European_Countries_in_Smartphone_Adoption_with_70_Growth_in_Past_12_Months)), a fine gennaio 2010 gli utilizzatori di smartphone in Italia sarebbero 15 milioni, cifra superiore a quanto si registrerebbe nel Regno Unito (11,1 milioni di utenti), in Spagna (9,9 milioni), Germania (8,4 milioni) e Francia (7,1 milioni). L'utilizzo principale consiste nell'invia e ricevere SMS (79,5% degli utenti italiani), seguito dall'uso di applicazioni e giochi (37%) dall'ascolto di musica (20,4%) dalla navigazione in Internet (20,7%), dall'accesso a piattaforme di social network e blog (11,7%) e dalla lettura di news e informazioni (10,4%).

**Tab. 2:** Tipologia degli utilizzi del telefono cellulare (Dati 2009)

| <b>Usi il cellulare per</b> | <b>Sì</b> | <b>No</b> | <b>Non so/non risponde</b> |
|-----------------------------|-----------|-----------|----------------------------|
| Mandare sms/mms             | 93,4      | 4,3       | 2,3                        |
| Scattare foto               | 76        | 18,5      | 5,5                        |
| Girare video                | 52,4      | 37,8      | 9,8                        |
| Ascoltare musica            | 44,3      | 46,6      | 9,1                        |
| Navigare in Internet        | 12,1      | 76,1      | 11,8                       |
| Scaricare contenuti         | 7,3       | 79        | 13,7                       |
| Mandare mail                | 7         | 79        | 14                         |

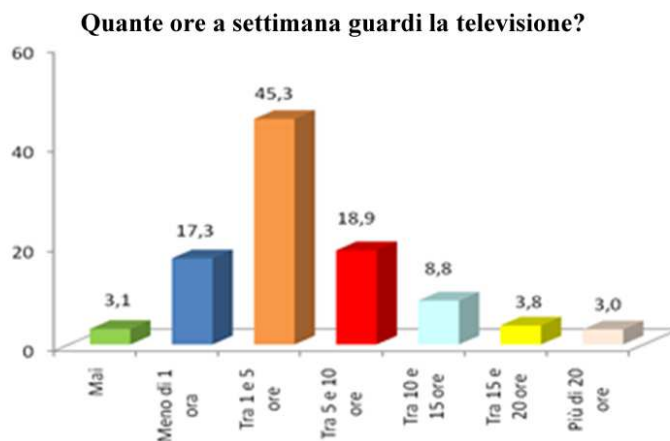
Complessivamente, la comparazione dei dati delle due ricerche del 2008 e 2009 sembra evidenziare solo segnali deboli di trasformazione nell'utenza dei cellulari da parte degli studenti della Bicocca, segnali che riguardano in particolare un leggerissimo spostamento verso la fruizione di Internet in mobilità, mentre risulta evidente che questo passaggio sia avvenuto successivamente; una tendenza verso un progressivo affermarsi del video rispetto alla fotografia, che rimane ancora largamente maggioritaria, che viene confermata anche con la rilevazione 2011 (58,99% lo utilizza per girare video, mentre 81,75% lo utilizza per le fotografie). Si tratta, come detto, però, di segnali che si sono rafforzato solo recentemente: il cellulare rappresenta certamente uno strumento di comunicazione diffusissimo e può iniziare ad essere considerato come una tecnologia abilitante per la vita online degli studenti. In particolare, il principale ostacolo in Italia all'affermazione del cellulare come strumento di navigazione in Internet può essere individuato nei costi di connessione dati che nel nostro Paese, contrariamente ai paesi del Nord Europa e agli Stati Uniti, sono ancora caratterizzati da profili tariffari particolarmente elevati, ma questo fenomeno, che ha rallentato la diffusione, sembra essere stato superato.



**Fig. 1:** rilevazione 2011 su accesso a internet via smartphone

### *I consumi culturali*

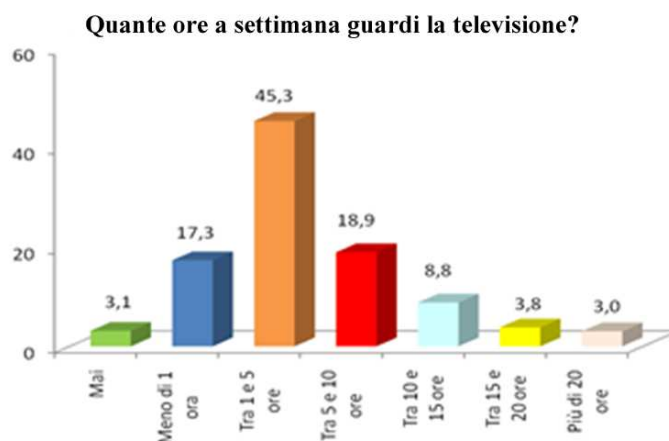
Tra i vari dati emersi dalla ricerca 2008, quello relativo al consumo settimanale di televisione appare essere uno dei più interessanti (Figura 2); più del 53% del nostro campione dichiara infatti di guardare non più di 5 ore di televisione alla settimana, evidenziando in questo modo una disaffezione al media televisivo che è molto superiore rispetto a quella di altre tipologie di utenti e coorti di età. Il web ed i consumi digitali paiono essere sostitutivi di un'offerta televisiva che si posiziona su un target di utenza decisamente più anziano, e con un profilo culturale molto più spostato verso il basso rispetto a quello degli studenti universitari. Solo il 21,1% del campione dichiara di guardare la televisione più di 10 ore la settimana e tra questi solo il 5% tra 15 e 20 ore. Gli studenti universitari della Bicocca paiono perciò decisamente distaccati da quella che fino dieci anni fa era considerata la regina dei mass media. Come vedremo non si tratta di un dato isolato, più crescono i consumi digitali più tendono a scendere quelli di natura analogica, compresi libri e quotidiani.



**Fig. 2:** Consumo settimanale di ore televisive (Dati 2008)

Il trend di disaffezione dalla televisione che si è manifestato nei dati del 2008, viene pienamente confermato anche nella rilevazione 2009 (Figura 3); anzi la percentuale degli studenti che guardano sempre meno televisione sale al 65,7%, con una crescita di più di 10 punti percentuali. Pare cioè che la comparsa sulla scena mediale digitale degli studenti universitari dei social network e in particolare di Facebook, abbia accelerato la crisi di audience della televisione presso gli studenti universitari, spostando ulteriormente la bilancia verso i consumi digitali. Anche le percentuali dei forti utenti di televisione calano tutte uniformemente nei dati della ricerca 2009. Calano sia la fruizione tra le 5-10 ore (dal 23,6% al 18,9%), sia quella tra le 10 e le 15 ore (dal 12,3 all'8,8%).

Il fenomeno della disaffezione dalla televisione dell'utenza degli studenti universitari si accentua quindi in maniera decisa tra le due rilevazioni, segnando una tendenza al declino dei consumi di televisione generalista che pare essere irreversibile, a favore di una crescita molto pronunciata nell'utilizzo di Internet e soprattutto dei social network, come vedremo quando avremo modo di parlare del fenomeno Facebook.



**Fig. 3:** Consumo settimanale di ore televisive (Dati 2009)

Nella rilevazione 2008, per certi versi in parallelo con la disaffezione rispetto al consumo di televisione generalista, si poteva constatare come la diffusione degli abbonamenti a pay tv (Sky) e a tv satellitare fosse piuttosto diffuso, essendo un fenomeno che riguardava il 40% del campione. Peraltro, non risultava altrettanto elevato il numero di coloro che dichiaravano l'intenzione di dotarsi di uno di questi strumenti. Il dato relativo al possesso di una pay tv o di una Tv satellitare non muta, anzi cala leggermente, nel 2009 passando dal 40% al 37,8% degli studenti (Tabella 3)

**Tab. 3:** Possesso di un abbonamento alla tv satellitare (Raffronto dati 2008 e 2009)

| Possiedi un abbonamento alla tv satellitare? | Dati 2008 | Dati 2009 |
|--|-----------|-----------|
| Sì   | 40,0      | 37,8      |
| No   | 54,2      | 57,9      |
| Intendo acquistarlo                          | 4,1       | 3,8       |
| Non so/Non risponde                          | 1,7       | 0,5       |

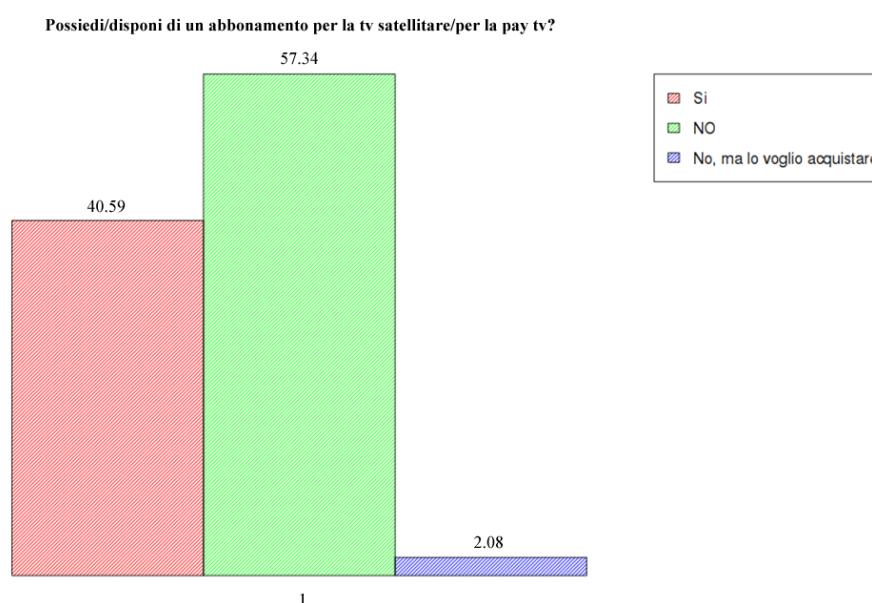
Per ciò che riguarda la tipologia di pay tv, la maggior parte degli studenti orienta la sua scelta su Sky e, in misura meno rilevante, su Fastweb (2,4%) e Alice (3,0%). La voce "Altro" probabilmente indica l'utilizzo di parabole per la ricezione satellitare non criptata. Nel 2009 si assiste ad una leggera diminuzione di Sky, e ad una crescita proporzionale anche delle altre tipologie di risposta (Tabella 3) ma come già detto in questo caso il numero di risposte valide è limitato solo ad una parte del campione (quel 37,8% che possiede un abbonamento) e quindi estrapolare linee di tendenza generale risulta complicato. Ciò che sembra comunque



evidenziarsi a livello complessivo è che l'effetto di calo generalizzato della fruizione televisiva non sembra di fatto spostare utenti sulle pay tv, anzi anche in questo settore sembra manifestarsi una certa tendenza ad un calo, anche se meno pronunciato. Nella rilevazione del 2011 vediamo invece come il dato sia in leggera crescita e possa quindi considerarsi pressochè stabile. Nel complesso, il medium televisivo, fruito secondo le modalità classiche della tv generalista o secondo le modalità a pagamento della televisione satellitare, sembra declinare all'interno del nostro campione.

**Tab. 4:** Tipo di abbonamento a tv satellitare (Raffronto dati 2008 e 2009)

| Tipo di abbonamento | Dati 2008 | Dati 2009 |
|---------------------|-----------|-----------|
| Sky                 | 30,1      | 25,4      |
| Fastweb             | 3,0       | 3,6       |
| Alice               | 2,4       | 3,3       |
| Altro               | 10,4      | 9,9       |



**Fig: 4:** Abbonamento alla tv satellitare – dati 2011

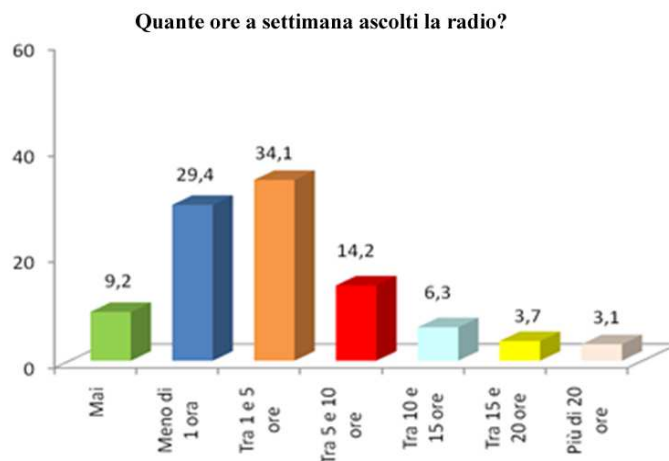
Per quanto riguarda la fruizione della radio, la dieta mediale degli studenti della Bicocca presenta nella rilevazione 2008 un quadro ancora più critico di quello emerso relativamente al consumo televisivo; il 74,8 % delle studentesse e degli studenti, infatti, ascolta mediamente meno di 5 ore di radio alla settimana e solo l'11,6% dichiara di ascoltarne tra 5 e 10 ore (Fig. ). È plausibile supporre che il carattere sempre più news o di intrattenimento parlato dei

programmi radiofonici e la diffusione degli iPod e dei lettori di Mp3 abbiano eroso molto del pubblico giovanile alla radio.

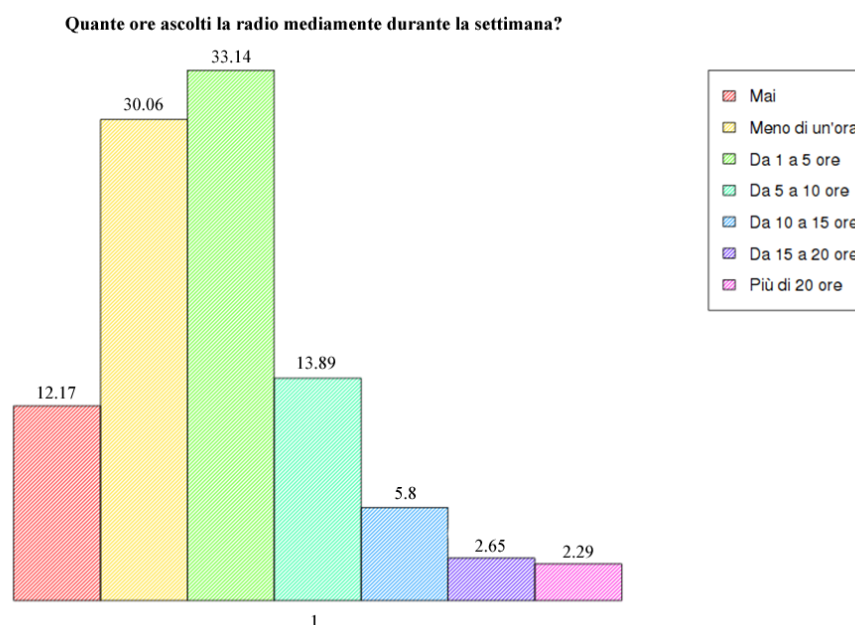


**Fig. 5:** Ascolto radiofonico settimanale (Dati 2008)

La tendenza verso una bassa fruizione radiofonica presso gli studenti trova conferma anche nei dati 2009, anche se rispetto alla rilevazione dell'anno prima si assiste ad un lieve recupero del pur basso ascolto radiofonico (Figura 6). Nel 2009 la percentuale del campione che ascolta meno di 5 ore di radio alla settimana cala infatti di tre punti e cresce in modo corrispondente la fascia di coloro che ascoltano tra le 5 e le 10 ore. Nella rilevazione del 2011 (figura 7) si torna però sui dati del 2008, con più del 75% di studentesse e studenti che non ascoltano mai la radio o la ascoltano per un tempo molto ridotto.



**Fig. 6** ascolto radiofonico settimanale (Dati 2009)



**Fig. 7:** Ascolto radiofonico. Dati 2011

Per quanto concerne la lettura di libri, la ricerca 2008 presenta dati piuttosto bassi: il 13,5% degli studenti non legge nessun libro, mentre il 48,6% legge meno di cinque libri all'anno<sup>8</sup>. Sommando queste due percentuali, il totale dei non lettori o dei "lievi lettori" ammonta quindi al 62,1% degli studenti. Il 20,9% legge tra 5 e 10 libri l'anno e un minoritario ma non insignificante 15,5% si candida a comporre in futuro la platea dei forti lettori. Il dato del 2009 presenta lievi segnali di miglioramento per quanto riguarda la lettura: la percentuale dei non lettori cala di quasi 2 punti percentuali, quella dei lettori moderati, ossia di coloro che

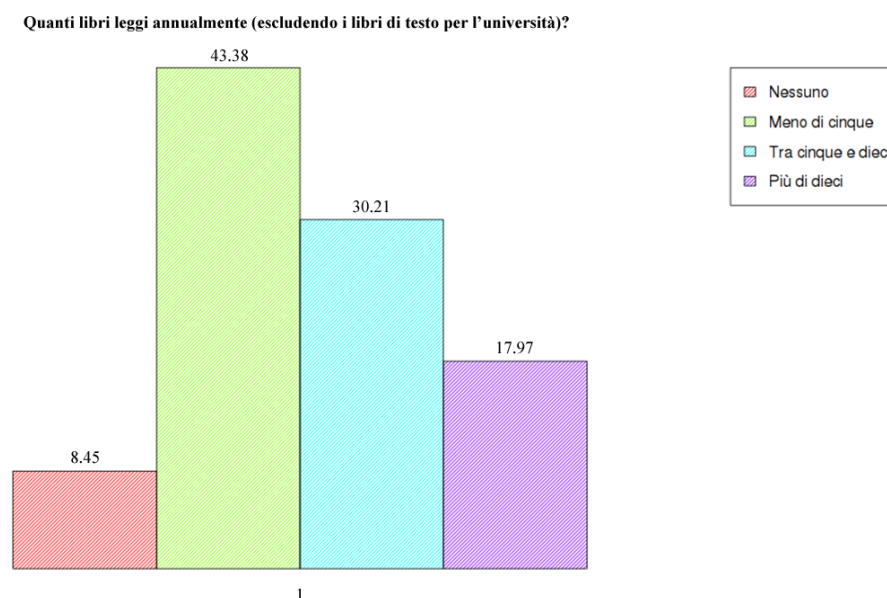
<sup>8</sup> Si intendono esclusi i libri di testo, necessari per la preparazione degli esami universitari.

leggono meno di cinque libri all'anno, cala di quattro punti, mentre cresce di 6 punti percentuali il numero di studenti che leggono dai 5 ai 10 libri l'anno (Tabella 5). Anche se in misura modesta, la propensione alla lettura sembra quindi crescere tra i nostri studenti. Questo non è un dato sorprendente se si considera il gap nella lettura di libri che caratterizza il nostro paese rispetto agli altri Paesi sviluppati. Il fatto che il numero dei lettori cresca nonostante la crisi economica e la transizione al digitale, potrebbe suonare come primo segnale di un trend verso una crescita futura del numero dei lettori forti indotta dalle nuove e spesso originali opportunità di diffusione e di scambio di pareri ed opinioni su libri e lettura offerte dai media digitali, anche se dati più recenti come quelli presentati dalla ricerca del Centro per il libro e la lettura e commentati ottimamente da Gino Roncaglia<sup>9</sup> paiono contrastare questa tendenza. Da notare a proposito come vi sia una significativa differenza di campione fra le due indagini, la nostra ristretta ai soli studenti universitari, mentre l'altra è sul totale della popolazione.

**Tab. 5:** Propensione alla lettura di libri (Raffronto dati 2008 e 2009)

| <b>Quanti libri leggi<br/>all'anno?</b> | <b>Dati 2008</b> | <b>Dati 2009</b> |
|---|------------------|------------------|
| Nessuno                                 | 13,5             | 11,7             |
| Meno di 5                               | 48,6             | 44,6             |
| Meno di 10                              | 20,9             | 26,7             |
| Più di 10                               | 15,5             | 15,6             |
| Non risponde                            | 1,6              | 1,4              |

<sup>9</sup> Qui: <http://www.nazioneindiana.com/2012/03/26/leditoria-fra-cartaceo-e-digitale-i-numeri-e-le-ragioni-di-una-crisi/>



**Fig. 8:** Propensione alla lettura di libri. Dati 2011

La presentazione di questi dati non può al momento essere corredata da analisi statistiche più corpose in quanto si tratta di dati provvisori e soggetti ancora ad una necessaria correzione del campione.

Vengono comunque presentati in quanto pare rilevino una certa consistenza con le rilevazioni precedenti nel rivelare un progressivo allontanamento dei giovani universitari dal mezzo televisivo ed una sempre crescente familiarità con la rete, in un tipo di utilizzo che possiamo definire “partecipativo”, ossia non tanto per la produzione di contenuti, quanto più come semplice strumento di comunicazione (testuale) all’interno della propria comunità di riferimento. La grande evoluzione nell’ultimo biennio è sicuramente data dalla diffusione degli smartphone e dall’utilizzo della rete in mobilità, fenomeno che porterà ad una sempre maggiore pervasività della rete stessa nella vita quotidiana delle giovani generazioni di studenti universitari e che favorirà sicuramente la fruizione di contenuti multimediali, la partecipazione ai social network e l’utilizzo della rete come una tecnologia di vita, senza scissione fra reale e virtuale, ma in un semplice connubio delle due dimensioni. Paiono quindi andarsi a creare i presupposti perché anche nello studio e nella dimensione educativa (così come in altre) queste modalità di fruizione, di utilizzo e di socializzazione possano diffondersi ed innescare un circuito di retroazioni che sarà certamente meritevole di approfondimenti.

## BIBLIOGRAFIA

AIE-Nilsen, (2010), Osservatorio permanente sui contenuti digitali, [www.osservatoriocontenutidigitali.it/](http://www.osservatoriocontenutidigitali.it/)

Alexander B., (2006), “Web 2.0: A New Wave of Innovation for Teaching and Learning?”, *Educause Review*, 41(2), 32–44, disponibile online: <http://www.educause.edu/apps/er/erm06/erm0621.asp>

Attwell G., (2007), “Personal Learning Environments - the future of eLearning?”, *eLearning Papers*, 2(1), 1-7, disponibile online: <http://www.elearningeuropa.info/files/media/media11561.pdf>

Barnes K., Marateo R.C. e Ferris S.P., (2007), “Teaching and learning with the net generation”, *Innovate*, 3(4), disponibile online: [http://innovateonline.info/pdf/vol3\\_issue4/Teaching\\_and\\_Learning\\_with\\_the\\_Net\\_Generation.pdf](http://innovateonline.info/pdf/vol3_issue4/Teaching_and_Learning_with_the_Net_Generation.pdf)

BECTA (2007), *Emerging technologies for learning: volume 2*, disponibile online [http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20101102103654/http://research.becta.org.uk/upload-dir/downloads/page\\_documents/research/emerging\\_technologies07.pdf](http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20101102103654/http://research.becta.org.uk/upload-dir/downloads/page_documents/research/emerging_technologies07.pdf)

BECTA (2008), *Harnessing Technology: Schools Survey 2008*, disponibile online: <http://www.nfer.ac.uk/nfer/publications/TSV02/TSV02.pdf>

Bolt D. e Crawford R., (2000), *Digital Divide: Computers and our Children's Future*, Tv Books, New York.

boyd, d. (2008), *Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics*, Ph.D dissertation, disponibile online: <http://www.danah.org/papers/>.

Browne T., Hewitt R., Jenkins M. e Walker R., (2008), *2008 Survey of Technology Enhanced Learning for higher education in the UK*, UCISA, disponibile online: <http://www.ucisa.ac.uk/publications/~media/290DD5217DA5422C8775F246791F5523.ashx>

Bullen M., Morgan T., Belfer K. e Qayyum A., (2009), “The Net Generation In Higher Education: Rhetoric and Reality”, *International Journal of Excellence in e-Learning*, 2(1):1-13.

Calvani A., Fini A. e Ranieri M., (2010), *La competenza digitale nella scuola*, Centro Studi Erickson, Trento.

Caron A.H. e Caronia L., (2007), *Moving Cultures: Mobile Communication in Everyday Life*, McGill-Queen's University Press, trad. it., *Crescere senza fili. I nuovi riti dell'interazione sociale*, Cortina, Milano 2010.

Carr N., (2008), “Is Google making us stupid? What the Internet is doing to our brains”, *Atlantic*, July/August, disponibile online: <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/is-google-making-us-stupid/6868/>

Carr N., (2010), *The Shallows. What the Internet Is Doing to Our Brains*, W.W. Norton & Company, New York.

Carstens A. e Beck J., (2005), “Get Ready for the Gamer Generation”, *TechTrends*, 49(3), 22-25.

Cascio J., (2009), “Get Smarter”, *Atlantic*, July/August, disponibile online: <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2009/07/get-smarter/7548/>

Castells M., (2001), *The Internet Galaxy: Reflections of the Internet, Business, and Society*, Oxford University Press, Oxford, trad. it. *Galassia Internet*, Feltrinelli, Milano 2002.

Castells M., (2009), *Communication power*, Oxford University Press, Oxford, trad. it. *Comunicazione e potere*, EGEA, Università Bocconi, 2009.

Castells, M. (1996), *The Information Age: Economy, Society and Culture, vol. I, The Rise of Network Society*, Blackwell Publishers, trad. it. *L'età dell'informazione: economia società cultura. Vol. I: La nascita della società in rete*, EGEA, Università Bocconi, Milano 2002.

Cavalli, N., Elisabetta Ida Costa, Paolo Ferri, Andrea Mangiatordi, Marina, Micheli, Andrea Pozzali, Francesca Scenini, Fabio Serenelli (2011) Facebook influence on university students' media habits: qualitative results from a field research. In MIT 7 – Media in Transition

Cerri R., (2008), *Didattica in azione. Professionalità e interazioni nei contesti educativi*, Carocci, Roma.

CLEX (Committee of Inquiry into the Changing Learner Experience), (2009), *Higher Education in a Web 2.0 World. Report of an independent Committee of Inquiry into the impact on higher education of students' widespread use of Web 2.0 technologies*, disponibile online: <http://www.jisc.ac.uk/publications/generalpublications/2009/heweb2.aspx>

Cope B. e Kalantzis M., (a cura di), (2009), *Multiliteracies: Literacy learning and the design of social futures*, Routledge, Londra.

Corrin L., Bennett S. e Lockyer L., (2010), “Digital natives: Everyday life versus academic study”. In: Dirckinck-Holmfeld L., Hodgson V., Jones C., de Laat M., McConnell D. e Ryberg T., (a cura di.), *Proceedings of the 7th International Conference on Networked Learning 2010*, disponibile online: <http://www.lancs.ac.uk/fss/organisations/netlc/past/nlc2010/abstracts/PDFs/Corrin.pdf>

Dede C., (2005), “Planning for neomillennial learning styles”, *EDUCAUSE Quarterly*, 28(1), 7-12.

Downes S., (2005), “E-Learning 2.0”, *ACM eLearn Magazine*, (10).

Eisenstein E., (1979), *The Printing Press as an Agent of Change: Communications and Cultural Transformations in Early Modern Europe*, Cambridge University Press, Cambridge-

New York, trad. it. *La rivoluzione inavvertita. La stampa come fattore di mutamento*, Il Mulino, Bologna 1986.

Ferri P., (2008), *La Scuola Digitale. Come le nuove tecnologie cambiano la formazione*, Bruno Mondadori, Milano.

Ferri P., Mizzella S. e Scenini F., (2009), *I nuovi media e il web 2.0. Comunicazione, formazione ed economia nella società digitale*, Angelo Guerini e Associati, Milano.

Ferri, P., Nicola Cavalli, Elisabetta Costa, Andrea Mangiatordi, Andrea Pozzali, Francesca Scenini (2009), Italian University Students and Digital Technologies: Some Results from a Field Research, in M. D. Lytras et al. (eds), "Best Practices for the Knowledge Society. Knowledge, Learning, Development and Technology for All", Communications in Computer and Information Science, Volume 49, 357-365, Springer Berlin.

Ferri, P., Nicola Cavalli, Elisabetta Costa, Andrea Mangiatordi, Andrea Pozzali, Francesca Scenini (2010) *Digital learning la dieta mediana degli studenti universitari italiani*, Ledizioni, Milano.

Fleming N., (2010), "Using Facebook can lower exam results by up to 20%", *Daily Mail*, 7 settembre, disponibile online: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-1309612/Using-Facebook-lower-exam-results-20.html>

Frand J.L., (2000), "The Information-Age mindset: Changes in students and implications for higher education", *Educause Review*, 15-24.

Gasser U. e Palfrey J., (2008), *Born Digital - Connecting with a Global Generation of Digital Natives*, Perseus Publishing, New York.

Hargittai E., (2010), "Digital Na(t)ives ? Variation in Internet Skills and Uses among Members of the "Net Generation", *Sociological Inquiry*, 80(1), 92-113.

Hargittai E., Fullerton L., Menchen-Trevino E. e Thomas K.Y., (2010), "Trust Online: Young Adults' Evaluation of Web Content", *International Journal of Communication*, 4, 468-494.

Howe N. e Strauss W., (2000), *Millennials Rising: The Next Greatest Generation*, Vintage Books, New York.

Ipsos Mori, (2007), *Student Expectations Study. Key findings from online research and discussion evenings held in June 2007 for the Joint Information Systems Committee*. London: Joint Information Systems Committee (JISC).

Istat, *Cittadini digitali*, (2009) disponibile online: [http://www.istat.it/salastampa/comunicati/non\\_calendario/20091228\\_01/testointegrale20091228.pdf](http://www.istat.it/salastampa/comunicati/non_calendario/20091228_01/testointegrale20091228.pdf)

Ito M., (2010), *Hanging out, Messing around, and Geeking out. Kids Living and Learning with New Media*, MIT Press, Cambridge.



Ito M., Horst H., Bittanti M., boyd d., Herr-Stephenson R., Lange P., Pascoe C. e Robinson L., (2008), *Living and Learning with New Media*, MacArthur Foundation, Chicago.

Jenkins H., (2006a), "Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century", disponibile online: [http://digitallearning.macfound.org/site/c.enJLKQNiFiG/b.2029291/k.97E5/Occasional\\_Papers.htm](http://digitallearning.macfound.org/site/c.enJLKQNiFiG/b.2029291/k.97E5/Occasional_Papers.htm), trad. it. *Culture partecipative e competenze digitali. Media education per il XXI secolo*, Guerini e Associati, Milano, 2010.

Jenkins H., (2006b), *Convergence culture: where old and new media collide*, New York University Press, New York, trad. it. *Cultura convergente*, Apogeo, Milano 2007.

Johnson S., (2005), *Everything Bad is Good for You: How Today's Popular Culture is Actually Making Us Smarter*, Riverhead Hardcover, trad. it. *Tutto quello che fa male ti fa bene. Perché la televisione, i videogiochi e il cinema ci rendono intelligenti*, Mondadori, Milano 2006.

Jonassen D.H., (2006), *Modeling with technology: Mindtools for conceptual change*, Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.

Jones, C. e Cross, S., (2009), "Is there a Net generation coming to university?" Paper presentato alla Association for Learning Technology Conference 2009 "In dreams begins responsibility": Choice, evidence and change, 8-10 September, Manchester, UK, disponibile online: [http://repository.alt.ac.uk/645/1/ALT-C\\_09\\_proceedings\\_090806\\_web\\_0299.pdf](http://repository.alt.ac.uk/645/1/ALT-C_09_proceedings_090806_web_0299.pdf)

Jones, S. e Fox, S., (2009), *Generations Online in 2009*. Washington DC: Pew Internet & American Life Project, disponibile online <http://www.pewinternet.org/Reports/2009/Generations-Online-in-2009.aspx>

Kennedy G. et al., (2009), *Educating the net generation: A handbook of findings for practice and policy*, Sydney: Australian Learning and Teaching Council, disponibile online: <http://www.netgen.unimelb.edu.au/outcomes/handbook.html>

Kennedy G.E., Dalgarno B., Gray K., Judd T., Waycott J., Bennett S., Maton K., Krause K-L., Bishop A., Chang R. e Churchward A., (2007), "The net generation are not big users of Web 2.0 technologies: Preliminary findings from a large cross-institutional study". In: *Providing choices for learners and learning. Proceedings ascilite Singapore 2007* (pp. 517-525). Singapore: Nanyang Technological University. <http://www.ascilite.org.au/conferences/singapore07/procs/kennedy.pdf>

Kennedy G.E., Judd T.S., Churchward A., Gray K. e Krause K-L., (2008), "First year students' experiences with technology: Are they really digital natives?", *Australasian Journal of Educational Technology* 24(1), 108-122.

Kirkwood A. e Price L., (2005), "Learners and learning in the twenty-first century: what do we know about students' attitudes towards and experiences of information and communication technologies that will help us design courses?", *Studies in Higher Education*, 30(3), 257-274.

Krause K., Hartley R., James R. e McInnes C., (2005), *The first year experience in Australian universities: Findings from a decade of national studies*. Canberra, Australia: Department of Education, Science and Training, disponibile online: [http://www.cshe.unimelb.edu.au/research/experience/docs/FYE\\_Report\\_1994\\_to\\_2009.pdf](http://www.cshe.unimelb.edu.au/research/experience/docs/FYE_Report_1994_to_2009.pdf)

Kvavik R.B., Caruso J.B. e Morgan G., (2004), *ECAR Study of Students and Information Technology, 2004: Convenience, Connection, and Control* (Research Study, Vol.5). Boulder, CO: EDUCAUSE Center for Applied disponibile online: <http://www.educause.edu/ers0405>

Lancini M. e Turuani L., (2009), *Sempre in contatto. Relazioni virtuali in adolescenza*, Franco Angeli, Milano.

Laurillard D., (2008), "Digital technologies and their role in achieving our ambitions for education", Institute of Education, Londra.

Lenhart A., Rainie L. e Lewis O., (2001), *Teenage Life Online: The Rise of Instant-Message Generation and the Internet's Impact on Friendship and Family Relationships*, Washington, DC: Pew Internet & American Life Project.

[Lenhart A.](#), [Purcell K.](#), [Smith A.](#) e [Zickuhr K.](#), (2010) *Social Media and Young Adults*, disponibile online <http://www.pewinternet.org/Reports/2010/Social-Media-and-Young-Adults.aspx>

Lohnes S. e Kinzer C., (2007), "Questioning assumptions about students' expectations for technology in college classrooms", *Innovate: Journal of Online Education*, 3(5), disponibile online: [http://innovateonline.info/pdf/vol3\\_issue5/Questioning\\_Assumptions\\_About\\_Students'\\_Expectations\\_for\\_Technology\\_in\\_College\\_Classrooms.pdf](http://innovateonline.info/pdf/vol3_issue5/Questioning_Assumptions_About_Students'_Expectations_for_Technology_in_College_Classrooms.pdf)

Longo, G. (2003), *Il simbiote. Prove dell'umanità futura*, Meltemi, Roma.

Longo, G. (2012), *Homo Technologicus*. Ledizioni, Milano

Madden M., (2010), "Four or More: The New Demographic", disponibile online: <http://pewinternet.org/Presentations/2010/Jun/Four-or-More--The-New-Demographic.aspx>.

Mantovani S. e Ferri P., (a cura di), (2006), *Bambini e computer: alla scoperta delle nuove tecnologie a scuola e in famiglia*, Etas, Milano.

Mantovani S. e Ferri P., (a cura di), (2008), *Digital kids. Come i bambini usano il computer e come potrebbero usarlo genitori e insegnanti*, Etas, Milano.

Margaryan, A. e Littlejohn A., (2009), "Are digital natives a myth or reality?: Students' use of technologies for learning", disponibile online: <http://www.academy.gcal.ac.uk/anoush/documents/DigitalNativesMythOrReality-MargaryanAndLittlejohn-draft-111208.pdf>

McLuhan M., (1962), *The Gutenberg Galaxy: the Making of Typographic Man*, University of Toronto Press, Toronto, trad. it. *La Galassia Gutenberg: nascita dell'uomo tipografico*, a cura di G. Gamaleri, Armando, Roma 1998<sup>6</sup>.

Meyrowitz J., (1985), *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, Oxford University Press, New York, trad. it. *Oltre il senso del luogo. L'impatto dei media elettronici sul comportamento sociale*, Baskerville, Bologna 1995.

Nagler W. e Ebner M., (2009), "Is your university ready for the ne(x)t-generation?", *Proceedings of 21st ED-Media Conference*, 4344 – 4351, disponibile online: <http://elearningblog.tugraz.at/archives/2370>

Naughton J., (2010), "Nine things you need to know about the net", *The Observer*, pp.9-11.  
O'Reilly T., (2005), *What is Web 2.0*, disponibile online: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

Oblinger D.G. e Oblinger J.L., (a cura di), (2005), *Educating the Net Generation*, EDUCAUSE, disponibile online: [www.educause.edu/educatingthenetgen/](http://www.educause.edu/educatingthenetgen/)

OECD, (2010), *Assessing the Effects of ICT in Education Indicators, Criteria and Benchmarks for International Comparisons OECD*, Joint Research Centre- European Commission, Centre for Educational Research and Innovation, Paris

Oliver B. e Goerke V., (2007), "Australian undergraduates' use and ownership of emerging technologies: Implications and opportunities for creating engaging learning experiences for the Net Generation", *Australasian Journal of Educational Technology*, 23(2), 171-186, disponibile online: <http://www.ascilite.org.au/ajet/ajet23/oliver.html>

Palfrey J. e Gasser U. (2008), *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*, Basic, New York, NY.

Papert S., (1996), *The Connected Family: Bridging the Digital Generation Gap*, Longstreet Press, trad. it. *Connected family. Come aiutare genitori e bambini a comprendersi nell'era di internet*, Mimesis, Milano 2006.

Pedro F., (2009), "New Millenium Learners in Higher Education: Evidence and Policy Implications", International conference on 21st century competencies, 21-23 September, Brussels: OECD, disponibile online: <http://www.nml-conference.be/wp-content/uploads/2009/09/NML-in-Higher-Education.pdf>.

Pelevin V., (2002), *Homo Zapiens*, Penguin, Londra.

Philip D., (2007), The knowledge building paradigm: A model of learning for Net Generation students. *Innovate*, 3(5), disponibile online: <http://www.innovateonline.info/index.php?view=article&id=368>

Pozzali A. e Ferri P., (2010), "The Media Diet of University Students in Italy: An Exploratory Research", *International Journal of Digital Literacy and Digital Competence*, 2, 1-10.

- Prenkys M., (2001a), Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- Prenkys M., (2001b), Digital natives, digital immigrants, part II. Do they really think differently? *On the Horizon*, 9(6), 1-6.
- Prenkys M., (2009), "H. sapiens digital: From digital immigrants and digital natives to digital wisdom. *Innovate*, 5(3), disponibile online: <http://www.innovateonline.info/index.php?view=article&id=705>
- Reeves T.C. e Oh E., (2007), "Generational differences". In: J.M. Spector, M.D. Merrill, J. van Merriënboer e M.P. Driscoll (a cura di), *Handbook of Research on Educational Communications and Technology: Third Edition (AECT Series)*, Routledge, Londra, pp. 295-303.
- Rideout V.J., Foher U.G. e Roberts D.F., (2010), *Generation M2: Media in the lives of 8- to 18-year-olds. A Kaiser Family Foundation Study*, disponibile online: [http://www.kff.org/entmedia/upload/entmedia\\_012010bio.pdf](http://www.kff.org/entmedia/upload/entmedia_012010bio.pdf)
- Rivoltella P.C., (a cura di), (2008), *Digital Literacy. Tools and methodologies for Information Society*, IGI Global, Londra.
- Salaway G., Caruso J.B. e Nelson M.R., (2007), *The ECAR Study of Undergraduate Students and Information Technology, 2007*. Boulder, CO: EDUCAUSE Center for Applied Research, disponibile online: <http://www.educause.edu/ecar>
- Salaway G., Caruso J.B. e Nelson M.R., (2008), *The ECAR Study of Undergraduate Students and Information Technology, 2008*. Boulder, CO: EDUCAUSE Center for Applied Research, disponibile online: <http://www.educause.edu/ecar>
- Schulmeister R., (2009), "Is There a Net Gener in the House? Dispelling a Mystification", *E-learning and education* 5, disponibile online: <http://elearn.campussource.de/archive/5/1587/>
- Selwyn N., (2007), "The use of computer technology in university teaching and learning: a critical perspective", *Journal of Computer Assisted Learning*, 23, 83-94.
- Selwyn N., (2008), "An investigation of differences in undergraduates' academic use of the internet", *Active Learning in Higher Education*, 9, 11-22.
- Selwyn N., (2009), "The digital native – myth and reality", *Aslib Proceedings*, 61, 364 – 379.
- Selwyn N., (2010), *The educational significance of social media – a critical perspective*, keynote debate alla *Ed-Media conference 2010*, Toronto, 28 giugno-2 luglio.
- Smith S., Salaway G. e Caruso J.B., (2009), *The ECAR Study of Undergraduate Students and Information Technology, 2009*. Boulder, CO: EDUCAUSE Center for Applied Research, disponibile online: <http://www.educause.edu/ecar>
- Tapscott D., (1998), *Growing up digital: the rise of the Net generation*, McGraw-Hill, New York.

Tapscott D., (2008), *Grown up digital: How the Net generation is changing your world*, McGraw-Hill, New York.

Thompson J., (2007) “Is education 1.0 ready for Web 2.0 students?”, *Innovate* 3 (4).

Varisco B. M., (2002), *Costruttivismo socio-culturale*, Bologna, Il Mulino.

Veen W., (2003), “A new force for change: Homo Zappiens”, *The Learning Citizen*, 7, 5-7.

Veen W. e Vrakking B., (2006), *Homo Zappiens, Growing up in a Digital Age*, Network Continuum Education, Londra.

Waycott J., Bennett S., Kennedy G., Dalgarno B. e Gray K., (2010), “Digital divides? Student and staff perceptions of information and communication technologies”, *Computers and Education*, 54, 1202–1211.

Wenger E.C., (1998), *Communities of Practice: Learning, Meaning and Identity*, Cambridge University Press, Cambridge.

