



# LA TRASMISSIONE DELLA CULTURA NELL'ERA DIGITALE

**Rapporto finale**

**Roma, ottobre 2015**

Il Rapporto è stato realizzato da un gruppo di lavoro del Censis diretto da Massimiliano Valerii e composto da Monja Conti Nibali, Laura Lapenna, Gabriella Addonizio.

## INDICE

Introduzione e considerazioni di sintesi	1
<b>Parte prima - La transizione delle forme di fruizione culturale</b>	15
1. Le traiettorie divergenti dei tassi di scolarizzazione e della propensione alla lettura	17
2. Una deriva elitaria nella lettura dei libri	23
3. Le prospettive del mercato librario	37
4. La trasmissione del sapere attraverso il web, tutor e “oracolo” personale	45
<b>Parte seconda - Fenomenologia dei processi di formazione e trasmissione della conoscenza degli italiani nell’era digitale</b>	53
1. Inchiesta sul sapere nell’era digitale	55
2. I simboli contemporanei della cultura	67
3. L’equilibrio di giudizio sulle tecnologie digitali	71
4. Gli effetti della disintermediazione digitale: cultura <i>on demand</i> e bibliografia personalizzata	75
5. Cinque profili tipologici della domanda di cultura nell’era digitale: i risultati della <i>cluster analysis</i>	79
5.1. Il primo gruppo: i tradizionalisti apocalittici	84
5.2. Il secondo gruppo: gli opportunisti equilibrati	86
5.3. Il terzo gruppo: il corpaccione disorientato	88
5.4. Il quarto gruppo: gli evolucionisti	89
5.5. Il quinto gruppo: i residenti digitali	91



## INTRODUZIONE E CONSIDERAZIONI DI SINTESI

La rivoluzione digitale, con la diffusione pervasiva di internet e delle sue innumerevoli applicazioni, ha prodotto profondi cambiamenti non solo nelle nostre abitudini quotidiane e nei più disparati comportamenti individuali e collettivi, ma anche nel campo della cultura, in ragione dell'uso ormai comune delle nuove tecnologie anche per la produzione e la trasmissione del sapere.

Il cambiamento di scenario ha stimolato un inesausto dibattito tra intellettuali ed esperti dell'apprendimento sugli effetti di una simile trasformazione già oggi misurabili – e sulle ricadute ipotizzabili nel prossimo futuro – sugli stili conoscitivi e sui livelli culturali generali della popolazione.

Si assiste così a un profluvio di opinioni in merito, alcune suffragate dai risultati di studi condotti sui diversi aspetti del problema, altre compromesse dall'enfatizzazione di una serie di miti non confermati da riscontri sperimentali, che la presente ricerca si è presa carico di sfatare quanto possibile attraverso una ricognizione empirica dei comportamenti e degli orientamenti di un campione di italiani acculturati, cioè contraddistinti da un elevato livello di istruzione (in possesso del diploma di laurea) e al tempo stesso non estranei al mondo digitale (utenti abituali di internet). Tale scelta è apparsa appropriata in quanto, se si vogliono cogliere riscontri puntuali sui cambiamenti che stanno avvenendo nelle modalità di apprendimento e nelle forme di trasmissione della conoscenza nell'era digitale, è proprio alla porzione di popolazione digitalizzata che esprime una domanda di cultura che bisogna rivolgersi.

Per comprendere i processi in atto e le mutazioni degli stili conoscitivi che si stanno compiendo bisogna portarsi fuori dallo schema di contrapposizione oggi esistente tra "apocalittici" e "integrati". Non si tratta di riproporre le tesi degli apologeti di internet opposti ai detrattori del web, con i primi che enfatizzano le "magnifiche sorti e progressive" legate alle tecnologie digitali e l'intelligenza collettiva che si sviluppa grazie alla rete, contro i secondi, per i quali Google ci rende stupidi, Facebook distrugge la nostra privacy, Twitter frantuma la capacità di attenzione e approfondimento; con i tecno-entusiasti che elogiano la mole di contenuti

che le nuove tecnologie digitali fanno circolare, considerandolo un segnale di democratizzazione della cultura, e gli scettici che invece criticano il web condannando la superficialità dei suoi contenuti e ravvisando in esso preoccupanti avvisaglie di una regressione culturale<sup>1</sup>.

Allo stesso tempo, non si possono ignorare le differenze intrinseche nell'uso di una tecnologia di produzione culturale (il libro, ad esempio) o di un'altra (come il web). Il mezzo di apprendimento e di diffusione del sapere impiegato non è neutrale, proprio in ragione delle sue peculiarità tecniche in grado di attivare a livello individuale determinate facoltà di tipo cognitivo o emotivo anziché altre; e anche per le sue specificità in termini di capacità tecnica di immagazzinare e trasmettere nozioni e informazioni (le pagine di un libro piuttosto che i *gigabyte* di memoria dell'*hard disk* di un computer o, ancora di più, di un *server* remoto), di modalità di consultazione e fruizione (la lettura su carta o la navigazione ipertestuale in internet, che può includere il godimento di materiale audiovisivo), di efficacia nel raggiungere i diversi utenti e pubblici di riferimento (è il tema dell'accessibilità del mezzo), di costi dell'impiego (sia di tempo che di denaro).

È facile osservare come i media digitali non sono solo strumenti grazie ai quali comunicare, informarsi, entrare in relazione con gli altri e intrattenersi. Il modo in cui vengono svolte queste attività determina anche, assieme a tutte le molteplici esperienze della vita, l'organizzazione stessa delle strutture percettive e cognitive attraverso le quali vengono elaborate

---

<sup>1</sup> Si pensi, a scopo esemplificativo, a due titoli di tesi opposta recentemente tradotti in italiano: Nicholas Carr, *Internet ci rende stupidi? Come la rete sta cambiando il nostro cervello*, Raffaello Cortina Editore, 2011 e Howard Rheingold, *Perché la rete ci rende intelligenti*, Raffaello Cortina Editore, 2013. E vale la pena di ricordare il punto di vista critico di Jaron Lanier, considerato uno dei pionieri della realtà virtuale, che ha lamentato che con la rivoluzione del web "la creatività è stata uccisa": "Se volete sapere qualcosa la chiedete a Google, che vi manda a Wikipedia, punto e basta. Altrimenti la gente finisce nella bolla dei siti arrabbiati, degli ultras, dove ascolta solo chi rafforza le sue idee" (*Tu non sei un gadget*, Mondadori, 2010). Non da ultimo, in diversi articoli anche lo scrittore Jonathan Franzen ha condannato i social network, sostenendo che favoriscono la creazione di una cultura superficiale e banale, rendendo i ragazzi incapaci di socializzare (si veda Alison Flood, *Jonathan Franzen warns ebooks are corroding values*, "The Guardian", 30 gennaio 2012 e Alison Flood, *Jonathan Franzen: "Twitter is the ultimate irresponsible medium"*, "The Guardian", 7 marzo 2012).

le rappresentazioni mentali. La confidenza con linguaggi, codici, sistemi semiotici diversi indirizza le persone verso strategie interpretative differenti del proprio stare al mondo. L'abitudine alla lettura di testi scritti, ad esempio, favorisce lo sviluppo di facoltà analitiche in misura maggiore rispetto alla decodifica di messaggi iconici, i quali però promuovono nelle persone l'accrescimento delle capacità intuitive.

Molti studi hanno messo in luce come, con la diffusione del web, si rafforzano le capacità individuali di scansione veloce e di selezione, mentre si indeboliscono quelle di attenzione, concentrazione e riflessione, elaborazione logica, attitudine critica, legate precipuamente alla lettura sui mezzi a stampa.

Un altro elemento che incide fortemente sulla formazione della cultura odierna è il *multitasking*, cioè la possibilità consentita dagli strumenti informatici e telematici di fare molte cose nello stesso momento. È una grande comodità, ma anche un ostacolo alla concentrazione. In effetti, di studi sulla difficoltà crescente di mantenere l'attenzione ne sono stati pubblicati in grande quantità fin dall'avvento della televisione: non si tratta dunque di una novità, ma di un'accelerazione del fenomeno di cui prendere atto.

L'abitudine al *multitasking* può indebolire la capacità mnemonica e di attenzione prolungata, al punto da proiettarci in uno stato di attenzione parziale continua, non soltanto per la possibilità di essere raggiunti in ogni momento, ovunque ci troviamo, da e-mail e messaggi istantanei, ma anche per il numero crescente di notifiche automatiche da cui siamo raggiunti grazie ai lettori di *feed*, gli aggregatori di notizie, i social network, ecc.

Prevale, inoltre, una sensazione di annullamento dello spazio e del tempo indotta dalla familiarità con gli strumenti telematici. Possiamo raggiungere chiunque, ovunque si trovi, e possiamo ottenere qualunque informazione in un batter d'occhio; di conseguenza ci abituiamo ad avere una risposta immediata a ogni nostra richiesta, ma anche a reagire istantaneamente a ogni stimolo che proviene dal mondo: non si annulla solo il tempo di attesa esterno, ma anche quello di risposta del foro interno.

Insomma, quando i messaggi passano attraverso lo schermo, inevitabilmente gli elementi emotivi hanno la meglio su quelli cognitivi, la reazione immediata come riflesso condizionato (dunque come pregiudizio)

ha il sopravvento sulla riflessione mediata di tipo intellettuale (il giudizio), la percezione del reale come istante presente (affermazione del sé) prende il posto della elaborazione del proprio essere nel tempo (responsabilità verso gli altri).

In sintesi, nelle nuove forme digitali di fruizione culturale – che secondo alcuni sancirebbero il passaggio da una “intelligenza sequenziale” a una modalità percettiva e conoscitiva basata sulla simultaneità e l’ipertestualità<sup>2</sup> – sembra affermarsi il primato dell’interruzione rispetto alla concentrazione, della frammentazione rispetto alla continuità, del tempo presente e non della temporalità sedimentata, dell’attualità sull’esperienza. Non si tratta di un semplice cambiamento dei consumi culturali, dunque, bensì dello stile conoscitivo stesso, della tecnica della conoscenza: un cambiamento in cui i supporti tradizionali per produrre, conservare, trasmettere ed elaborare il sapere risultano progressivamente soppiantati dai nuovi dispositivi digitali, secondo un processo che si accompagna alla crescente disaffezione nei confronti della lettura tradizionale.

Con ciò cambiano anche le risorse stesse della cultura: ora i testi diventano “aperti”, cioè non più completi e definitivamente compiuti, protetti, vincolati a una inequivocabile imputazione di responsabilità dell’autore, bensì continuamente soggetti a possibili integrazioni, revisioni, manipolazioni. Il che implica una metamorfosi del concetto stesso di autore, che ora diviene plurimo e anonimo.

C’è da aggiungere che tendenzialmente all’ubiquità dei media digitali corrisponde la prassi del “nomadismo” mediatico: si può saltare da un mezzo all’altro con grande fluidità, i canali di accesso risultano moltiplicati, si afferma uno schema di esplorazione conoscitiva “per deriva”, in cui la gerarchizzazione delle fonti appare superata, perché conta di più il gioco di rimandi, così come la prassi dell’autoassemblaggio delle nozioni mette in crisi la tradizionale autorevolezza dell’autore.

Questa tendenza rende sempre più marginale la funzione di “filtro” delle informazioni e delle nozioni svolta dalle aziende editoriali e dalle istituzioni culturali. Fino ad arrivare alla possibilità – complici gli algoritmi

---

<sup>2</sup> Si veda, a questo proposito, Raffaele Simone, *Presi nella rete. La mente ai tempi del web*, Garzanti, 2012.



di Google – di costruirsi un percorso talmente personale da rendere i media non delle finestre da cui affacciarsi sul mondo, bensì degli specchi in cui ammirare un paesaggio fatto a propria immagine, in cui sono riflesse solo notizie e nozioni che si adeguano alle nostre convinzioni e aspettative, sancendo così il trionfo dell'autoreferenzialità.

Per dirlo con un paradosso, è il rischio del “solipsismo di internet”: milioni di persone continuamente connesse tra loro e rivolte contemporaneamente verso se stesse, secondo un meccanismo di introflessione; la rete come strumento nel quale si cercano le conferme delle opinioni, dei gusti, delle preferenze che già si possiedono; il conformismo come risultato dell'autoreferenzialità dell'accesso alle fonti di informazione; il populismo delle opinioni settarie, contrapposte e radicate, che non trovano alcuna sintesi razionale. Precisamente il contrario del ruolo svolto storicamente dalle aziende editoriali e dalle istituzioni culturali, cioè quello di formare un sapere e un'opinione pubblica che condensino pareri diversi ragionando sulle stesse cose, fornendo a ciascuno anche la possibilità di conoscere ciò che non sapeva di voler sapere, secondo percorsi erratici di serendipità.

Sono i rischi dell'individualismo radicale e dell'autodominio del soggetto nella rete intesa come ambiente nel quale cercare le conferme delle proprie idee e opinioni; del conformismo come risultato della personalizzazione dell'impiego dei media digitali e dell'autoreferenzialità dell'accesso alle informazioni, con la possibilità di arrivare a comporre su ogni pc, tablet e smartphone una “enciclopedia” del sapere fatta solo con le nozioni che l'utente sa già di voler conoscere.

Dopo le due grandi rivoluzioni nel campo della trasmissione del sapere, costituite dall'invenzione della scrittura – che segnò il superamento della cultura orale, portando con sé tutti i vantaggi legati alla possibilità di fissare su supporti stabili le informazioni – e poi della stampa – che eresse il libro, consultabile ora da inedite masse di persone alfabetizzate, a simbolo della cultura –, c'è dunque da chiedersi se oggi ci troviamo al centro di una nuova “tempesta” culturale; se ci stiamo addentrando in una nuova fase della storia della conoscenza in cui si consolideranno in modo durevole i profondi cambiamenti prodotti, grazie alla diffusione di internet e dei dispositivi digitali, nelle forme in cui elaboriamo e trasmettiamo le nostre idee, le nostre informazioni e nozioni, il nostro sapere.

Di più: c'è da chiedersi se non sia in atto una vera e propria mutazione antropologica legata ai processi di disintermediazione digitale penetrati anche nel campo della formazione della conoscenza:

- alla prassi della disintermediazione digitale corrisponde la propensione all'aggiramento dei tradizionali "garanti del sapere" (i maestri, gli autori, le biblioteche)?
- è concreto il rischio che, facendo ciò, si finisca per soprassedere ai doverosi "controlli di qualità" delle fonti e si finisca per ridimensionare l'autorità di figure fondanti del sapere, come l'insegnante, e di istituzioni culturali e agenzie formative, come la scuola e la casa editrice (che diventerebbero le "vittime" dirette dell'affermazione della prassi della disintermediazione digitale nel campo della cultura)?

A queste domande tenta di fornire alcune risposte la ricerca che segue, che si articola in due sezioni:

- nella *prima parte (La transizione delle forme di fruizione culturale)* si cerca di fare il punto, sulla base delle statistiche ufficiali più aggiornate e attraverso il confronto della situazione italiana con quella degli altri Paesi europei, sui livelli di istruzione della popolazione, sull'andamento dell'abitudine alla lettura, sulle prospettive del mercato librario, sul ricorso al web e ai dispositivi digitali per fini culturali da parte degli italiani;
- nella *seconda parte (Fenomenologia dei processi di formazione e trasmissione della conoscenza degli italiani nell'era digitale)* si analizzano i risultati di un'indagine campionaria originale realizzata con il fine di misurare l'evoluzione di questi fenomeni, al di là delle enfattizzazioni e dei gridi d'allarme lanciati da più parti (l'intento è stato quello di arrivare a una "presa di realtà", pervenire a un quadro conoscitivo effettivo e puntuale di cosa sta cambiando).

Delle tante evidenze emerse dalla ricerca si propone qui di seguito una sintesi, che riepiloga le principali piste di analisi e le linee interpretative.

\* \* \*

In Italia abbiamo un tasso di laureati che, sebbene crescente nel tempo (+4,3% nell'ultimo decennio), è fermo al 15% della popolazione in età attiva (15-64 anni), molto meno della media europea (25,8%), per non parlare dei valori di Paesi come Svezia (32,8%), Regno Unito (35,4%), Francia (29,7%).

Il numero di lettori è stabilmente basso (nell'ultimo anno solo il 41,4% della popolazione ha letto almeno un libro nel corso dell'anno), e non può essere di conforto il fatto che la quota di "lettori forti" (che hanno letto più di 12 libri l'anno) è pari al 14,3% ed è aumentata di 3 punti negli ultimi vent'anni, tanto da poter parlare di una deriva elitaria nella lettura dei libri.

Si registra una fisiologia davvero anomala nel fatto che dall'inizio del secondo decennio degli anni 2000 nel nostro Paese i tassi di scolarizzazione (crescenti nel tempo) e la propensione alla lettura (declinante) stanno ormai seguendo traiettorie divergenti: l'esatto contrario, cioè, di quanto sarebbe apparso lecito attendersi, cioè un rapporto di proporzionalità diretta tra le due grandezze.

Così, la quota di non lettori (neanche un libro l'anno) in Italia è pari complessivamente al 56,5% della popolazione, resta alta (il 23,7%) anche tra i laureati, corrisponde a quasi la metà dei diplomati (il 46,9%).

Per concludere il quadro, bisogna rimarcare che negli ultimi dieci anni si è allargata la forbice generazionale: mentre le persone più avanti con gli anni leggono di più, in particolare gli ultrasessantenni (+6,2% tra i 60-64enni nel periodo 2005-2014 e +7,7% tra i 65-74enni), tra i giovani la dinamica è di segno opposto (-5,1% tra i 20-24enni e -3,9% tra i 25-34enni).

Non stupisce, quindi, che i ricavi del mercato librario siano in flessione (-10,8% di fatturato in un triennio, tra il 2010 e il 2013, -4,1% nell'ultimo anno, con una perdita di 85 milioni di euro e un bilancio complessivo di poco inferiore a 2 miliardi di euro), sebbene il numero di titoli pubblicati registri un aumento del 6,3% nell'ultimo anno. E si noti che gli incrementi maggiori riguardano le prime edizioni, sia in termini di nuovi titoli (+7,2%), sia in termini di copie stampate (+25,3%), ad indicare i contorni di un mercato librario che si consuma in fretta, orientato prevalentemente alla conquista dei lettori attraverso il lancio di novità editoriali, piuttosto che per mezzo della riedizione di classici o di titoli in catalogo.

Data la situazione, molti editori sono stati costretti a cessare l'attività. In quindici anni, sono più di un migliaio quelli che hanno liquidato le

aziende: nel 2000 erano 3.300 gli editori attivi, ridottisi a 2.248 nel 2013 (-31,9%); i nuovi editori erano 310 nel 2000, sono scesi a 62 nel 2013; 286 case editrici hanno cessato l'attività nel 2012 e altre 102 nel 2013.

Intanto in Italia gli utenti di internet aumentano anno dopo anno e nel 2014 sono arrivati al 59% della popolazione di 16-74 anni. Certo, con persistenti differenze geografiche: il 64% al Nord-Est, al Nord-Ovest e al Centro, il 50% al Sud, il 54% nelle isole. Certo, meno che negli altri Paesi europei, dove si arriva a una incidenza degli utenti del web superiore al 90% in Lussemburgo, Danimarca, Paesi Bassi, Svezia, Finlandia, e ci si attesta all'89% nel Regno Unito, all'82% in Germania, all'80% in Francia.

Ma è impressionante il grande balzo in avanti della spesa delle famiglie italiane per acquistare dotazioni tecnologiche. Tra il 2007 (l'anno prima dell'inizio della crisi) e il 2014, la voce "telefonia" ha più che raddoppiato il suo peso nelle spese degli italiani (+145,8%), mentre nello stesso arco di tempo i consumi complessivi flettevano del 7,5% e la spesa per l'acquisto dei libri crollava del 25,3%. La quota di possessori di smartphone abilitati alle connessioni mobili è lievitata di 10 punti percentuali solo nell'ultimo anno.

\* \* \*

L'inchiesta sul sapere nell'era digitale realizzata dal Censis, che ha come universo di riferimento gli italiani acculturati digitalizzati (con una età di 25 anni e oltre, laureati, utenti di internet), è servita a tracciare innanzitutto la matrice dei mezzi utilizzati con più frequenza ai fini culturali, per acquisire nozioni in diverse discipline.

I libri restano prioritari quando ci si applica alla letteratura (sono utilizzati da più della metà di chi vi si dedica); sono prevalenti in campi del sapere come la storia e la geografia (anche se in questo caso l'enciclopedia online redatta dagli utenti per gli utenti Wikipedia viene usata da poco meno di un quarto del campione); si collocano alla pari con i siti internet per gli studi di economia, scienze sociali e diritto; diventano minoritari per le scienze naturali, la fisica e la matematica (in questo caso la metà degli interessati si spartisce tra siti web e motori di ricerca online); il loro impiego

si fa ridottissimo per gli approfondimenti nei campi della tecnologia e dell'informatica (il 2,6% usa i libri, l'87,7% internet).

E il libro cartaceo è ancora il "dispositivo" del sapere più utilizzato con riferimento a diversi generi editoriali: per leggere romanzi, racconti, poesie (78,7%), saggi (71,9%), testi scolastici e universitari (67,1%), opere illustrate (59%). Ma ecco comparire la rottura di paradigma: per "sfogliare" guide turistiche si usa molto il pc (29,1%); ancora di più per consultare una enciclopedia (il 60,6% utilizza il pc, il 7,4% adopera il tablet, il 5,8% lo smartphone, contro il 18,7% che in questo caso usa testi cartacei); e tra chi interroga il dizionario, più della metà (il 56,2%) lo fa attraverso il video del computer, ben più di quanti (il 21,8%) usano ancora il vocabolario cartaceo.

Il nodo è nel rapporto fiduciario che si instaura con le diverse fonti e con i diversi mezzi. Benché vivano a pieno titolo nell'era della disintermediazione digitale, gli italiani acculturati ripongono una grandissima stima nel lavoro delle case editrici. L'affidabilità accordata allo "strumento" libro è molta (80,3%) o abbastanza (19,2%): praticamente, nessuno considera i libri una fonte non degna di fiducia.

La stessa credibilità viene riconosciuta alle enciclopedie: il 66,4% ne ha molta fiducia e il 26% abbastanza, per un totale di giudizi favorevoli prossimo al 100%. Mentre sono solo "abbastanza" credibili i siti web (69,1%) e i motori di ricerca (66,1%); sono per lo più "poco" affidabili i social network (54,8%), i blog e i forum di discussione online (54,3%) – e lo sono "per niente" rispettivamente per il 29,9% e per il 12,4% del campione –; l'enciclopedia online Wikipedia, infine, gode della massima fiducia solo del 16,3% del campione – ma è "abbastanza" affidabile secondo il 59,5%.

Si capisce, già da questa sequela di dati, che c'è una consapevolezza piuttosto diffusa in merito a cosa c'è di buono e di meno buono nelle nuove tecnologie digitali, il cui utilizzo non si lesina, ma solo all'interno di questa cornice di attribuzione funzionale e valoriale, senza sprovveduti slanci nel vuoto.

Lo si capisce anche esaminando quali sono le figure simbolo che, secondo l'opinione del campione, incarnano oggi più di tutte il valore della cultura. L'immaginario della popolazione italiana acculturata risulta composto da riferimenti simbolici alti, come la scuola e la biblioteca, contemplando però con equilibrio anche il nuovo ruolo del web:

- la figura più rappresentativa della cultura è lo scienziato (viene indicato al primo posto dal 22,2% del campione), segno che il sapere scientifico ha assunto nel tempo una maggiore considerazione rispetto alle discipline umanistiche;
- ma segue subito dopo l'intellettuale (19,3%), poi il filosofo (15,7%) e la figura emblematica della trasmissione della conoscenza, cioè il maestro, l'insegnante (14,9%);
- le figure umanistiche, come lo scrittore (10,9%), il poeta (2,8%) o l'editore (2,8%), vengono successivamente.

Tra i simboli contemporanei della cultura, internet (indicata dal 27,6%) e la biblioteca (26,1%) si collocano in cima praticamente a pari merito. In misura pressoché analoga, il liceo e l'università sono considerati tutt'oggi luoghi simbolo del sapere, secondo l'opinione di un quarto dei rispondenti (25,8%). Il favore accordato a Wikipedia è tiepido (appena il 4,7%) anche tra le fasce d'età più giovani. E il computer viene considerato uno strumento incapace di per sé di veicolare contenuti culturali (solo il 3,2% lo pone al vertice della classifica dei luoghi del sapere).

Emerge, insomma, un grande equilibrio di giudizio sulle tecnologie digitali, che si riscontra anche in un'altra serie di considerazioni raccolte:

- l'opinione che la fruizione culturale in internet si basa su una logica ipertestuale, con l'arricchimento di link ad altri documenti e a contenuti audiovisivi, è condivisa dal 95,8% del campione;
- così come è largamente diffusa (89,2%) la consapevolezza che la rete è un gigantesco archivio di informazioni liberamente accessibile da chiunque e consultabile con facilità;
- una quota molto ampia del campione (l'88,1%) è convinta che buona parte del successo della rete dipenda dal fatto che oggi si ha sempre meno tempo a disposizione, quindi internet viene percepita come una "enciclopedia" aperta a tanti contributi, ricca di stimoli anche sensoriali, continuamente aggiornata e consultabile rapidamente;
- l'85,8% dichiara che spesso il risultato delle ricerche in internet non è quello che ci si aspettava all'inizio e apprezza quindi l'"effetto *serendipity*", ritenendo utile seguire il flusso dei documenti online per fare nuove scoperte che all'inizio non si sapeva di voler conoscere;

- il 66,7% apprezza l'aspetto relazionale della rete, cioè il fatto che l'approfondimento sul web dei propri studi e delle proprie passioni culturali può diventare l'occasione per socializzare con persone che coltivano gli stessi interessi;
- il 59,6% ritiene che in internet il sapere si formi con i contributi alla pari di tutti (l'esempio classico è Wikipedia), senza un ordine gerarchico basato sulla sequenzialità delle nozioni e sull'autorità delle fonti tradizionali;
- d'altra parte, vi è una profonda consapevolezza, che talvolta sconfinata nello scetticismo e nella diffidenza, riguardo i limiti di affidabilità delle fonti che si trovano online, se il 92,7% degli intervistati ritiene che non sempre si può essere sicuri dell'affidabilità dei contenuti che si trovano in internet (spesso non si sa neanche chi è l'autore dei documenti);
- a ciò si aggiunge un giudizio di superficialità della conoscenza che ci si forma in rete, per cui secondo il 70,2% il web non basta e, se si vuole approfondire, bisogna leggere i libri;
- in più, per il 53,6% la lettura sullo schermo limita intrinsecamente la capacità di apprendimento e di riflessione intellettuale;
- frammentarietà delle nozioni, sovrabbondanza di contenuti, disorientamento dell'utente sono altre considerazioni negative sulla rete come strumento di conoscenza che accomunano più della metà degli intervistati: per il 54,8% le tante risorse disponibili in internet rendono tutto frammentato, non si riesce a concentrarsi, ci si distrae continuamente; per il 51,9% in internet si trovano troppi contenuti, per cui è difficile selezionare quelli davvero interessanti e utili, tanto da poter rimanere disorientati;
- così, solo il 23,5% crede che oggi, grazie a internet, si possano ad esempio scrivere tesi di laurea senza dover consultare libri o entrare in una biblioteca;
- in definitiva, solo per un residuo 6,5% del campione le risposte che si trovano in internet sono esaustive e non c'è bisogno di verificarle altrove.

Insomma, non si può rinunciare alla cultura codificata e strutturata data dai libri. Ma, allo stesso tempo, gli effetti positivi della disintermediazione

digitale vengono rinvenuti nella possibilità di produrre una “cultura *on demand*” attraverso la costruzione di una bibliografia multimediale personalizzata.

Il fenomeno della disintermediazione digitale è considerato positivo complessivamente dal 79% degli italiani laureati utenti di internet: in particolare, il 49,7% perché così la cultura diventa un bene alla portata di tutti, al di là delle differenze sociali, economiche, geografiche; per il 29,3% perché permette di approfondire i temi che interessano risparmiando tempo e denaro. Solo per il 17,9% del campione con l'uso di internet come strumento culturale si pone il rischio di manipolazione e omologazione, e appena il 3,1% teme il tramonto del benefico rapporto tra allievo e maestro.

Che fine farà il libro, a questo punto? Complessivamente, per il 74,4% del campione il libro di carta non corre il pericolo di venire sostituito dalla rete. In particolare, il 67,1% ritiene impossibile che ciò accada, perché niente come il libro stimola l'attivazione delle facoltà intellettuali. Per il 7,3% la spiegazione è ancora più radicale e si ricollega alla convinzione che la cultura che ci si forma attraverso internet sia effimera. All'opposto, solo un quarto del campione (25,6%) è convinto del contrario, cioè che il libro sia in pericolo: perché gli strumenti digitali sono più efficaci della carta stampata nella trasmissione del sapere (6,3%) e perché le nuove tecnologie evolveranno ulteriormente come strumento di conoscenza, e questo determinerà la scomparsa del libro (19,3%).

Per tirare un bilancio di sintesi di quanto fin qui descritto, si possono enucleare cinque profili tipologici degli italiani acculturati di fronte alle forme del sapere nell'era digitale, cinque idealtipi ricavati dalla realizzazione di una *cluster analysis*:

- il primo gruppo è formato dai *tradizionalisti apocalittici* (sono il 17,4% del totale), caratterizzati da un uso intenso dei media tradizionali (libri cartacei, enciclopedie e dizionari) e da una forte diffidenza nei confronti dei media digitali, percepiti come sostanzialmente estranei alle logiche culturali e portatori prevalentemente di effetti dannosi;
- il secondo gruppo è quello degli *opportunisti equilibrati* (misurano il 20,3% del campione), che riconoscono un primato al lavoro editoriale e ai libri, con i quali instaurano un rapporto di stretta confidenza, ma al tempo stesso mostrano un positivo atteggiamento di apertura verso il



mondo digitale e verso le nuove tecnologie di produzione culturale, puntando con abilità all'utilizzo integrato dei diversi mezzi in base alle specifiche esigenze e anche alle oggettive opportunità offerte dal web. La disinvoltura con la quale ricorrono in modo alternato alla forma-libro e all'ipertestualità della rete fa perno sulla buona capacità di decodifica delle fonti che dimostrano di possedere: sono i protagonisti di un articolato lavoro di arbitraggio individuale nell'uso dei diversi mezzi a disposizione operato in base ai propri interessi, alle esigenze da soddisfare, alle specificità intrinseche delle diverse tecnologie;

- il terzo gruppo è composto dal *corpaccione disorientato* (è quello con il peso demografico maggiore, pari al 26,5%), cioè dalla porzione di popolazione caratterizzata soprattutto da un certo spaesamento di fronte ai profondi cambiamenti in atto, al punto da restare in mezzo al guado tra vecchie e nuove tecnologie, ancora senza un convinto orientamento;
- gli *evoluzionisti* costituiscono il quarto gruppo (17,7%): sono gli internauti acculturati che, pur consapevoli di alcune criticità della rete, ritengono che in prospettiva diventerà il luogo elettivo della conoscenza e della trasmissione del sapere, a discapito dei libri;
- il quinto gruppo è quello dei *residenti digitali* (18,1%), pienamente integrati nell'ambiente del web, che riconoscono come un ecosistema oggi indispensabile per alimentare i percorsi personali di costruzione della cultura e per la trasmissione delle conquiste intellettuali.



## **Parte prima**

---

### **La transizione delle forme di fruizione culturale**



## 1. LE TRAIETTORIE DIVERGENTI DEI TASSI DI SCOLARIZZAZIONE E DELLA PROPENSIONE ALLA LETTURA

Da molti anni in Italia la storica funzione della lettura di presidio e diffusione del sapere è soggetta a un sottile processo di ridimensionamento. Una questione sulla quale interrogarsi è il divario che si è aperto tra la popolazione scolarizzata (crescente nel tempo) e la comunità dei lettori di libri (in flessione). L'inversione del rapporto di proporzionalità tra l'innalzamento dei livelli di istruzione e la quota dei lettori, infatti, si può inscrivere tra i tratti caratteristici della attuale transizione delle forme di fruizione culturale nel nostro Paese.

Negli ultimi dieci anni l'incidenza dei laureati in rapporto alla popolazione di 15 anni e oltre è aumentata di 3,5 punti percentuali, raggiungendo nel 2014 una quota pari al 12,7%. Nello stesso arco di tempo è aumentata anche la quota dei diplomati, passata dal 31,9% del 2005 al 35,6% del 2014 (tab. 1).

**Tab. 1 - Andamento della popolazione laureata, 2005-2014** (v.a. in migliaia e val.%)

	Popolazione di 15 anni e oltre		Popolazione attiva (15-64 anni)	
	migliaia	val.%	migliaia	val.%
2005	4.541	9,2	4.121	10,7
2006	4.824	9,7	4.371	11,4
2007	5.094	10,2	4.620	12,0
2008	5.400	10,7	4.902	12,7
2009	5.509	10,9	4.985	12,8
2010	5.647	11,1	5.083	13,0
2011	5.719	11,2	5.150	13,2
2012	6.073	11,8	5.437	13,9
2013	6.368	12,3	5.655	14,4
2014	6.619	12,7	5.856	15,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

Il tasso di incidenza dei diplomati e dei laureati migliora ulteriormente prendendo come riferimento il segmento anagrafico 15-64 anni. In un decennio, in Italia la quota dei cittadini che hanno conseguito il diploma è salita di quasi 5 punti percentuali, arrivando al 42,3% nel 2014, e i laureati sono aumentati, nel medesimo periodo, fino al 15%.

Rimane elevata, tuttavia, la quota di italiani che hanno concluso il percorso scolastico con la scuola media: nel 2014 erano ancora il 42,7%, oltre 15 punti percentuali in più rispetto alla media dei 28 Paesi dell'Unione europea, pari al 27,3%. Il nodo centrale nel confronto con il livello di scolarizzazione degli altri Paesi europei è costituito dalla bassa incidenza dei laureati rispetto alla popolazione: il dato medio Ue si attesta al 25,8%, con valori ancora più elevati nei Paesi scandinavi (con la Svezia al 32,8% e la Finlandia al 34,7%) e nel Regno Unito (35,4%) (tab. 2).

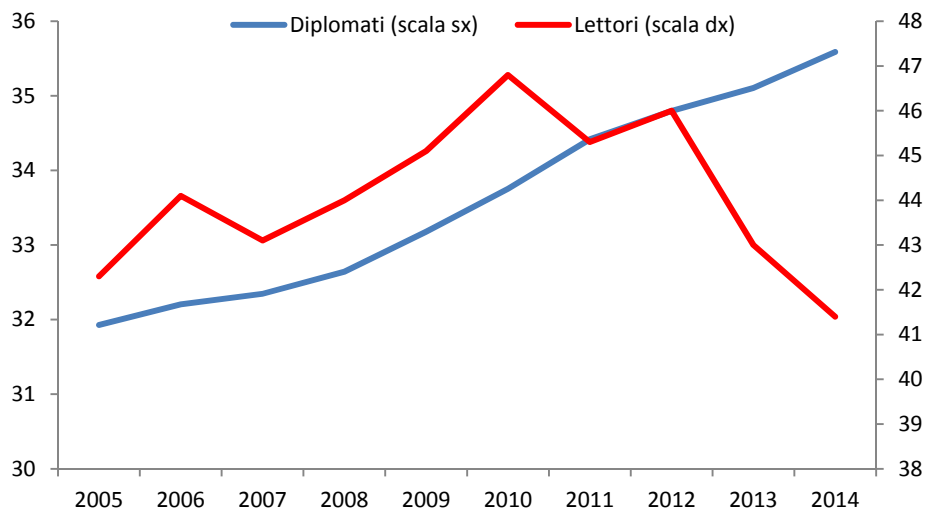
Soprattutto nell'ultimo periodo, l'innalzamento dei livelli di istruzione della popolazione e il tasso di lettura dei libri percorrono però strade divergenti. Alla progressiva crescita dei livelli di scolarizzazione della popolazione ha corrisposto una flessione dell'abitudine alla lettura dei libri. Le due curve disegnano tratti divergenti e testimoniano l'inceppamento di un presunto automatismo, che aveva funzionato in epoca pre-digitale, per cui il percorso di studi secondari e universitari comportava una maggiore propensione alla lettura (figg. 1-2).

Tab. 2 - Popolazione di 15-64 anni per livello di istruzione, 2014 (val.%)

	Fino alla licenza media	Diploma	Laurea e più	Totale
Austria	20,3	52,4	27,4	100,0
Belgio	29,5	37,8	32,6	100,0
Bulgaria	22,6	53,8	23,6	100,0
Cipro	26,1	37,5	36,4	100,0
Croazia	20,7	60,5	18,5	100,0
Danimarca	27,5	41,1	29,1	100,0
Estonia	15,1	51,2	33,7	100,0
Finlandia	20,1	45,2	34,7	100,0
Francia	26,5	43,6	29,7	100,0
Germania	19,6	57,0	23,2	100,0
Grecia	33,1	42,2	24,6	100,0
Irlanda	24,8	37,4	34,7	100,0
<b>Italia</b>	42,7	42,3	15,0	100,0
Lettonia	14,2	54,3	31,4	100,0
Lituania	16,1	56,9	26,9	100,0
Lussemburgo	24,5	35,0	39,1	100,0
Malta	53,6	28,4	18,0	100,0
Paesi Bassi	28,5	40,9	29,4	100,0
Polonia	15,5	60,7	23,8	100,0
Portogallo	56,3	24,0	19,7	100,0
Regno Unito	20,2	41,2	35,4	100,0
Repubblica Ceca	12,4	68,5	19,1	100,0
Repubblica Slovacca	15,2	66,7	18,1	100,0
Romania	31,2	54,6	14,2	100,0
Slovenia	18,4	56,5	25,1	100,0
Spagna	43,8	23,5	31,2	100,0
Svezia	22,1	44,9	32,8	100,0
Ungheria	22,0	57,7	20,2	100,0
Ue 28	27,3	46,2	25,8	100,0

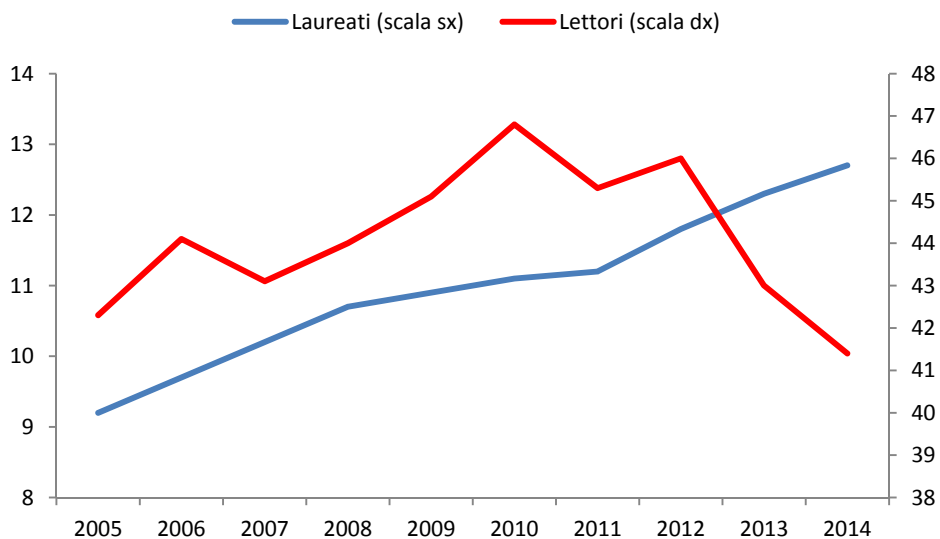
Fonte: elaborazione Censis su dati Eurostat

Fig. 1 - Andamento della quota di diplomati e di lettori, 2005-2014 (val. %)



Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

Fig. 2 - Andamento della quota di laureati e di lettori, 2005-2014 (val. %)



Fonte: elaborazione Censis su dati Istat



In base alle statistiche ufficiali, la quota di non lettori, in effetti, in Italia è pari complessivamente al 56,5% nel 2014: resta alta (il 23,7%) anche tra i laureati e corrisponde a quasi la metà dei diplomati (il 46,9%) (tab. 3).

**Tab. 3 - Non lettori per titolo di studio, 2014 (val. %)**

	Totale
Laurea e post-laurea	23,7
Diploma superiore	46,9
Licenza media	65,6
Licenza elementare	72,7
Totale	56,5

*Fonte:* elaborazione Censis su dati Istat



## 2. UNA DERIVA ELITARIA NELLA LETTURA DEI LIBRI

Com'è noto, fin dai primissimi anni di formazione, e lungo l'intero percorso di crescita individuale, la lettura è determinante ai fini della conoscenza del mondo e della maturazione personale. I libri non rispondono solo a bisogni di carattere formativo, ma assumono un'assoluta centralità a livello individuale e collettivo per lo sviluppo del tessuto sociale di una comunità. Tuttavia, in Italia, esigenze educative a parte, la lettura non è ai primi posti tra i comportamenti della popolazione, come si è visto.

Sembra anzi che sia una componente relegata a una porzione minoritaria, cioè a quegli italiani che, pur avendo poco tempo a disposizione, pur essendo attratti dalle nuove tecnologie, pur avendo subito gli effetti della crisi economica, che ha costretto a drastici tagli delle spese e a una rimodulazione delle scelte di consumo, non rinunciano a leggere.

Nel 2014 meno di un italiano su due (il 41,4% della popolazione di 6 anni e più) ha letto almeno un libro nel corso dell'anno, con una riduzione rispetto al 2013 dell'1,6% e del 5,4% rispetto al 2010. L'andamento nel tempo mostra alti e bassi: nel medio periodo, le percentuali raggiungono un picco massimo di lettori di libri nel 2010, comunque non oltre il 46,8% della popolazione (tab. 4).

Gli unici a registrare dinamiche positive sono i lettori più affezionati, lo "zoccolo duro" dei "lettori forti", che hanno mantenuto nel tempo l'interesse per la lettura, ma costituiscono una minoranza elitaria.

Mentre i lettori che hanno letto più di 12 libri l'anno (il 14,3% nel 2014) sono aumentati nel periodo 1995-2014 (+3%), quelli che si fermano sotto i 3 volumi l'anno sono diminuiti (-4,5%), segnalando quindi una difesa delle posizioni da parte degli amanti della lettura e una resa da parte di quanti non sono mai stati veri appassionati (tab. 5 e fig. 3).

L'affermazione della componente elitaria dei lettori di libri è confermata dalla predominanza in questo segmento di persone con un titolo di studio elevato. A leggere sono soprattutto i laureati: il 74,9% a fronte del 51,1% dei diplomati. È un dato fisiologico, che però segnala come anche circa un quarto delle persone laureate non legga nemmeno un libro l'anno (tab. 6).

**Tab. 4 - Persone di 6 anni e più che hanno letto almeno un libro nel tempo libero negli ultimi 12 mesi, per età, 2005-2014 (val. % e diff. %)**

Età	2005	2010	2013	2014	2005-2014	2013-2014
	val. %				diff. %	
6-10 anni	47,1	52,5	49,3	44,6	-2,5	-4,7
11-14 anni	60,5	65,4	57,2	53,5	-7,0	-3,7
15-17 anni	54,3	59,1	50,6	51,1	-3,2	0,5
18-19 anni	54,6	54,8	50,1	51,7	-2,9	1,6
20-24 anni	50,7	53,0	49,8	45,6	-5,1	-4,2
25-34 anni	48,7	51,5	46,3	44,8	-3,9	-1,5
35-44 anni	47,7	50,2	45,9	44,7	-3,0	-1,2
45-54 anni	44,6	50,1	45,8	43,6	-1,0	-2,2
55-59 anni	36,8	49,2	43,0	42,7	5,9	-0,3
60-64 anni	35,3	43,5	42,2	41,5	6,2	-0,7
65-74 anni	28,1	36,2	36,8	35,8	7,7	-1,0
75 anni e più	20,8	22,9	22,5	22,2	1,4	-0,3
Totale	42,3	46,8	43,0	41,4	-0,9	-1,6

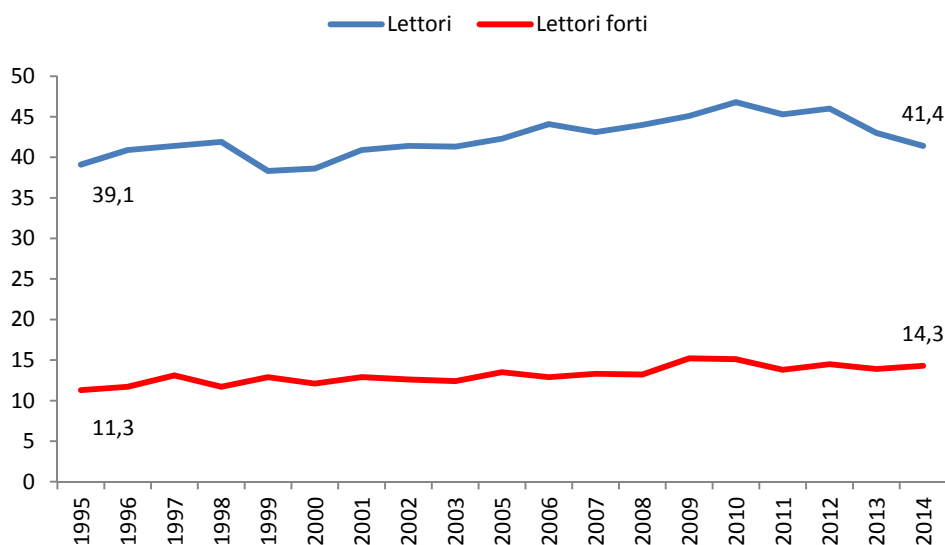
Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

**Tab. 5 - Lettori di 6 anni e più che hanno letto libri nel tempo libero negli ultimi 12 mesi, per età e numero di libri letti, 2005-2014 (val. % e diff. %)**

Età	2005	2010	2013	2014	2005-2014	2013-2014
	val. %				diff. %	
<b>Da 1 a 3 libri</b>						
6-10 anni	55,4	47,1	49,9	47,2	-8,2	-2,7
11-14 anni	54,5	48,5	52,2	51,0	-3,5	-1,2
15-17 anni	51,5	46,6	51,1	47,6	-3,9	-3,5
18-19 anni	49,8	45,3	46,6	47,9	-1,9	1,3
20-24 anni	47,5	47,4	47,1	43,7	-3,8	-3,4
25-34 anni	46,1	45,1	49,6	50,6	4,5	1,0
35-44 anni	45,3	44,7	48,3	47,3	2,0	-1,0
45-54 anni	44,4	41,6	43,9	43,1	-1,3	-0,8
55-59 anni	46,2	41,6	40,0	38,0	-8,2	-2,0
60-64 anni	45,8	40,5	38,1	40,1	-5,7	2,0
65-74 anni	48,5	41,5	44,4	41,2	-7,3	-3,2
75 anni e più	49,6	48,7	51,9	42,7	-6,9	-9,2
Totale	47,5	44,3	46,6	45,0	-2,5	-1,6
<b>Più di 12 libri</b>						
6-10 anni	12,0	14,1	11,1	12,1	0,1	1,0
11-14 anni	12,1	12,4	10,2	14,1	2,0	3,9
15-17 anni	10,2	11,5	7,6	10,5	0,3	2,9
18-19 anni	8,4	13,4	12,6	9,0	0,6	-3,6
20-24 anni	10,4	12,7	11,8	10,6	0,2	-1,2
25-34 anni	13,5	13,2	10,3	10,9	-2,6	0,6
35-44 anni	12,9	13,8	12,7	12,0	-0,9	-0,7
45-54 anni	16,1	17,0	15,3	15,3	-0,8	0,0
55-59 anni	13,3	16,9	17,8	17,5	4,2	-0,3
60-64 anni	18,3	19,8	19,3	16,5	-1,8	-2,8
65-74 anni	14,6	20,2	19,6	20,5	5,9	0,9
75 anni e più	14,7	13,5	14,6	20,0	5,3	5,4
Totale	13,5	15,1	13,9	14,3	0,8	0,4

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

Fig. 3 - Andamento della quota di lettori di libri e di "lettori forti", 1995-2014 (val. %)



Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

Tab. 6 - Persone di 6 anni e più che hanno letto almeno un libro nel tempo libero negli ultimi 12 mesi, per età e titolo di studio, 2014 (val. %)

Età	Titolo di studio				Totale
	Laurea	Diploma superiore	Licenza media	Licenza elementare	
6-24 anni	71,7	50,0	47,6	47,1	48,4
25-44 anni	73,7	46,2	24,7	9,2	44,7
45-64 anni	76,6	55,8	28,6	13,9	42,9
65 anni e più	76,0	57,5	36,2	14,1	29,2
Totale	74,9	51,1	32,5	24,6	41,4

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

La disaffezione nei confronti della lettura di libri si evidenzia ancora di più nel panorama europeo. L'Italia risulta 23<sup>a</sup> nella graduatoria relativa all'accesso e alla partecipazione alle diverse forme di fruizione culturale, con una posizione peggiore di Paesi come Ungheria, Romania, Portogallo e Cipro: un dato paradossale per un Paese che vanta un'eredità storica e culturale invidiata da tutto il mondo.

Dall'indagine dell'Eurobarometro risulta che il motivo prevalente addotto dagli italiani che dichiarano di non leggere è per il 41% la mancanza di tempo, poco sotto al dato europeo (44%), e per il 31% la mancanza di interesse, percentuale più alta rispetto al 25% della media dell'Ue. Inoltre, per l'8% i libri costano troppo: è la percentuale più elevata riscontrata tra tutti gli europei, molto più alta del 3% medio dell'Ue. In Paesi come Svezia, Danimarca, Paesi Bassi e Regno Unito l'eventualità di non leggere per ragioni legate al prezzo non è neanche contemplata (tabb. 7-8).

L'invenzione della stampa tipografica ha rappresentato la prima rivoluzione culturale dell'epoca moderna, perché ha consentito alle generazioni successive di conoscere le conquiste intellettuali di quelle precedenti. Tuttavia, nonostante le buone intenzioni, non si può dire che sia stata una rivoluzione per tutti: allora come adesso, la cultura si rivolgeva a una élite, cioè alle persone con una elevata scolarizzazione, quando l'analfabetismo era la condizione dominante nella popolazione mondiale.

Oggi che il problema dell'alfabetizzazione della popolazione non è più all'ordine del giorno, almeno nei Paesi più sviluppati, esiste ancora una distanza tra le persone e la lettura, ma di tipo nuovo. Il *press divide*, cioè il *gap* tra quanti hanno aperto a internet la propria "dieta mediatica" rinunciando contestualmente alla lettura su carta stampata e chi invece ricomprende entrambe le possibilità, è in continuo aumento. Secondo il 12° *Rapporto sulla comunicazione* del Censis, le persone estranee ai mezzi a stampa sono passate dal 33,9% del 2006 al 50,4% del 2015 (+16,5%) (tab. 9).

Tra chi si è estraniato dalla lettura su supporti cartacei (libri, giornali e riviste), il 60,5% ha un titolo di studio basso (licenza elementare e media), a sostegno della tesi sul valore sempre più elitario del libro, simbolo della cultura per antonomasia, però sempre più accantonato in nome di una fruizione di nozioni e informazioni più semplificata.

**Tab. 7 - Persone di 15 anni e oltre che hanno letto almeno un libro e che sono state in una biblioteca pubblica negli ultimi 12 mesi, 2013 (val. %)**

	Hanno letto almeno un libro	Sono state in una biblioteca pubblica
Svezia	90	74
Paesi Bassi	86	45
Danimarca	82	63
Regno Unito	80	47
Germania	79	23
Estonia	78	47
Lussemburgo	76	17
Finlandia	75	66
Irlanda	74	45
Austria	73	22
Francia	73	33
Lettonia	72	39
Repubblica Ceca	71	28
Repubblica Slovacca	68	26
Slovenia	67	48
Lituania	66	35
Belgio	65	37
Spagna	60	33
Ungheria	60	19
<b>Italia</b>	56	24
Polonia	56	26
Bulgaria	55	18
Malta	55	29
Cipro	54	8
Romania	51	17
Grecia	50	10
Portogallo	40	15
Ue 27	68	31

Fonte: elaborazione Censis su dati Eurobarometro



**Tab. 8 - Ragioni per le quali gli intervistati non hanno letto neanche un libro negli ultimi 12 mesi, 2013 (val. %)**

	Mancanza di tempo	Mancanza di interesse	Troppo costoso	Altro	Non sa	Totale
Austria	46	24	2	17	11	100
Belgio	39	34	2	18	7	100
Bulgaria	39	29	3	12	17	100
Cipro	55	35	2	5	3	100
Croazia	41	31	4	20	4	100
Danimarca	53	20	0	24	3	100
Estonia	45	18	1	14	22	100
Finlandia	42	27	1	24	5	100
Francia	39	23	2	18	18	100
Germania	46	19	1	21	13	100
Grecia	50	36	5	6	3	100
Irlanda	31	22	3	28	16	100
<b>Italia</b>	41	31	8	16	4	100
Lettonia	46	21	2	6	25	100
Lituania	34	27	3	26	10	100
Lussemburgo	47	19	0	29	5	100
Malta	46	35	0	14	5	100
Paesi Bassi	50	19	0	26	5	100
Polonia	46	27	4	16	7	100
Portogallo	35	49	6	8	2	100
Regno Unito	42	19	0	26	13	100
Rep. Ceca	51	24	2	11	12	100
Romania	49	22	3	22	4	100
Slovacchia	50	26	2	16	6	100
Slovenia	48	26	1	22	3	100
Spagna	46	32	4	17	1	100
Svezia	54	15	0	26	5	100
Ungheria	48	28	8	8	8	100
Ue 27	44	25	3	19	9	100

Fonte: elaborazione Censis su dati Eurobarometro

Tab. 9 - L'evoluzione del *press divide* tra gli italiani, 2006-2015 (val. %)

	2006	2009	2011	2013	2015	Diff. % 2006- 2015
Persone con diete solo audiovisive	28,2	26,4	28,7	26,9	23,7	-4,5
Persone con diete aperte a internet ma prive di mezzi a stampa	5,7	12,9	17,0	20,0	26,8	21,1
<b>Totale persone estranee ai mezzi a stampa</b>	<b>33,9</b>	<b>39,3</b>	<b>45,7</b>	<b>46,9</b>	<b>50,4</b>	<b>16,5</b>
<i>press divide</i>						
<b>Totale persone con accesso ai mezzi a stampa</b>	<b>66,1</b>	<b>60,7</b>	<b>54,3</b>	<b>53,0</b>	<b>49,6</b>	<b>-16,5</b>
Persone con diete basate sui mezzi a stampa	42,8	24,9	23,3	15,9	14,1	-28,7
Persone con diete aperte a internet	23,3	35,8	31,0	37,1	35,4	12,1

Fonte: indagini Censis, 2006-2015

La seconda grande rivoluzione dei nostri tempi, quella legata alla diffusione delle tecnologie digitali, presenta caratteristiche per certi versi simili a quella della stampa perché, pur avendo tecnicamente migliorato la capacità di divulgazione del sapere, ha portato con sé limiti di accesso determinati dall'età e dalle competenze personali. Tuttavia, negli ultimi anni, questi limiti sono stati in parte superati e si è ridotto il *digital divide*, cioè il *gap* tra chi usa solamente mezzi audiovisivi e a stampa e chi è entrato appieno nella comunicazione digitale. Numerosi sono i fattori che stanno favorendo l'espansione di internet, con l'effetto però di accentuare il fenomeno dell'allontanamento dalla lettura su carta stampata.

Se è probabile che chi non ha mai letto un libro non leggerà neanche su supporti digitali connessi a internet, una porzione di lettori non solo di livello medio-basso hanno distolto la propria attenzione dalla lettura su carta a favore della rete. Tra questi, i giovani, che più di tutti subiscono la

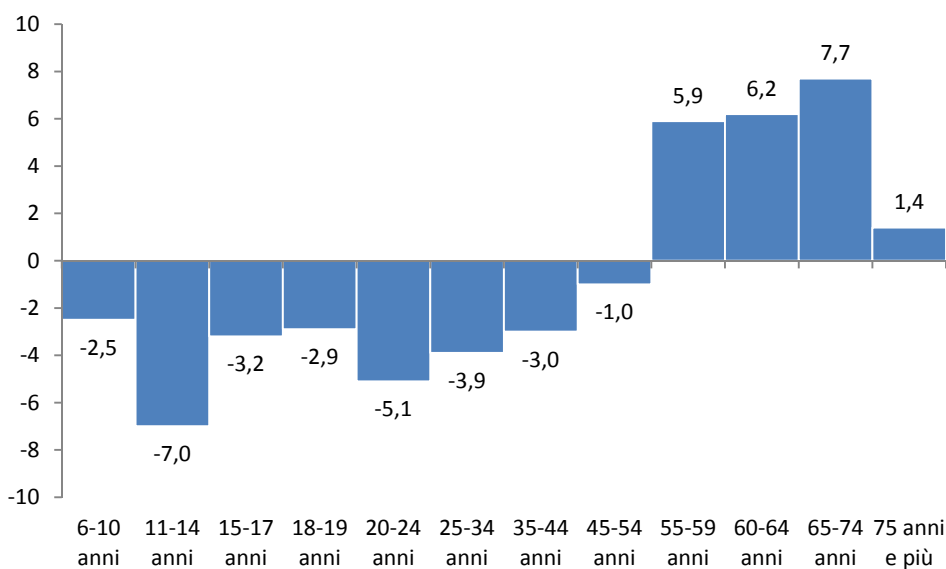
fascinazione delle nuove tecnologie, tralasciando mezzi di apprendimento più impegnativi come i libri.

Negli ultimi dieci anni si è così allargata la forbice generazionale: le persone più avanti con gli anni leggono di più, in particolare gli ultrasessantenni (+6,2% tra i 60-64enni nel periodo 2005-2014 e +7,7% tra i 65-74enni), mentre tra i giovani la dinamica è di segno opposto (-5,1% tra i 20-24enni) (fig. 4).

I giovani risultano anche scarsamente rappresentati tra i lettori più convinti: nelle fasce d'età comprese tra i 15 e i 35 anni sono tra il 20% e il 24% quanti affermano di leggere al massimo 3 libri l'anno, e sono solo intorno al 5% quelli che ne leggono più di 12.

Nella lettura emerge anche una differenza di genere: le femmine sono maggiormente rappresentate tra i lettori di libri. Il 48% ha letto almeno un libro nell'ultimo anno, contro il 34,5% dei maschi. E le donne si confermano lettrici più "forti" degli uomini, visto che il 7,2% ha letto 12 libri o più contro solo il 4,6% dei maschi che hanno fatto altrettanto (tab. 10).

Fig. 4 - Variazione della quota di lettori di libri, per età, 2005-2014 (diff. %)



Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

Tab. 10 - Persone di 6 anni e più che hanno letto almeno un libro nel tempo libero negli ultimi 12 mesi, per sesso, età e numero di libri letti, 2014 (val. %)

Età	Da 1 a	Da 4 a	Da 7 a	12 o più	Totale	Da 1 a	Da 4 a	Da 7 a	12 o più	Totale	Da 1 a	Da 4 a	Da 7 a	12 o più	Totale
	3 libri	6 libri	11 libri	libri		3 libri	6 libri	11 libri	libri		3 libri	6 libri	11 libri	libri	
	Maschi					Femmine					Totale				
6-10 anni	19,9	12,8	5,6	4,8	43,1	22,2	11,3	6,5	6,1	46,1	21,0	12,1	6,0	5,4	44,6
11-14 anni	26,2	9,8	4,3	5,0	45,4	28,4	14,7	8,8	10,2	62,0	27,3	12,2	6,5	7,5	53,5
15-17 anni	21,1	9,6	5,5	3,6	39,8	27,7	16,8	11,2	7,2	62,9	24,3	13,1	8,3	5,4	51,1
18-19 anni	24,5	10,6	5,1	2,2	42,4	25,0	17,4	11,9	7,2	61,7	24,8	13,9	8,4	4,6	51,7
20-24 anni	14,8	7,3	6,3	3,5	31,9	25,3	17,2	11,3	6,3	60,1	20,0	12,1	8,7	4,9	45,6
25-34 anni	19,1	8,0	4,8	3,4	35,3	26,2	14,4	7,3	6,3	54,3	22,7	11,2	6,0	4,9	44,8
35-44 anni	17,9	8,4	4,7	3,9	34,9	24,4	14,0	9,3	6,9	54,5	21,1	11,2	7,0	5,4	44,7
45-54 anni	16,2	7,9	5,3	4,2	33,7	21,2	13,9	8,8	9,0	52,8	18,8	11,0	7,1	6,7	43,6
55-59 anni	14,6	10,1	5,0	5,9	35,6	17,8	13,2	9,7	9,1	49,8	16,2	11,7	7,3	7,5	42,7
60-64 anni	14,8	10,9	5,5	6,3	37,5	18,5	12,2	7,5	7,4	45,6	16,7	11,5	6,5	6,9	41,5
65-74 anni	12,6	7,4	4,9	6,6	31,6	16,6	8,2	6,8	8,0	39,6	14,8	7,8	5,9	7,3	35,8
75 anni e più	9,6	4,8	3,3	4,4	22,2	9,4	5,8	2,6	4,5	22,2	9,5	5,4	2,8	4,4	22,2
Totale	16,5	8,5	4,9	4,6	34,5	20,6	12,3	7,8	7,2	48,0	18,6	10,5	6,4	5,9	41,4

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

Sul territorio, la tendenza è quella di una maggiore inclinazione alla lettura nelle regioni del Nord-Est, con il 49% di lettori di libri, in particolare in Friuli Venezia Giulia (53,6%) e Trentino Alto Adige (53,3%), che sono anche le regioni dove si registrano lettori più determinati: il 10,8% dei friulani legge almeno 12 libri l'anno e fa altrettanto il 9,9% dei trentini, contro una media nazionale del 5,9%. Emerge con preoccupazione il problema del Mezzogiorno, dove si registrano i valori inferiori, con appena il 26,2% di lettori di libri in Sicilia, il 26,9% in Basilicata e le altre regioni meridionali tutte al di sotto del 30% (tab. 11).

Le nuove tecnologie hanno cambiato profondamente le abitudini degli italiani nell'acquisizione delle conoscenze. Le persone possono collegarsi alla rete in qualsiasi momento per acquisire dati e nozioni gratuitamente e comodamente. Non si tratta solo di accedere a una pagina web per trovare la risposta a un quesito, perché la rivoluzione culturale innescata da internet significa avere l'accesso a una varietà potenzialmente infinita di documenti che possono confluire in una immensa biblioteca personalizzata.

Lo dimostra il crescente primato dell'informazione "fai da te". Oggi le prime cinque fonti impiegate dagli italiani per informarsi sono: i telegiornali (utilizzati dal 76,5% della popolazione), i giornali radio (52%), i motori di ricerca su internet come Google (51,4%), le tv all news (50,9%) e Facebook (43,7%). L'utenza delle tv all news è aumentata del 34,6% rispetto al 2011, Facebook del 16,9%, le app per smartphone del 16,7%, YouTube del 10,9% e i motori di ricerca guadagnano il 10% dell'utenza di informazione. I mezzi cartacei (quotidiani, settimanali, mensili) vengono molto dopo, con quote di utenza intorno al 30% e in flessione nel tempo (tab. 12).

Si è definita, quindi, una nuova gerarchia delle fonti di informazione. Questa trasformazione è ancora più evidente se si considera l'impiego dei media informativi distribuito per classi d'età. Tra i più giovani al primo posto si colloca Facebook come strumento per informarsi (71,1%), al secondo posto Google (68,7%) e solo al terzo posto compaiono i telegiornali (68,5%), con YouTube che non si posiziona a una grande distanza (53,6%) e comunque viene prima dei giornali radio (48,8%), tallonati a loro volta dalle app per smartphone (46,8%). I lettori di giornali scendono inesorabilmente al 25,1%.

**Tab. 11 - Persone di 6 anni e più che hanno letto almeno un libro nel tempo libero negli ultimi 12 mesi, per regione, ripartizione geografica e numero di libri letti, 2014 (val. %)**

	Da 1 a 3 libri	Da 4 a 6 libri	Da 7 a 11 libri	12 o più libri	Totale
Piemonte	18,7	13,9	7,7	8,8	49,2
Valle d'Aosta	17,6	13,9	9,4	7,2	48,1
Liguria	19,2	13,2	9,3	8,6	50,4
Lombardia	18,8	11,7	8,1	8,7	47,3
Trentino Alto Adige	18,9	15,2	9,3	9,9	53,3
Bolzano	19,1	15,1	9,2	11,0	54,5
Trento	18,6	15,4	9,4	8,8	52,2
Veneto	19,9	11,2	7,6	7,2	46,0
Friuli Venezia Giulia	20,4	14,1	8,4	10,8	53,6
Emilia Romagna	21,1	12,8	7,7	8,5	50,1
Toscana	21,2	12,9	7,9	6,2	48,2
Umbria	17,9	9,7	6,4	4,9	39,0
Marche	20,8	9,4	5,6	3,7	39,5
Lazio	18,3	12,5	8,1	6,4	45,2
Abruzzo	17,2	8,5	5,1	3,2	34,0
Molise	20,1	9,3	5,0	2,6	37,0
Campania	18,8	6,8	2,7	1,4	29,7
Puglia	15,2	6,6	2,8	2,2	26,8
Basilicata	14,4	6,5	4,2	1,7	26,9
Calabria	17,7	6,0	3,7	2,6	29,9
Sicilia	15,7	5,6	2,9	2,1	26,2
Sardegna	19,0	10,9	8,1	7,7	45,7
Nord-Ovest	18,8	12,5	8,1	8,7	48,1
Nord-Est	20,3	12,5	7,9	8,3	49,0
Centro	19,5	12,0	7,6	5,9	44,9
Sud	17,3	6,8	3,2	2,0	29,4
Isole	16,5	6,9	4,2	3,5	31,1
Italia	18,6	10,5	6,4	5,9	41,4

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

Tab. 12 - Mezzi di informazione utilizzati, per età (val. %)

Mezzi	Totale	Età			
		14-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65-80 anni
Almeno uno	89,8	90,3	93,8	86,5	89,7
Telegiornali	76,5	68,5	76,9	76,4	84,4
Giornali radio	52,0	48,8	52,9	49,8	57,9
Motori di ricerca su internet	51,4	68,7	66,4	45,9	22,0
Tv all news	50,9	43,6	52,5	53,5	51,5
Facebook	43,7	71,1	60,3	32,3	12,3
Televideo	33,9	27,8	31,2	36,2	40,0
Settimanali/mensili	31,9	27,8	31,1	31,3	38,4
Quotidiani a pagamento	30,3	25,1	26,9	28,1	44,5
YouTube	27,6	53,6	33,9	20,2	4,7
Siti web di informazione	24,2	28,4	35,5	21,1	9,5
App su smartphone	24,0	46,8	31,7	15,4	4,6
Quotidiani online	22,7	26,2	30,3	22,5	8,7
Blog/forum	21,3	35,8	30,0	14,4	6,4
Servizio sms	20,9	32,7	25,3	17,4	8,4
Quotidiani gratuiti	20,2	22,0	22,1	19,3	17,2
Siti web dei telegiornali	18,0	24,2	21,0	16,0	10,6
Twitter	8,6	18,3	10,2	5,7	1,4
Nessuno	10,2	9,7	6,2	13,5	10,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2015

Se in Italia la pratica della lettura è in declino, negli ultimi anni si sta lentamente diffondendo il consumo di prodotti editoriali digitali. Nel 2014 l'8,7% della popolazione ha letto o scaricato online libri e e-book (tab. 13).

Se non si può affermare che il mercato degli e-book sia veramente decollato, si può però constatare come il loro pubblico di riferimento sia quello giovanile. Tra i 18-19enni la percentuale di fruitori di e-book sale al 20,1%, al contrario degli anziani, che mostrano valori prossimi allo zero.

Nel costante calo della lettura su carta, al momento l'e-book non si pone come un vero *competitor* rispetto al libro. Non sembra essere in atto un

processo di sostituzione: chi legge su carta può integrare la lettura con gli e-book, ma non rinuncia al libro tradizionale. Ne consegue che i lettori di e-book non sono nuovi lettori, quindi non contribuiscono ad ampliare la base complessiva di chi legge, ma vi si sovrappongono. Tuttavia, in futuro per i giovani lo scenario potrebbe cambiare. Complici le strategie distributive e promozionali attuate dagli editori, e grazie alla sempre maggiore diffusione dei tablet, si potrebbe arrivare nei prossimi anni a una più significativa diffusione dei libri digitali.

**Tab. 13 - Persone di 6 anni e più e utenti di internet che hanno letto o scaricato online libri o e-book, per sesso e classe di età, 2014 (val. %)**

	Persone che hanno letto o scaricato online libri o e-book			Utenti di internet che hanno letto o scaricato online libri o e-book		
	Maschi	Femmine	Totale	Maschi	Femmine	Totale
6-10 anni	2,5	2,0	2,3	5,8	4,9	5,4
11-14 anni	8,0	10,9	9,4	10,7	13,5	12,1
15-17 anni	14,1	19,1	16,5	16,0	21,4	18,7
18-19 anni	17,7	22,6	20,1	19,4	24,6	21,9
20-24 anni	17,6	19,5	18,5	20,5	22,2	21,3
25-34 anni	14,6	15,8	15,2	17,5	19,8	18,7
35-44 anni	12,1	9,8	10,9	15,9	13,6	14,8
45-54 anni	10,0	8,5	9,2	14,8	14,3	14,6
55-59 anni	7,8	7,3	7,6	13,7	16,6	15,0
60-64 anni	6,7	4,3	5,5	13,8	13,4	13,6
65-74 anni	2,8	1,2	1,9	10,2	8,8	9,7
75 anni e più	0,9	0,2	0,5	11,5	14,1	12,1
Totale	9,2	8,2	8,7	15,2	16,0	15,6

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat



### 3. LE PROSPETTIVE DEL MERCATO LIBRARIO

Nel nostro Paese la produzione libraria cresce di anno in anno in maniera considerevole: il numero di titoli pubblicati nel 2013 è stato pari a 61.966 contro i 59.230 del 2012, facendo registrare un aumento del 6,3%. Oltre al numero di titoli stampati, nel 2013 è cresciuta anche la tiratura complessiva (+2,5%), ma il segno meno caratterizza il segmento delle edizioni successive alla prima (-53,1%). Gli incrementi maggiori riguardano dunque le prime edizioni, sia in termini di nuovi titoli (+7,2%), sia in termini di copie stampate (+25,3%), ad indicare i contorni di un mercato librario che si consuma in fretta, orientato prevalentemente alla conquista dei lettori attraverso le novità editoriali, piuttosto che per mezzo della riedizione di classici o di titoli in catalogo (tab. 14).

Nonostante ciò, i ricavi del mercato librario sono in flessione. Con riferimento alle vendite del nuovo nei canali *trade* (librerie, grande distribuzione organizzata, edicole, librerie online), includendo i libri scolastici ed escludendo prodotti come i collezionabili, i collaterali, i multimediali e le banche dati, nel 2013 c'è stata una flessione dei ricavi del 4,1%, con una perdita di 85 milioni di euro rispetto al 2012, per un fatturato complessivo di poco inferiore a 2 miliardi di euro (tab. 15).

Tale flessione dipende in parte da fattori strutturali, che da anni abbiamo imparato a riconoscere, come il disinteresse costituzionale di chi non si è mai avvicinato alla lettura per mancanza di consuetudine o perché non fa parte del proprio retaggio culturale; in parte è determinata dai cambiamenti prodotti dalla rivoluzione digitale, che ha reso l'approccio al sapere e alla lettura, specialmente da parte di alcuni segmenti della popolazione, più *smart*, cioè più efficiente e rapido, causando un allontanamento dai libri stampati a favore dei sistemi digitali di apprendimento. A questi fattori strutturali si aggiunge una causa congiunturale, cioè la crisi economica che si protrae dal 2008. La diminuzione delle disponibilità finanziarie delle famiglie ha costretto la gran parte degli italiani a operare delle scelte nell'ambito dei propri consumi culturali, e i libri non sono stati considerati tra le prime necessità.

Tab. 14 - Opere pubblicate e tiratura, per tipo di edizione, genere e tipo di editore, 2012-2013 (v.a., migliaia, val. % e var. %)

	2012			2013			Val. % 2013		Var. % 2012-2013	
	Opere pubblicate	Tiratura totale (migliaia)	Tiratura media per opera	Opere pubblicate	Tiratura totale (migliaia)	Tiratura media per opera	Opere pubblicate	Tiratura totale	Opere pubblicate	Tiratura totale
Tipi di edizione										
Prime edizioni	38.394	105.295	2.747	39.173	108.701	2.775	63,2	59,8	7,2	25,3
Edizioni successive	3.530	11.554	3.276	3.535	10.638	3.009	5,7	5,9	-15,9	-53,1
Ristampe	17.306	62.758	3.626	19.258	62.355	3.238	31,1	34,3	9,7	-7,9
Generi di opera										
Opere scolastiche (1)	5.937	40.524	6.826	7.278	35.377	4.861	11,7	19,5	23,1	-12,2
Opere per ragazzi	4.550	24.750	5.439	5.564	30.213	5.430	9,0	16,6	18,6	20,9
Opere di varia adulti	48.743	114.333	2.349	49.124	116.104	2.363	79,3	63,9	3,0	3,7
Tipi di editore (2)										
Piccoli editori	3.944	5.011	1.271	3.970	4.727	1.191	6,4	2,6	10,5	10,7
Medi editori	11.237	17.786	1.583	10.799	13.969	1.294	17,4	7,7	-2,9	-19,2
Grandi editori	44.049	156.810	3.565	47.197	162.998	3.454	76,2	89,7	8,3	4,6
Totale	59.230	179.607	3.036	61.966	181.694	2.932	100,0	100,0	6,3	2,5

(1) Esclusi i testi universitari e i parascolastici, compresi nelle opere di varia adulti.

(2) Gli editori sono stati classificati in base al numero di opere librarie pubblicate nel corso dell'anno in: "piccoli editori" = da 1 a 10 opere; "medi editori" = da 11 a 50 opere; "grandi editori" = oltre 50 opere.

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

**Tab. 15 - Andamento del mercato del nuovo a prezzo di copertina nel canale *trade* e scolastici, 2010-2013 (v.a. in migliaia di euro e var. %)**

	2010	2011	2012	2013	Var. % 2010-2013	Var. % 2012-2013
<b>Canali trade</b>						
Libreria	1.132.000	1.087.000	980.000	933.900	-17,5	-4,7
Gdo	246.000	236.000	225.000	202.500	-17,7	-10,0
Librerie online	69.000	110.000	116.000	121.800	76,5	5,0
E-book	-	12.600	23.800	37.100	-	55,9
Edicola	20.000	18.000	15.800	14.250	-28,8	-9,8
Bookshop musei	19.930	17.755	17.475	19.000	-4,7	8,7
Altro (fiere, ecc.)	23.000	21.000	19.000	18.390	-20,0	-3,2
<b>Libri scolastici</b>	<b>696.214</b>	<b>649.250</b>	<b>654.880</b>	<b>620.000</b>	<b>-10,9</b>	<b>-5,3</b>
<b>Totale</b>	<b>2.206.144</b>	<b>2.151.605</b>	<b>2.051.955</b>	<b>1.966.940</b>	<b>-10,8</b>	<b>-4,1</b>

Fonte: elaborazione Censis su dati Aie

Il canale di vendita più rilevante, cioè le librerie tradizionali (934 milioni di euro di fatturato nel 2013), ha subito una riduzione del 4,7% nell'ultimo anno e del 17,5% tra il 2010 e il 2013. A crollare nell'ultimo anno sono state in particolare le vendite della grande distribuzione (-10% tra il 2012 e il 2013). Del resto, i lettori occasionali sono l'anello debole della catena della lettura, cioè il segmento che incide maggiormente sulla flessione dei dati complessivi. Aumentano invece gli acquisti dei libri attraverso il canale online (+5% nell'ultimo anno e +76,5% dal 2010), benché questa modalità di vendita rappresenti ancora solo circa il 6% del mercato complessivo.

Data la situazione, molti editori sono stati costretti a cessare la propria attività. In quindici anni, sono più di un migliaio quelli che hanno dovuto dichiarare fallimento o liquidare le proprie aziende: nel 2000 erano 3.300 gli editori attivi, ridottisi a 2.248 nel 2013 (-31,9%). Il potenziale fermento culturale è scoraggiato dalla crisi economica e da una crisi editoriale specifica, che hanno disincentivato nuove iniziative imprenditoriali nel settore della produzione libraria: erano 310 i nuovi editori nel 2000, sono

scesi a 62 nel 2013. E aumentano le chiusure in tutti gli anni 2000, con 286 case editrici che hanno cessato l'attività nel 2012 e altre 102 nel 2013 (tab. 16).

**Tab. 16 - Editori censiti, nuovi e cessati, 2000-2013 (v.a. e var. %)**

	2000	2012	2013	Var. % 2000-2013	Var. % 2012-2013
Editori nuovi	310	125	62	-80,0	-50,4
Editori cessati	119	286	102	-14,3	-64,3
Totale	3.300	2.619	2.248	-31,9	-14,2

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

A livello mondiale, l'industria editoriale nel 2012 ha generato ricavi per 151 miliardi di dollari, classificandosi come il primo settore per fatturato tra le industrie produttrici di contenuti. Il perché di questo primato si può facilmente intuire: in molti Paesi, proprio come è stato anche per l'Italia fino a qualche anno fa, la lettura e l'accesso all'informazione scritta continuano a rappresentare il migliore strumento per la promozione sociale e l'avanzamento di classe.

Tuttavia, secondo i dati raccolti a livello locale, il calo risulta comune a molti Paesi europei (tab. 17):

- nel 2012 il mercato complessivo ha subito una contrazione in Svezia del 12%, del 10,9% in Spagna, in Italia dell'8,4%, mentre nel Regno Unito si è registrato un +4,2%;
- il mercato digitale (comprendente non solo gli e-book, ma anche banche dati e supporti informatici) ha una scarsa incidenza sulle vendite complessive, perché ovunque si ferma tra l'1% e il 3% del totale, ad eccezione del Regno Unito (12,3%);
- le tirature dei libri sono diminuite in molti Paesi, dai quali si distingue l'Italia, con 179,6 milioni di libri e un incremento annuo dell'8,7%.

**Tab. 17 - I principali mercati europei del libro a confronto, 2012** (v.a., migliaia, milioni di euro e val. %)

	Totale mercato		Mercato digitale		E-book		Tiratura libri	
	milioni di euro	var. % annua	milioni di euro	val.% sul trade	v.a.	var. % annua	migliaia	var. % annua
Germania	9.520	-0,8	228,0	2,4	-	-	-	-
Francia	4.534	-2,0	44,0	1,1	109.473	24,8	630.913	1,7
Regno Unito	4.184	4,2	541,3	12,3	57.999	34,1	686.000	-1,1
Spagna	2.472	-10,9	74,2	3,0	24.381	30,4	280.500	-2,2
Italia	2.854	-8,4	23,8	1,7	21.356	45,9	179.607	8,7
Svezia	190	-12,0	1,9	1,0	1.131	22,8	28.275	-5,0

Fonte: elaborazione Censis su dati vari

In questo quadro, si segnala la crescita del mercato degli e-book. Nel 2013 in Italia le opere pubblicate sia in formato cartaceo che in formato digitale sono state 14.916: in pratica, quasi un libro su quattro esiste anche in versione digitale (di questi, 9.180 sono nuove edizioni) (tab. 18).

Inoltre, il 6,9% degli editori attivi ha pubblicato libri in formato esclusivamente digitale. Nel 2013 si è registrato un aumento del fatturato del 55,9%, ma i 37 milioni di euro fatturati con gli e-book sono ben lontani dal compensare le perdite della filiera.

Con la diffusione dell'e-commerce, il *format* commerciale della libreria fisica – di catena o indipendente – è entrato in difficoltà: molte librerie hanno chiuso, altri punti vendita hanno optato per il *franchising*, persino le grandi catene hanno puntato all'integrazione con altre tipologie merceologiche.

**Tab. 18 - Opere pubblicate anche in formato e-book per tipo di edizione, 2012-2013** (v.a., val. %, var. % e diff. %)

	Opere in formato e-book						Val. % sul totale copie pubblicate a stampa		
	2012	2013	var. %	2012	2013	diff. %	2012	2013	diff. %
	v.a.		2012-2013	val. %		2012-2013			
Prime edizioni	8.111	9.180	13,2	64,9	61,5	-3,4	21,1	23,4	2,3
Edizioni successive	627	814	29,8	5,0	5,5	0,5	17,8	23,0	5,2
Ristampe	3.765	4.922	30,7	30,1	33,0	2,9	21,8	25,6	3,8
Totale	12.503	14.916	19,3	100,0	100,0	0,0	21,1	24,1	3,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

Le ragioni del successo della fruizione digitale dei contenuti hanno quindi a che fare con meccanismi di carattere commerciale, ma anche con i nuovi processi di comunicazione che hanno reso internet un'immensa vetrina a disposizione. In particolare, per l'e-book l'obiettivo era quello di fare leva sui punti deboli dei lettori: il budget e il tempo a disposizione. Tra le motivazioni che spingono maggiormente i lettori ad acquistare e-book, in effetti, vi è innanzitutto il prezzo di vendita (lo afferma il 65,5% degli editori). La facilità di trasporto e di archiviazione dei contenuti, indicata dal 38,8% degli editori, è il secondo fattore più frequentemente citato. Seguono l'interattività (19,2%), che facilita lo studio e il lavoro sui testi, e la reperibilità (15,2%), che risponde all'esigenza di disporre del libro richiesto praticamente in tempo reale (tab. 19).

**Tab. 19 - Editori per caratteristiche degli e-book ritenute maggiormente apprezzate dal pubblico e tipo di editore, 2013 (val. %)**

	Editori attivi			Totale
	Piccoli	Medi	Grandi	
Il prezzo di vendita inferiore a quello dell'edizione cartacea	63,6	67,6	69,3	65,5
La facilità di archiviazione e trasporto dei contenuti	35,8	41,3	46,8	38,8
L'interattività nella fruizione (ricerche sul testo, segnalibri, note, formattazione, ecc.)	20,3	19,0	14,6	19,2
La facilità di reperimento e di acquisizione dei titoli	14,8	15,7	15,6	15,2
La multimedialità dei contenuti	12,5	12,6	12,7	12,5
L'ampia varietà dell'offerta di titoli	6,8	7,2	10,2	7,4
L'intercambiabilità dei supporti di lettura (leggibilità su più dispositivi)	6,3	7,0	8,8	6,8
L'aggiornabilità dei contenuti	6,5	5,0	4,4	5,8
Altro	4,9	3,1	2,9	4,2

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat





#### 4. LA TRASMISSIONE DEL SAPERE ATTRAVERSO IL WEB, TUTOR E "ORACOLO" PERSONALE

Le criticità intrinseche al processo di alfabetizzazione digitale della popolazione italiana hanno ostacolato per un lungo periodo il decollo di un consumo maturo di internet che sapesse coniugare una pratica pienamente consapevole degli strumenti digitali e la padronanza nella scelta delle fonti.

L'analisi del tasso di penetrazione di internet, della frequenza di utilizzo della rete, della marginalizzazione dalla società digitale di categorie della popolazione socialmente più deboli, come gli anziani, evidenzia un disallineamento dell'Italia rispetto ai valori medi europei, che da tempo relega il nostro Paese nelle retrovie in tema di nuove tecnologie (tab. 20).

Tuttavia, negli ultimi anni si sono registrati progressi considerevoli. Nel 2014 gli italiani di 16-74 anni che si sono connessi a internet almeno con una frequenza settimanale sono stati pari al 59%: un segmento ancora contenuto rispetto a quanto rilevato negli altri Paesi europei, ma molto aumentato rispetto agli anni passati.

Per l'Italia si conferma un *trend* di ritardo che dal 2010 misura la distanza dal valore medio dell'Unione europea costantemente sopra i 15 punti percentuali. L'inclusione digitale è quasi completata in Lussemburgo, Danimarca, Paesi Bassi, Svezia e Finlandia, in cui la quota di utenti abituali del web è superiore al 90% della popolazione. Maggioritaria è la partecipazione anche da parte degli abitanti del Regno Unito (89%), della Germania (82%) e della Francia (80%).

Nel nostro Paese, inoltre, emerge una forte disomogeneità regionale nell'accesso al web. Il tasso di alfabetizzazione e di accesso alla rete cresce, rispetto alla media nazionale, fino al 64% tra i residenti di 16-74 anni del Nord-Est, del Nord-Ovest e del Centro, mentre cala notevolmente al Sud (50%) e nelle isole (54%) (tab. 21).

**Tab. 20 - Persone di 16-74 anni che utilizzano internet in Europa, 2010-2014**  
(val. %)

Paesi	2010	2011	2012	2013	2014
Lussemburgo	86	86	90	93	93
Danimarca	86	87	89	91	92
Paesi Bassi	88	90	91	92	91
Svezia	88	91	91	92	91
Finlandia	83	86	88	89	90
Regno Unito	80	81	84	87	89
Belgio	75	78	78	80	83
Germania	75	77	78	80	82
Estonia	71	73	74	77	82
Francia	72	74	78	78	80
Austria	70	76	76	77	77
Repubblica Ceca	58	63	66	70	76
Irlanda	63	71	74	75	76
Slovacchia	73	72	74	74	76
Ungheria	61	66	69	71	75
Lettonia	62	66	70	71	72
Spagna	58	61	65	66	71
Malta	60	66	66	66	70
Lituania	58	60	64	65	69
Slovenia	65	64	65	69	68
Croazia	51	55	58	63	65
Cipro	50	54	58	62	65
Polonia	55	58	59	60	63
Portogallo	47	51	56	58	61
Grecia	41	47	50	56	59
<b>Italia</b>	48	51	53	56	59
Bulgaria	42	46	50	51	54
Romania	34	37	43	45	48
Ue 28	65	67	70	72	75

Fonte: elaborazione Censis su dati Eurostat

**Tab. 21 - Persone di 16-74 anni che utilizzano internet in Italia, 2010-2014 (val. %)**

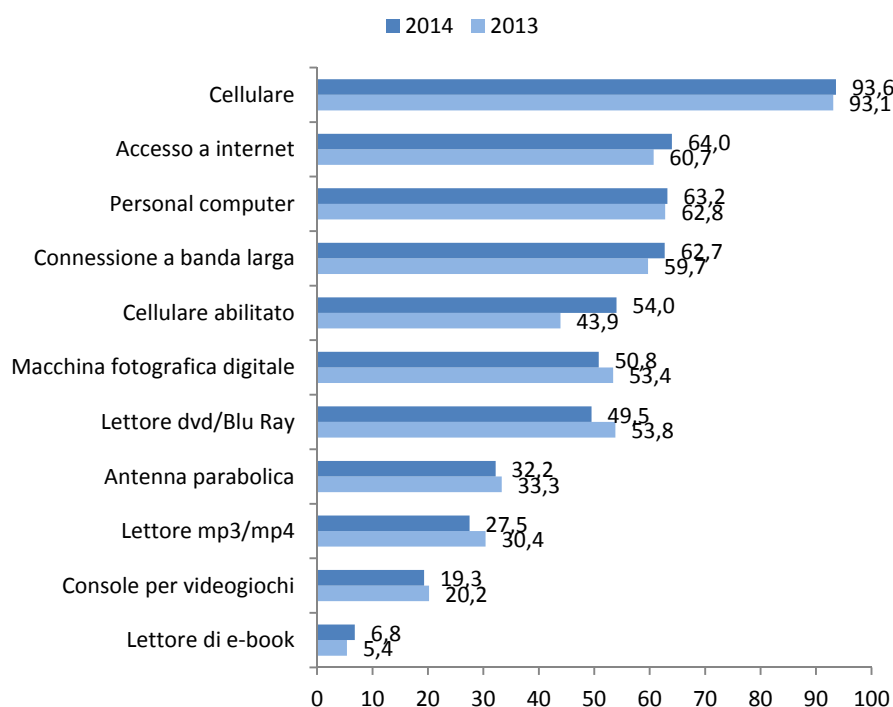
Circoscrizioni geografiche	2010	2011	2012	2013	2014
Nord-Ovest	52	56	58	60	64
Nord-Est	50	55	58	62	64
Centro	51	55	56	61	64
Sud	40	42	42	46	50
Isole	42	42	46	48	54
Italia	48	51	53	56	59

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

La possibilità che il divario esistente tra gli utenti abituali di internet italiani e la quota media europea si assottigli in tempi brevi grazie alla proliferazione delle connessioni mobili, straordinariamente diffuse nel nostro Paese, è un pronostico avanzato da più parti. Ponendo l'attenzione sulle dotazioni tecnologiche cui le famiglie italiane hanno scelto di destinare la loro spesa, infatti, la quota di possessori di smartphone abilitati alle connessioni di rete misura una crescita di 10 punti percentuali nell'ultimo anno, a fronte di una stasi o di un leggero calo per tutti gli altri dispositivi considerati (fig. 5).

Nel paniere domestico delle nuove tecnologie oscillano in negativo le dotazioni di macchine fotografiche digitali (dal 53,4% al 50,8% di possessori tra il 2013 e il 2014), le antenne paraboliche (dal 33,3% al 32,2%), i lettori digitali mp3/mp4 (dal 30,4% al 27,5%) e i lettori dvd/blu-ray (dal 53,8% al 40,5%), mentre il telefono cellulare resta presente in più del 90% delle famiglie.

Fig. 5 - Famiglie per beni e servizi tecnologici posseduti, 2013-2014 (val. %)

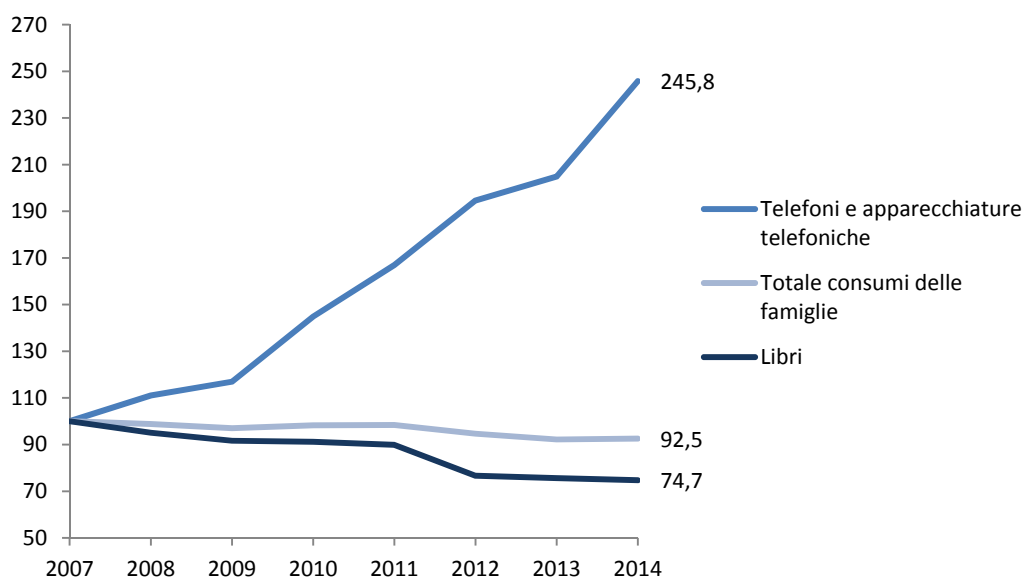


Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

Negli ultimi anni, in effetti, la voce “telefonia” ha più che raddoppiato il suo peso nelle spese degli italiani (+145,8%), nonostante la crisi economica, mentre la spesa per l’acquisto dei libri ha sofferto una flessione del 25,3% tra il 2007 e il 2014 (fig. 6).

Anche se deficitaria rispetto al panorama europeo, la platea degli utenti italiani di internet, che pure in alcune regioni si compone di due residenti su tre, è numericamente rilevante e crescente nel tempo, finendo per proiettare sul web una domanda di cultura personalizzata, dipendente soprattutto dall’età e dal livello di istruzione degli utenti.

Fig. 6 - Andamento della spesa per consumi delle famiglie, 2007-2014 (numeri indice: 2007=100)



Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

Lo dimostra la percentuale di utenti di internet che affermano di aver inserito tra le loro attività online la consultazione di una piattaforma collaborativa di divulgazione come, ad esempio, l'enciclopedia Wikipedia: ben il 60,8% degli italiani utenti della rete si affida ai wiki per le proprie ricerche (tab. 22).

I gruppi più numerosi di consultatori online sono i giovani di 15-17 anni (72,6%) e di 20-24 anni (70%). È di particolare rilievo anche la propensione dei ragazzi tra i 18 e i 19 anni: il 75,3% dei maturandi dichiara di consultare le enciclopedie online, per cui appare lecito supporre che le ricerche sul web, oltre al materiale scolastico, forniscano un indispensabile supporto alle attività di ripasso e di redazione delle tesine in vista dell'esame finale.

**Tab. 22 - Utenti di internet che hanno consultato un wiki (ad esempio, Wikipedia) per ottenere informazioni su un qualsiasi argomento, per età, 2014 (val. %)**

Età	val. %
6-10 anni	33,6
11-14 anni	63,9
15-17 anni	72,6
18-19 anni	75,3
20-24 anni	70,0
25-34 anni	65,0
35-44 anni	62,0
45-54 anni	58,5
55-59 anni	52,6
60-64 anni	51,6
65-74 anni	50,6
75 anni e più	39,2
Totale	60,8

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

La popolazione della galassia wiki non si limita però agli studenti: se si scorpora il dato dei visitatori in base all'attività professionale svolta, infatti, si scopre che sono alla ricerca di risposte online anche molti direttivi, quadri e impiegati (71%), seguiti da dirigenti, imprenditori e liberi professionisti (68,6%) (tab. 23).

La facilità d'uso, la gratuità dell'accesso, la condivisione con la propria comunità di riferimento sono solo alcuni dei fattori che possono spiegare un'abitudine così consolidata. Vanno considerate anche altre ragioni profonde: da un lato, un simile uso del web fornisce all'utente, in ogni condizione e in ogni momento, soccorso e sostegno all'esigenza di supporto e "tutoraggio" al proprio percorso di consolidamento del patrimonio personale di conoscenze; dall'altro lato, l'utente riversa la sua fiducia in una supposta funzione "oracolare" della rete, anche correndo il rischio di attribuire alle fonti disponibili sul web caratteristiche sovrastimate di esaustività e attendibilità.

**Tab. 23 - Utenti di internet (\*) che hanno consultato un wiki (ad esempio, Wikipedia) per ottenere informazioni su un qualsiasi argomento, per condizione professionale, 2014 (val. %)**

Condizione professionale	val. %
Occupati	62,2
Dirigenti, imprenditori, liberi professionisti	68,6
Direttivi, quadri, impiegati	71,0
Operai, apprendisti	49,5
Lavoratori in proprio e coadiuvanti	53,3
In cerca di nuova occupazione	56,5
In cerca di prima occupazione	58,8
Casalinghe	47,2
Studenti	77,9
Ritirati dal lavoro	47,4
Altra condizione	59,0
Totale	61,7

(\*) Persone di 15 anni e più.

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat





## **Parte seconda**

---

# **Fenomenologia dei processi di formazione e trasmissione della conoscenza degli italiani nell'era digitale**



## 1. INCHIESTA SUL SAPERE NELL'ERA DIGITALE

Sempre connessi a internet, ciò nondimeno buoni lettori di libri, abili compositori della propria biblioteca, dentro e fuori l'ecosistema digitale, in ragione di un esperto arbitraggio individuale tra vecchie e nuove tecnologie della conoscenza: in sintesi, questo è il profilo che è possibile tracciare quando si interrogano gli italiani adulti acculturati (persone con una età di 25 anni e oltre, laureate, utenti di internet) sulle proprie abitudini e sui comportamenti diretti alla formazione e alla trasmissione del sapere<sup>3</sup>.

Oggi il segmento della popolazione più acculturato sembra avere piena consapevolezza in merito alle qualità dei diversi strumenti che lo accompagnano quotidianamente nella soddisfazione dei propri bisogni culturali e nell'alimentazione dei propri interessi, e sembra muoversi con una certa disinvoltura nella direzione di una integrazione tra le diverse tecnologie – tradizionali e digitali – in chiave critica e adattiva, pur conservando una considerazione elevata per il libro cartaceo e per il mondo editoriale.

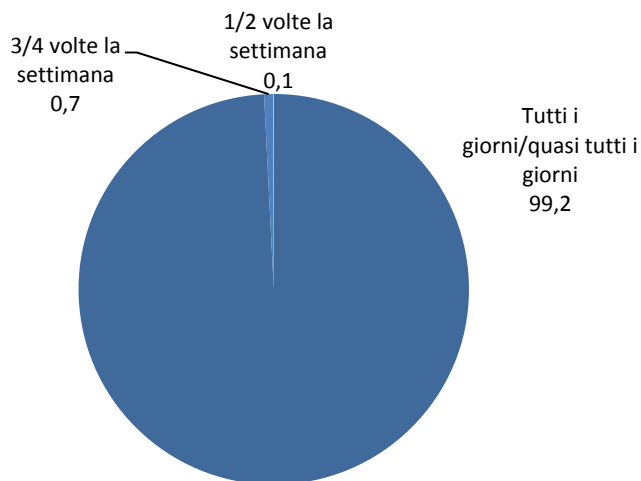
Nella quasi totalità dei casi (il 99,2%) il campione consultato accede a internet con una frequenza pressoché giornaliera. Analogamente, è costituito quasi per intero da lettori di libri (il 97% ha letto almeno un libro nel corso degli ultimi dodici mesi). Peraltro, si tratta in buona parte di lettori "forti": ha letto fino a 5 volumi l'anno una quota dei lettori pari al 36,1%, tra 6 e 10 libri il 28,1%, 11-15 testi il 12,7%, mentre per circa un

---

<sup>3</sup> I dati presentati in questa seconda parte del Rapporto derivano da una indagine originale presso un campione autoselezionato realizzata con metodologia Cawi (Computer Assisted Web Interviewing) con universo di riferimento la popolazione italiana di 25 anni e oltre laureata che usa internet almeno una volta la settimana. Per ottenere una rappresentatività statistica del campione rispetto alle principali variabili anagrafiche (sesso e classe di età), ed evitare eventuali sovra- o sottorappresentazioni, si è proceduto a una riponderazione del campione prendendo a riferimento le rispettive quote tratte dall'indagine dell'Istat "Aspetti della vita quotidiana", su cui si basano i coefficienti di ponderazione (pesi campionari) da attribuire a ciascuna unità statistica. I coefficienti hanno permesso di riproporzionare il campione dei rispondenti, rendendo la loro distribuzione per sesso e classe di età corrispondente a quella della popolazione di riferimento. La numerosità campionaria è pari a 3.273 unità.

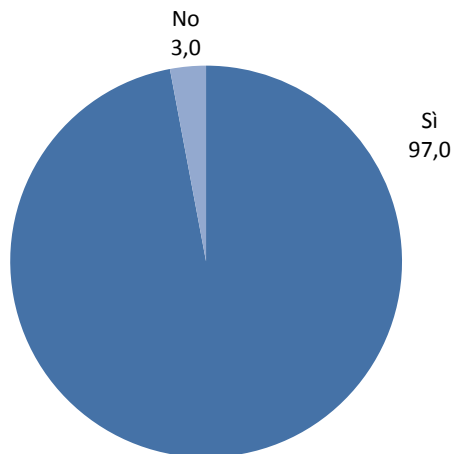
quarto (il 23,1%) la lettura oltrepassa la soglia dei 15 libri letti nel corso dell'anno (figg. 1-3).

**Fig. 1 - Frequenza di connessione a internet (val. %)**

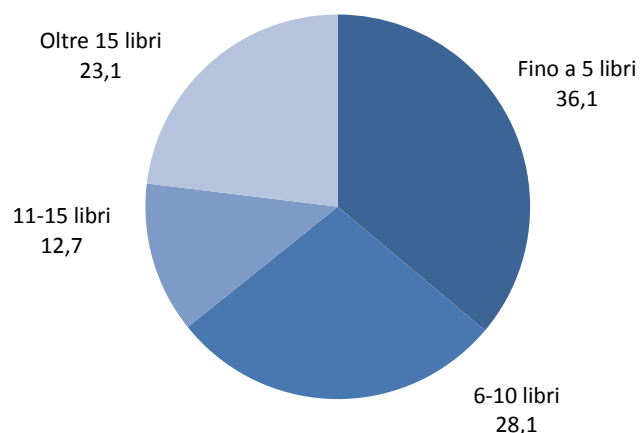


Fonte: indagine Censis, 2015

**Fig. 2 - Lettori di almeno un libro nell'ultimo anno (val. %)**



Fonte: indagine Censis, 2015

**Fig. 3 - Numero di libri letti nell'ultimo anno (val. %)**

Fonte: indagine Censis, 2015

Scomponendo il dato in base all'età degli intervistati, emerge che con l'avanzare degli anni si costruisce un legame più intenso con la lettura: se tra i più giovani (25-44 anni) la componente dei lettori che superano i 10 testi l'anno è pari al 28,2%, tra gli adulti (45-64 anni) e tra gli over 65 anni si registrano rispettivamente il 44,3% e il 54,5% di lettori che oltrepassano le 10 pubblicazioni l'anno (tab. 1).

Nel tracciare la mappa dei mezzi utilizzati con più frequenza dagli italiani utenti del web con una istruzione universitaria per acquisire nozioni si evidenziano differenze significative in relazione alle diverse discipline di interesse (tab. 2).

**Tab. 1 - Lettori di libri e numero di libri letti nell'ultimo anno, per età (val. %)**

	Classi di età			Totale
	25-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	
<b>Lettori di almeno un libro nell'ultimo anno</b>				
Sì	96,5	97,8	97,8	97,0
No	3,5	2,2	2,2	3,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
<b>Numero di libri letti nell'ultimo anno</b>				
Fino a 5 libri	41,5	30,2	22,6	36,1
6-10 libri	30,4	25,5	22,9	28,1
11-15 libri	11,2	14,4	16,4	12,7
Oltre 15 libri	17,0	29,9	38,1	23,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2015

**Tab. 2 - Mezzi usati più frequentemente per acquisire nozioni, per ambiti disciplinari (val. %)**

	val. %
<b>Letteratura</b>	
Libri	51,5
Enciclopedie	1,1
Giornali e riviste	5,0
Radio e tv	0,9
Siti web	10,0
Blog, forum online	1,1
Google e altri motori di ricerca	15,1
Social network (Facebook, Twitter, Youtube, ecc.)	0,5
Wikipedia	10,9
Nessuno, non mi interessa	3,9
Totale	100,0
	(segue)

(segue tab. 2)

	val. %
<b>Storia e geografia</b>	
Libri	23,0
Enciclopedie	2,8
Giornali e riviste	3,3
Radio e tv	3,2
Siti web	20,8
Blog, forum online	0,1
Google e altri motori di ricerca	22,2
Social network (Facebook, Twitter, Youtube, ecc.)	0,4
Wikipedia	22,3
Nessuno, non mi interessa	1,9
Totale	100,0
<b>Scienze naturali, fisica e matematica</b>	
Libri	13,2
Enciclopedie	2,4
Giornali e riviste	6,9
Radio e tv	2,6
Siti web	23,7
Blog, forum online	0,8
Google e altri motori di ricerca	25,8
Social network (Facebook, Twitter, Youtube, ecc.)	0,6
Wikipedia	14,6
Nessuno, non mi interessa	9,3
Totale	100,0
<b>Economia, scienze sociali e diritto</b>	
Libri	26,6
Enciclopedie	0,3
Giornali e riviste	13,6
Radio e tv	2,0
Siti web	26,7
Blog, forum online	2,0
Google e altri motori di ricerca	20,2
Social network (Facebook, Twitter, Youtube, ecc.)	1,0
Wikipedia	5,0
Nessuno, non mi interessa	2,5
Totale	100,0

(segue)

(segue tab. 2)

	val. %
<b>Tecnologia e informatica</b>	
Libri	2,6
Enciclopedie	0,1
Giornali e riviste	4,3
Radio e tv	0,9
Siti web	42,4
Blog, forum online	8,0
Google e altri motori di ricerca	31,6
Social network (Facebook, Twitter, Youtube, ecc.)	2,4
Wikipedia	3,3
Nessuno, non mi interessa	4,5
Totale	100,0
<b>Arte e musica</b>	
Libri	10,8
Enciclopedie	1,0
Giornali e riviste	8,8
Radio e tv	11,1
Siti web	29,3
Blog, forum online	1,7
Google e altri motori di ricerca	21,7
Social network (Facebook, Twitter, Youtube, ecc.)	6,7
Wikipedia	6,2
Nessuno, non mi interessa	2,8
Totale	100,0

Fonte: indagine Censis, 2015

Il binomio letteratura-libro resta imprescindibile per il 51,5% degli intervistati che fanno riferimento ai prodotti tradizionali delle case editrici per arricchire il loro bagaglio di conoscenze letterarie. In questo caso, la predilezione per i libri raffreda l'interesse per gli altri mezzi: Google (15,1%), Wikipedia (10,9%), i siti web (10%), pur essendo gli strumenti più consultati dopo i libri, coinvolgono solo un rispondente su dieci.

La logica opposta muove la ricerca e l'approfondimento di nozioni legate al sapere tecnologico e all'informatica, perché in questo caso internet è lo



“spazio” deputato per antonomasia alla formazione e alla trasmissione del sapere. Siti web (42,4%) e risultati selezionati attraverso i motori di ricerca (31,6%) guidano i percorsi della conoscenza in una delle discipline fondanti la società dell'informazione, quasi oscurando l'accesso a fonti di altro genere.

L'ecosistema digitale come ambiente della conoscenza primeggia anche nelle branche del sapere scientifico: scienze naturali, fisica e matematica. In questo caso, la divulgazione passa soprattutto attraverso i motori di ricerca (25,8%) e i siti web (23,7%), a fronte di un esiguo 13,2% degli internauti laureati che si affida ai libri.

Il primato del web si riscontra anche nel caso delle arti e della musica: il 29,3% del campione parte dai siti internet nel proprio percorso di approfondimento, il 21,7% dai motori di ricerca, contro un 11,1% che si affida a radio e tv, e un 10,8% che ricorre ai libri tradizionali.

Il centro di irradiazione del sapere si diversifica soprattutto per gli argomenti attinenti alla storia e alla geografia, nonché alle scienze sociali. Nel primo caso, gli internauti laureati in cerca di conoscenze sui temi storici e geografici si dividono quasi in parti uguali tra libri (23%), siti web (20,8%), l'enciclopedia online Wikipedia (22,3%) e i motori di ricerca (22,2%). Una dinamica analoga riguarda i comportamenti messi in atto in tema di economia, scienze sociali e diritto: libri e siti internet esercitano un peso attrattivo simile, essendo consultati rispettivamente dal 26,6% e dal 26,7%. Un ruolo più rilevante, rispetto alle altre materie considerate, dimostrano in questa occasione giornali e riviste (13,6%).

L'analisi complessiva della mappa degli strumenti di conoscenza utilizzati in relazione alle diverse sfere di interesse stimola alcune considerazioni sulla evoluzione dei rapporti tra l'utenza e i diversi media. Nel tempo, hanno perso potere attrattivo giornali e riviste per molti degli argomenti elencati, e il sistema radiotelevisivo non si classifica ai primi posti negli impieghi di tipo formativo e culturale. Anche il modello incentrato sulle librerie domestiche, arricchite da collane di volumi ed enciclopedie, vede fortemente ridimensionata la sua tradizionale centralità. La geografia dei “luoghi” della conoscenza e del sapere si contraddistingue oggi per un bilanciamento tra due polarità – il mondo del libro e la galassia della rete – all'insegna di un percorso di progressiva integrazione basato sull'arbitraggio individuale continuato di chi, di volta in volta, a seconda

dei propri gusti e delle proprie esigenze, ridefinisce gerarchie e impieghi delle fonti.

Il modello che si sta delineando, a partire dall'analisi delle abitudini di ricerca e di studio degli italiani acculturati, si rafforza quando si prendono in considerazione le diverse tipologie di dispositivi maggiormente utilizzati in relazione ai differenti generi editoriali (tab. 3).

**Tab. 3 - Strumenti utilizzati più frequentemente, per generi editoriali (val. %)**

	Val. %
<b>Romanzi, racconti, poesie</b>	
Libro	78,7
Pc	2,3
Tablet	3,6
E-reader	11,0
Smartphone	0,6
Nessuno, non mi interessa	3,7
Totale	100,0
<b>Saggi</b>	
Libro	71,9
Pc	8,9
Tablet	4,6
E-reader	6,5
Smartphone	0,7
Nessuno, non mi interessa	7,4
Totale	100,0
<b>Dizionari</b>	
Libro	21,8
Pc	56,2
Tablet	8,0
E-reader	1,1
Smartphone	11,9
Nessuno, non mi interessa	1,0
Totale	100,0

(segue)

(segue tab. 3)

	Val. %
<b>Enciclopedie</b>	
Libro	18,7
Pc	60,6
Tablet	7,4
E-reader	0,7
Smartphone	5,8
Nessuno, non mi interessa	6,8
Totale	100,0
<b>Testi scolastici e universitari</b>	
Libro	67,1
Pc	13,2
Tablet	3,0
E-reader	1,1
Smartphone	0,4
Nessuno, non mi interessa	15,2
Totale	100,0
<b>Guide turistiche</b>	
Libro	42,2
Pc	29,1
Tablet	12,1
E-reader	0,8
Smartphone	12,6
Nessuno, non mi interessa	3,1
Totale	100,0
<b>Opere illustrate</b>	
Libro	59,0
Pc	16,9
Tablet	5,3
E-reader	0,4
Smartphone	1,5
Nessuno, non mi interessa	16,9
Totale	100,0

Fonte: indagine Censis, 2015

Il binomio letteratura-libro si conferma anche sulla base dello strumento di lettura più utilizzato: nel 78,7% dei casi la lettura di romanzi, racconti e

poesie implica il rapporto con il libro cartaceo e nell'11% dei casi con il lettore digitale di e-book. Nel caso della saggistica, si registra ancora un interesse predominante per i testi cartacei (71,9%), con un lieve calo del ricorso agli e-book (6,5%), compensato da un aumento della lettura sullo schermo dei personal computer (8,9%). Non stupisce, poi, che si preferisca sfogliare un'opera illustrata sulla carta (59%), per esaltare le qualità intrinseche del testo e il suo corredo di immagini, invece di ricorrere alla risoluzione dello schermo: la lettura di opere illustrate, infatti, registra solo un 16,9% di preferenze per il pc. Anche per i testi scolastici e universitari si conferma il primato "materiale" del libro (67,1%).

Il quadro si rovescia, e sfuma la predilezione accordata ai testi cartacei a favore dell'ambiente digitale, quando si considera l'attività di consultazione di dizionari ed enciclopedie.

L'ingresso degli scaffali digitali a popolare virtualmente la biblioteca domestica è certificato dal fatto che lo strumento più utilizzato per "sfogliare" il vocabolario è il pc (56,2%), mentre continua ad avvalersi dei tradizionali dizionari cartacei una percentuale inferiore a un quarto dei rispondenti (il 21,8%). E si noti che appena l'1% del campione afferma di non ricorrere mai ai dizionari, quale ne sia il formato, cartaceo o digitale.

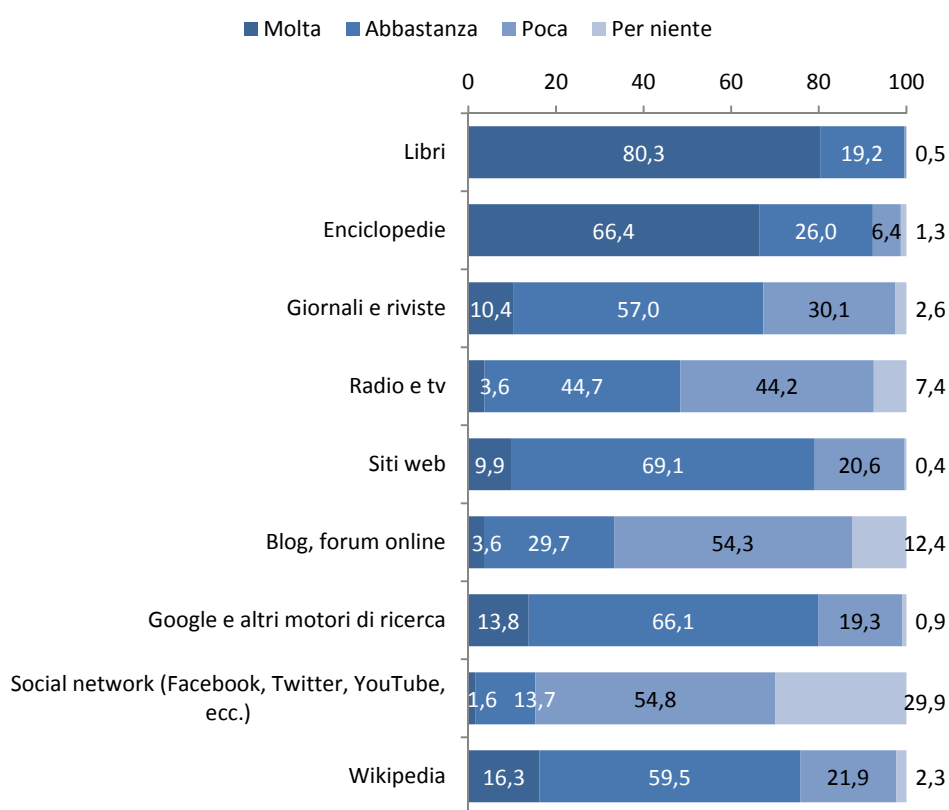
Inoltre, la maggioranza del campione (il 60,6%) ricorre alla versione digitale delle enciclopedie tradizionali attraverso la postazione del pc, sebbene la quota di coloro che optano per l'edizione cartacea rimanga elevata, pari al 18,7% del totale. Un ulteriore 7,4% sceglie la consultazione digitale delle enciclopedie attraverso il tablet, il 5,8% si connette con lo smartphone e solo un residuale 6,8% afferma di non essere interessato a utilizzare le enciclopedie in nessuna versione.

È interessante, infine, il quadro che emerge dall'indagine sulle modalità più sfruttate per la fruizione delle guide turistiche: l'unico tra i prodotti editoriali che crea una spaccatura quasi perfetta tra la percentuale di utenti affezionati alla versione cartacea (il 42,2%) e la quota di coloro che preferiscono i nuovi formati digitali attraverso il pc (29,1%) o i dispositivi mobili, smartphone (12,6%) e tablet (12,1%).

Se la predilezione per un determinato connubio tra genere editoriale e dispositivo per la fruizione anziché un altro è il risultato di un insieme di fattori – le specificità del genere editoriale, le necessità professionali del

lettore, i gusti personali, lo stile di vita, le abitudini radicate –, un fattore resta però fondamentale per comprendere non solo la scelta finale operata dall'individuo, ma anche il grado di soddisfazione che ne ricava e che influenzerà le sue scelte future: la fiducia che ripone in un mezzo rispetto a un altro, l'affidabilità percepita di una fonte piuttosto che un'altra (fig. 4).

**Fig. 4 - Affidabilità attribuita alle diverse fonti per la formazione delle conoscenze (val. %)**



Fonte: indagine Censis, 2015

Benché vivano a pieno titolo nell'era della disintermediazione digitale, gli italiani più colti ripongono nel lavoro delle case editrici una grandissima fiducia. L'affidabilità accordata dagli italiani acculturati digitali allo "strumento" libro è molta (80,3%) o abbastanza (19,2%): praticamente, nessuno considera i libri una fonte non degna di fiducia. La stessa affidabilità viene riconosciuta alle enciclopedie: il 66,4% ne ha molta fiducia e il 26% abbastanza (per un totale di giudizi favorevoli pari al 92,4%).

Il credito accordato agli altri strumenti si esprime con maggiore moderazione. L'editoria periodica (giornali e riviste) vede riconosciuta la serietà della propria funzione educativa da un 10,4% di giudizi molto positivi e da un 57% di opinioni abbastanza favorevoli. La fiducia accordata al sistema radiotelevisivo è sufficiente per il 44,7%, scarsa per il 44,2%. Sono solo "abbastanza" credibili i siti web (69,1%) e i motori di ricerca (66,1%). Mentre sono per lo più "poco" affidabili i social network (54,8%), i blog e i forum di discussione online (54,3%) – e lo sono "per niente" rispettivamente per il 29,9% e per il 12,4% del campione. Infine, l'enciclopedia online redatta dagli utenti per gli utenti, Wikipedia, gode della massima fiducia solo del 16,3% del campione – ma è "abbastanza" affidabile secondo il 59,5%.

L'alto tasso di personalizzazione nell'impiego delle diverse fonti e dei diversi mezzi genera negli utenti aspettative obiettive, che discendono da una discreta consapevolezza circa i pregi e i difetti delle diverse tecnologie di produzione culturale, di volta in volta utilizzabili in base alle specifiche esigenze.

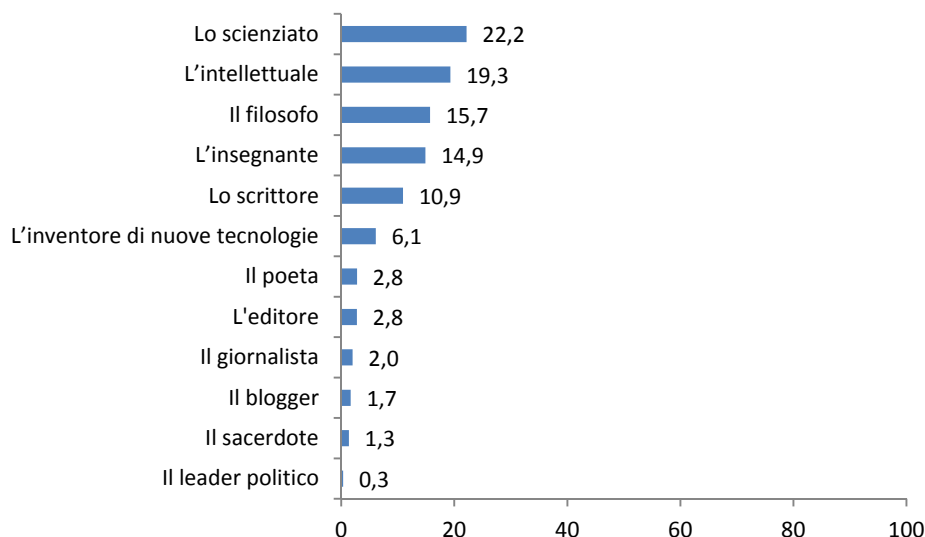
## 2. I SIMBOLI CONTEMPORANEI DELLA CULTURA

L'insegnante, il sacerdote, il leader politico sono figure alle quali nel passato è stato attribuito, in diversa misura, il ruolo di mediare sistemi di pensiero, valori di riferimento, stili di vita, e assegnato il compito di contribuire all'evoluzione degli assetti culturali della società. Così come la scuola, l'università, la biblioteca sono luoghi tradizionalmente riconosciuti come "cattedrali" del sapere. Tuttavia, la rivoluzione digitale ha contribuito a determinare un rimescolamento valoriale e simbolico, per cui alcune figure paradigmatiche del passato hanno perso smalto e capacità di penetrazione nell'immaginario collettivo, e il percorso individuale da seguire per la propria crescita culturale è divenuto meno certo. Sono apparsi all'orizzonte nuovi riferimenti culturali e strumenti di trasmissione dei codici di interpretazione della realtà, generati in gran parte dalla diffusione di internet e dei dispositivi digitali.

Per una quota preponderante degli italiani laureati che usano internet (il 22,2%) oggi la cultura è incarnata innanzitutto dalla figura dello scienziato: il sapere scientifico ha assunto nel tempo maggiore considerazione rispetto alle discipline umanistiche. Non a caso, tra le figure più stimate tra quelle che personificano meglio il valore della cultura c'è anche l'inventore di nuove tecnologie (6,1%), che si prodiga nell'applicazione pratica delle scoperte scientifiche (fig. 5).

Al secondo posto della classifica delle figure simbolo della cultura oggi si colloca l'intellettuale (19,3%), con un riconoscimento della sua tradizionale funzione di mediazione tra sapere e popolo, di coscienza critica delle istituzioni sociali esercitata con autorevolezza. Tra i simboli della cultura segue il filosofo (15,7%), poi la figura emblematica della trasmissione della conoscenza, cioè il maestro, l'insegnante (14,9%).

Fig. 5 - Figure che oggi incarnano più di tutte il valore della cultura (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2015

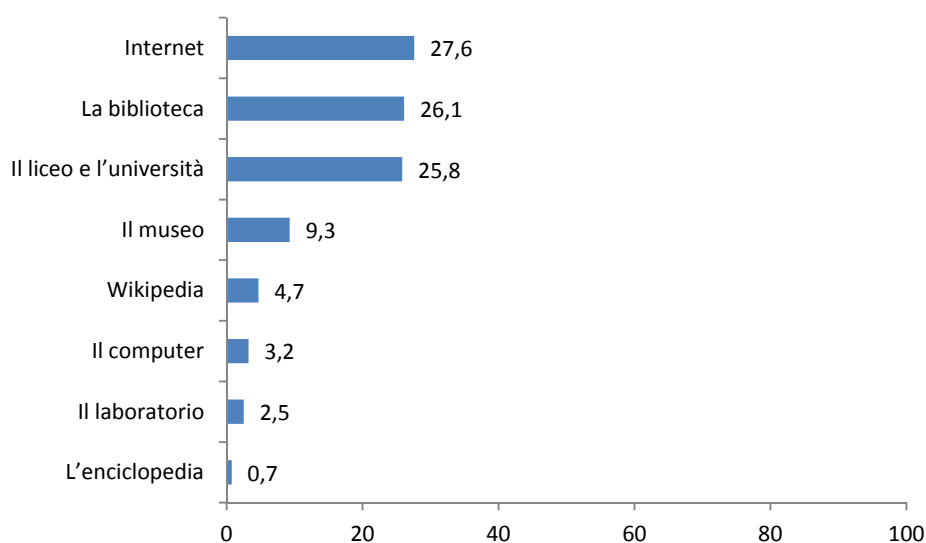
Le figure umanistiche, come lo scrittore (10,9%), il poeta (2,8%), l'editore (2,8%), vengono dopo. E sono decisamente poco apprezzate le figure legate al mondo dell'informazione: il giornalista (2%), anche nella nuova veste digitale del blogger, comprese le sue declinazioni tramite il linguaggio scritto e audiovisivo (instagramer, tumbler, youtuber) (1,7%), che, pur sfruttando le potenzialità della rete, non offre garanzie come traduttore di valori culturali: non diffonde il sapere, semmai fa opinione comunicando idee e tendenze. Il sacerdote (1,3%) e il leader politico (0,3%) raccolgono indicazioni trascurabili. Appaiono lontani gli anni in cui nell'agone politico si confrontavano leader percepiti di levatura culturale imponente, perché oggi il consenso sembra ricercato attraverso logiche di comunicazione semplificatorie.

L'immaginario della popolazione italiana acculturata risulta composto da riferimenti simbolici alti, come la scuola e la biblioteca, contemplando però anche il nuovo ruolo del web. Gli intervistati collocano internet e la biblioteca a pari merito, ponendoli in testa nella classifica dei "luoghi" che oggi simboleggiano meglio il sapere. In particolare, il 27,6% indica internet



come lo spazio più adatto per conservare e trasmettere la cultura, e quasi la stessa percentuale (il 26,1%) riconosce questo ruolo alla biblioteca. In misura pressoché analoga, il liceo e l'università sono considerati tutt'oggi luoghi simbolo del sapere, secondo l'opinione di un quarto dei rispondenti (25,8%) (fig. 6).

**Fig. 6 - "Luoghi" che oggi simboleggiano meglio la conservazione e la trasmissione del sapere (val. %)**



Fonte: indagine Censis, 2015

Per i giovani (25-44 anni) la distanza tra i due riferimenti è leggermente più marcata (il 29,6% è a favore del web, il 24,7% è per la biblioteca) (tab. 4).

La sorpresa arriva scorrendo la graduatoria verso il basso. Il favore accordato a Wikipedia è tiepido anche tra le fasce d'età più giovani: complessivamente, solo il 4,7% la elegge a luogo che oggi simboleggia meglio la conservazione e la trasmissione del sapere, perché l'enciclopedia online viene concepita più come portatrice di un sapere *on demand*, se non sbrigativo e superficiale, comunque senza l'autorevolezza autoriale.

Il computer viene considerato uno strumento incapace di per sé di veicolare contenuti culturali (solo il 3,2% di consensi). E l'enciclopedia tradizionale viene eletta a simbolo della produzione e trasmissione culturale da una nicchia elitaria (lo 0,7% del campione).

**Tab. 4 - "Luoghi" che oggi simboleggiano meglio la conservazione e la trasmissione del sapere, per età (val. %)**

	Classi di età			Totale
	25-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	
Internet	29,6	25,0	23,7	27,6
La biblioteca	24,7	27,8	29,2	26,1
Il liceo e l'università	25,0	26,7	28,7	25,8
Il museo	9,9	8,7	7,4	9,3
Wikipedia	4,8	5,0	2,2	4,7
Il computer	3,1	3,2	4,9	3,2
Il laboratorio	2,3	2,8	3,0	2,5
L'enciclopedia	0,7	0,8	1,0	0,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2015

### 3. L'EQUILIBRIO DI GIUDIZIO SULLE TECNOLOGIE DIGITALI

Dall'indagine emerge una polarizzazione del campione tra chi crede che il web sia ormai il volano più efficace per la diffusione del sapere e vi si affida completamente, e chi ritiene invece che sia sempre preferibile rintracciare altrove le fonti culturali. La spaccatura tra quanti identificano in internet una irrinunciabile risorsa e quanti rimangono diffidenti lascia emergere comunque un'utenza dei *new media* sensibile ai percorsi conoscitivi resi possibili dalle nuove tecnologie digitali e favorevoli alla diffusione della cultura online.

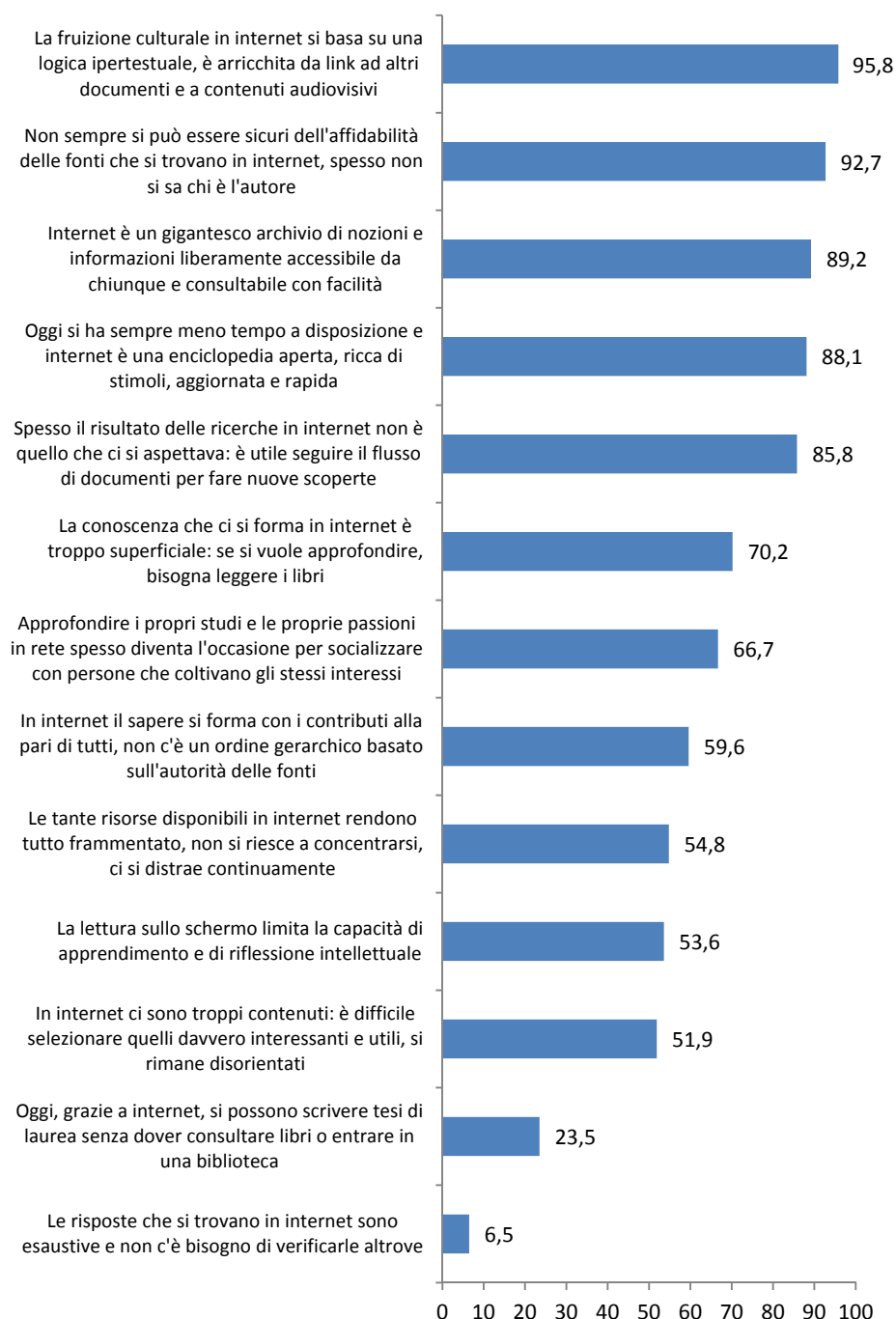
L'opinione che la fruizione culturale in internet si basi su una logica ipertestuale, con l'arricchimento di link ad altri documenti e a contenuti audiovisivi, è condivisa dal 95,8% del campione, così come è largamente diffusa (89,2%) la consapevolezza che la rete sia un gigantesco archivio di informazioni liberamente accessibile da chiunque e consultabile con facilità (fig. 7).

Una quota ampia del campione (l'88,1%) è convinta che buona parte del successo della rete dipenda dal fatto che oggi si ha sempre meno tempo a disposizione, quindi internet viene percepita come una "enciclopedia" aperta a tanti contributi, ricca di stimoli anche sensoriali, continuamente aggiornata e consultabile rapidamente.

Non mancano valutazioni positive su aspetti collaterali:

- l'85,8% dichiara che spesso il risultato delle ricerche in internet non è quello che ci si aspettava all'inizio e apprezza quindi l'"effetto *serendipity*", ritenendo utile seguire il flusso dei documenti online per fare nuove scoperte che all'inizio non si sapeva di voler conoscere;
- il 66,7% apprezza l'aspetto relazionale della rete, cioè il fatto che l'approfondimento sul web dei propri studi e delle proprie passioni culturali può diventare l'occasione per socializzare con persone che coltivano gli stessi interessi;
- infine, il 59,6% ritiene che in internet il sapere si formi con i contributi alla pari di tutti (l'esempio classico è Wikipedia), senza un ordine gerarchico basato sulla sequenzialità delle nozioni e sull'autorità delle fonti tradizionali.

Fig. 7 - Opinioni relative alla diffusione della cultura in internet (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2015

D'altra parte, vi è una profonda consapevolezza, che talvolta sconfinava nello scetticismo e nella diffidenza, riguardo ai limiti di affidabilità delle fonti che si trovano online: il 92,7% degli intervistati ritiene che non sempre si può essere sicuri dell'affidabilità dei contenuti che si trovano in internet, (spesso non si sa neanche chi è l'autore dei documenti).

Da quando la rete ha fatto la sua comparsa è stata inseguita dal giudizio di fornire al sapere un contributo superficiale: al giudizio di inattendibilità, quindi, si aggiunge quello di superficialità delle nozioni secondo il 70,2% degli italiani acculturati, secondo i quali il web non basta: se si vuole approfondire, bisogna leggere i libri. Inoltre, per il 53,6% la lettura sullo schermo limita intrinsecamente la capacità di apprendimento e di riflessione intellettuale.

Frammentarietà delle nozioni, sovrabbondanza di contenuti, disorientamento dell'utente sono altre considerazioni negative sulla rete come strumento di conoscenza che accomunano più della metà degli intervistati: per il 54,8% le tante risorse disponibili in internet rendono tutto frammentato, non si riesce a concentrarsi, ci si distrae continuamente; per il 51,9% in internet si trovano troppi contenuti, per cui è difficile selezionare quelli davvero interessanti e utili, tanto da poter rimanere disorientati.

Così, solo il 23,5% crede che oggi, grazie a internet, si possano ad esempio scrivere tesi di laurea senza dover consultare libri o entrare in una biblioteca. In definitiva, solo per un residuo 6,5% del campione le risposte che si trovano in internet sono esaustive e non c'è bisogno di verificarle altrove: insomma, non si può rinunciare alla cultura codificata e strutturata data dai libri.



#### 4. GLI EFFETTI DELLA DISINTERMEDIAZIONE DIGITALE: CULTURA ON DEMAND E BIBLIOGRAFIA PERSONALIZZATA

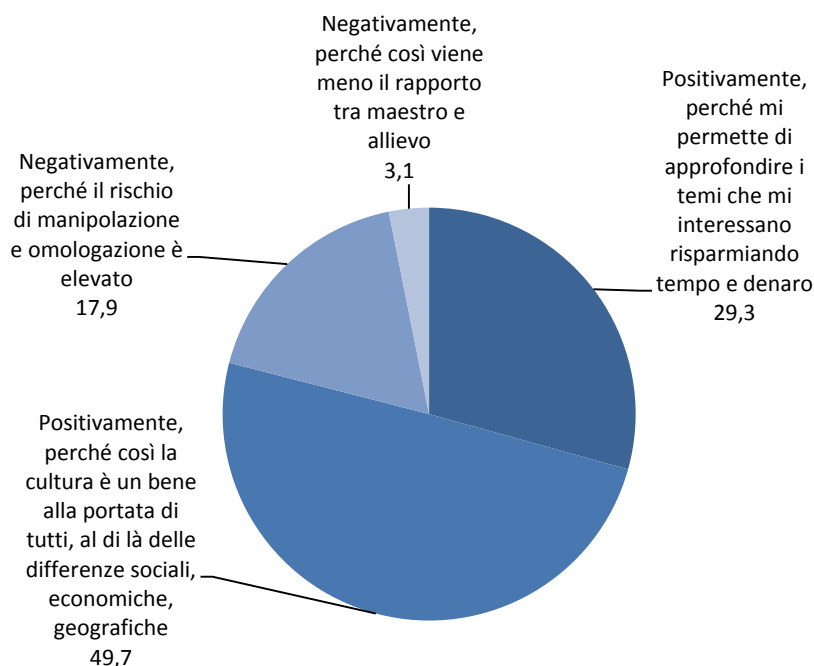
Internet e i media digitali sono strumenti attraverso i quali saltano le tradizionali mediazioni e si pone al centro del sistema l'io-utente: mettendo gli individui a diretto contatto con i loro interlocutori o con i servizi di loro interesse, evitando l'intermediazione di altri soggetti, consentono di essere attori primari all'interno di un processo di apprendimento basato sulla disintermediazione. Nel caso delle forme della cultura, la disintermediazione in rete coinvolge figure simbolo, come gli insegnanti, e oggetti fisici, come i libri, che vengono spesso by-passati dalla rete intesa come "grande maestra".

Tra i diversi effetti della rivoluzione culturale innescata da internet, sono stati accolti con entusiasmo due fattori rilevanti nell'ambito dei processi di disintermediazione. In primo luogo, l'accesso a una varietà potenzialmente infinita di documenti e materiali che, se catalogati e archiviati secondo criteri ponderati, possono confluire in una immensa bibliografia personalizzata. In secondo luogo, la possibilità di una fruizione dei prodotti culturali e di un accesso alle fonti *on demand*, in qualsiasi luogo e in qualunque momento.

Da questo punto di vista, il fenomeno della disintermediazione digitale è considerato positivo complessivamente dal 79% degli italiani laureati utenti di internet: in particolare, il 49,7% perché così la cultura diventa un bene alla portata di tutti, al di là delle differenze sociali, economiche, geografiche; per il 29,3% perché permette di approfondire i temi che interessano risparmiando tempo e denaro. Da una parte, dunque, viene premiata la democratizzazione del bene primario della cultura, che non può essere un patrimonio riservato a pochi; dall'altra, la funzione pratica del web, identificata con la rapidità e la gratuità delle ricerche (fig. 8).

Le critiche, in questo caso, sono minoritaria. Per il 17,9% del campione con l'uso di internet come strumento culturale si pone il rischio di manipolazione e omologazione, e il 3,1% teme il tramonto del benefico rapporto tra allievo e maestro.

**Fig. 8 - La disintermediazione digitale facilita l'accesso alle fonti: chiunque, in qualsiasi luogo e in qualunque momento può costruirsi una propria bibliografia personalizzata. Come giudica questo fenomeno? (val. %)**



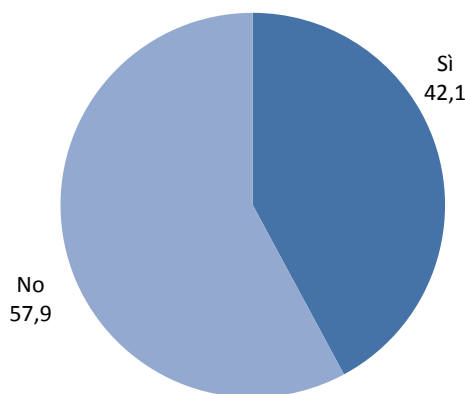
Fonte: indagine Censis, 2015

Tuttavia, la maggioranza dei rispondenti (il 57,9%) dichiara di non aver rinunciato nell'ultimo anno all'acquisto di libri cartacei tradizionali in favore di documenti digitali trovati in internet, mentre il 42,1% ha ammesso il contrario (fig. 9).

Il popolo acculturato del web si divide quindi tra quanti hanno imboccato con risolutezza la via della disintermediazione digitale e quanti continuano a credere che la funzione del libro sia irrinunciabile per la trasmissione del sapere. Se in generale meno di un italiano su due legge almeno un libro l'anno, secondo le statistiche ufficiali, gli utenti del web con un elevato livello di istruzione che formano il campione costituiscono una porzione piuttosto elitaria di persone che, non solo continuano ad acquistare libri, ma non riconoscono il valore sostitutivo della rete.



Fig. 9 - Rispondenti che negli ultimi 12 mesi non hanno acquistato libri perché hanno preferito avvalersi di documenti trovati in internet (val. %)

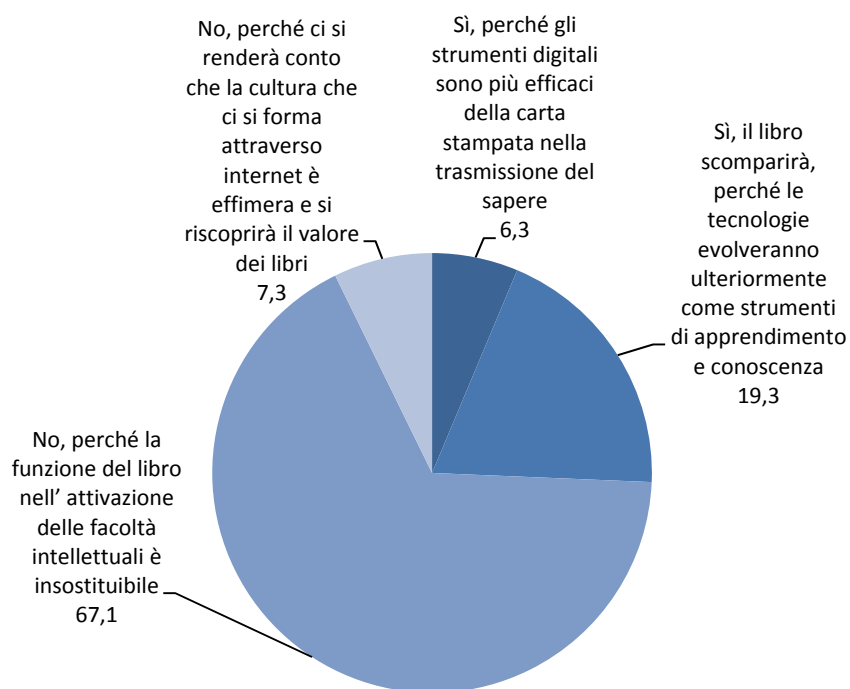


Fonte: indagine Censis, 2015

Uno dei problemi più discussi nell'era della disintermediazione digitale è rappresentato dalla perdita del contatto abituale con i mezzi a stampa. In questa situazione si trova ormai la maggioranza degli italiani, con punte più elevate tra i giovani. Il destino delle aziende editoriali che fondano la loro attività esclusivamente sui media cartacei è dunque quello di un inesorabile declino? In realtà, dall'indagine emerge che la percezione degli intervistati è tutt'altra, ben lontana dai toni apocalittici (fig. 10).

Complessivamente, per il 74,4% del campione il libro di carta non corre il pericolo di venire sostituito dalla rete. In particolare, il 67,1% ritiene impossibile che ciò accada, perché niente come il libro stimola l'attivazione delle facoltà intellettuali. Per il 7,3% la spiegazione è ancora più radicale e si ricollega alla convinzione che la cultura che si forma attraverso internet sia effimera. All'opposto, solo un quarto del campione (25,6%) è convinto del contrario: perché gli strumenti digitali sono più efficaci della carta stampata nella trasmissione del sapere (6,3%) e perché le nuove tecnologie evolveranno ulteriormente come strumento di conoscenza, e questo determinerà la scomparsa del libro (19,3%).

**Fig. 10 - Ritiene che con la diffusione delle nuove tecnologie digitali il futuro del libro sia in pericolo? (val. %)**



Fonte: indagine Censis, 2015

## 5. CINQUE PROFILI TIPOLOGICI DELLA DOMANDA DI CULTURA NELL'ERA DIGITALE: I RISULTATI DELLA *CLUSTER ANALYSIS*

Ad integrazione della descrizione dei percorsi di accesso al sapere da parte della popolazione di 25 anni e oltre, laureata, utente della rete, e del monitoraggio del livello di integrazione raggiunto tra vecchie e nuove tecnologie della produzione culturale, l'inchiesta sulle modalità di formazione e trasmissione della conoscenza degli italiani nell'era digitale si può arricchire con la definizione di alcuni profili tipologici.

Applicando le tecniche di statistica multivariata (analisi delle componenti principali e *cluster analysis*) alle risposte fornite dal campione è possibile identificare cinque gruppi altamente omogenei al loro interno e caratterizzati da un certo numero di variabili o caratteri prevalenti, cioè fortemente connotati da determinate abitudini intellettuali, da scelte pratiche e opinioni condivise.

L'elenco completo delle variabili "attive", che cioè sono state utilizzate nell'analisi perché risultate determinanti nella scomposizione in gruppi e che hanno portato alla definizione dei diversi idealtipi, è riportato nella tavola 1.

I due fattori sintetici individuati, in grado di spiegare la suddivisione in cinque gruppi omogenei, sono:

- *l'asse dei mezzi utilizzati*, su cui si distribuisce la "dieta mediatica" adottata dagli intervistati nella loro pratica abituale di studio, ricerca, approfondimento e condivisione culturale, riportando sul semiasse negativo la preferenza per gli strumenti cartacei tradizionali e, all'opposto, sul semiasse positivo il ricorso più pronunciato alle tecnologie digitali;
- *l'asse dell'affidabilità attribuita ai media*, che vede rappresentata da una parte la fiducia nelle tecnologie di trasmissione del sapere, dall'altra la diffidenza per i mezzi.

---

**Tav. 1 - Elenco delle variabili attive (numerosità=30)**


---

In internet ci sono troppi contenuti: è difficile selezionare quelli davvero interessanti e utili, si rimane disorientati

Le tante risorse disponibili in internet rendono tutto frammentato, non si riesce a concentrarsi, ci si distrae continuamente

La conoscenza che ci si forma in internet è troppo superficiale: se si vuole approfondire, bisogna leggere i libri

La lettura sullo schermo limita la capacità di apprendimento e di riflessione intellettuale

Le risposte che si trovano in internet sono esaustive e non c'è bisogno di verificarle altrove

Ricerca nozioni di Storia e geografia per mezzo utilizzato

Ricerca nozioni di Letteratura per mezzo utilizzato

Ricerca nozioni di Scienze naturali, fisica e matematica per mezzo utilizzato)

Ricerca nozioni di Economia, scienze sociali e diritto per mezzo utilizzato)

Ricerca nozioni di Tecnologia e informatica per mezzo utilizzato

Ricerca nozioni di Arte e musica per mezzo utilizzato

Lettura di Romanzi, racconti, poesie per mezzo utilizzato

Lettura di Saggi per mezzo utilizzato

Consultazione di Dizionari per mezzo utilizzato

Consultazione di Enciclopedie per mezzo utilizzato

Lettura di Testi scolastici o universitari per mezzo utilizzato

Lettura di Guide turistiche per mezzo utilizzato

Lettura di Opere illustrate per mezzo utilizzato

Affidabilità attribuita ai Libri

Affidabilità attribuita alle Enciclopedie

Affidabilità attribuita a Giornali e riviste

Affidabilità attribuita a Radio e tv

Affidabilità attribuita a Siti web

Affidabilità attribuita ai Blog e forum online

Affidabilità attribuita a Google e altri motori di ricerca

Affidabilità attribuita a Social network

Affidabilità attribuita ai Wikipedia

Luogo che oggi simboleggia meglio la conservazione e la trasmissione del sapere

Opinioni sulla disintermediazione digitale

Opinioni sul futuro del libro

---

Fonte: indagine Censis, 2015

La riaggregazione dei dati prodotta dalla *cluster analysis* restituisce cinque tipologie di italiani acculturati così descrivibili:

- il primo gruppo è formato dai *tradizionalisti apocalittici*, caratterizzati da un uso intenso dei media tradizionali (libri cartacei, enciclopedie e dizionari) e da una forte diffidenza nei confronti dei mezzi digitali;
- il secondo gruppo è quello degli *opportunisti equilibrati*, che riconoscono un primato ai libri e al lavoro editoriale, ma al tempo stesso mostrano un positivo atteggiamento di apertura verso il mondo digitale e verso le nuove tecnologie di produzione culturale, puntando con abilità all'utilizzo integrato dei diversi mezzi in base alle specifiche esigenze e anche alle oggettive opportunità offerte dal web;
- il terzo gruppo è composto dal *corpaccione disorientato*, cioè dalla porzione di popolazione caratterizzata soprattutto da un certo spaesamento di fronte ai profondi cambiamenti in atto, al punto da restare in mezzo al guado tra vecchie e nuove tecnologie, ancora senza un convinto orientamento;
- gli *evoluzionisti* costituiscono il quarto gruppo: sono gli internauti acculturati che, pur consapevoli di alcune criticità della rete, la ritengono in prospettiva il luogo della conoscenza e del sapere, a discapito dei libri;
- il quinto gruppo è quello dei *residenti digitali*, pienamente integrati nell'habitat digitale, che riconoscono come ambiente oggi indispensabile nella costruzione e nella conservazione della cultura.

Dalla lettura della tabella 5 si evince la consistenza demografica di ciascuno dei cinque gruppi, mentre nella figura 11 sono proiettati sul piano fattoriale determinato dai due assi descritti (l'asse orizzontale è quello che rappresenta l'impiego dei diversi mezzi, l'asse verticale è quello riferito all'affidabilità attribuita ai media) i 5 *cluster* e il loro rispettivo peso, in modo da rendere leggibile, in modo sintetico, il loro posizionamento rispetto ai due fattori esplicativi.

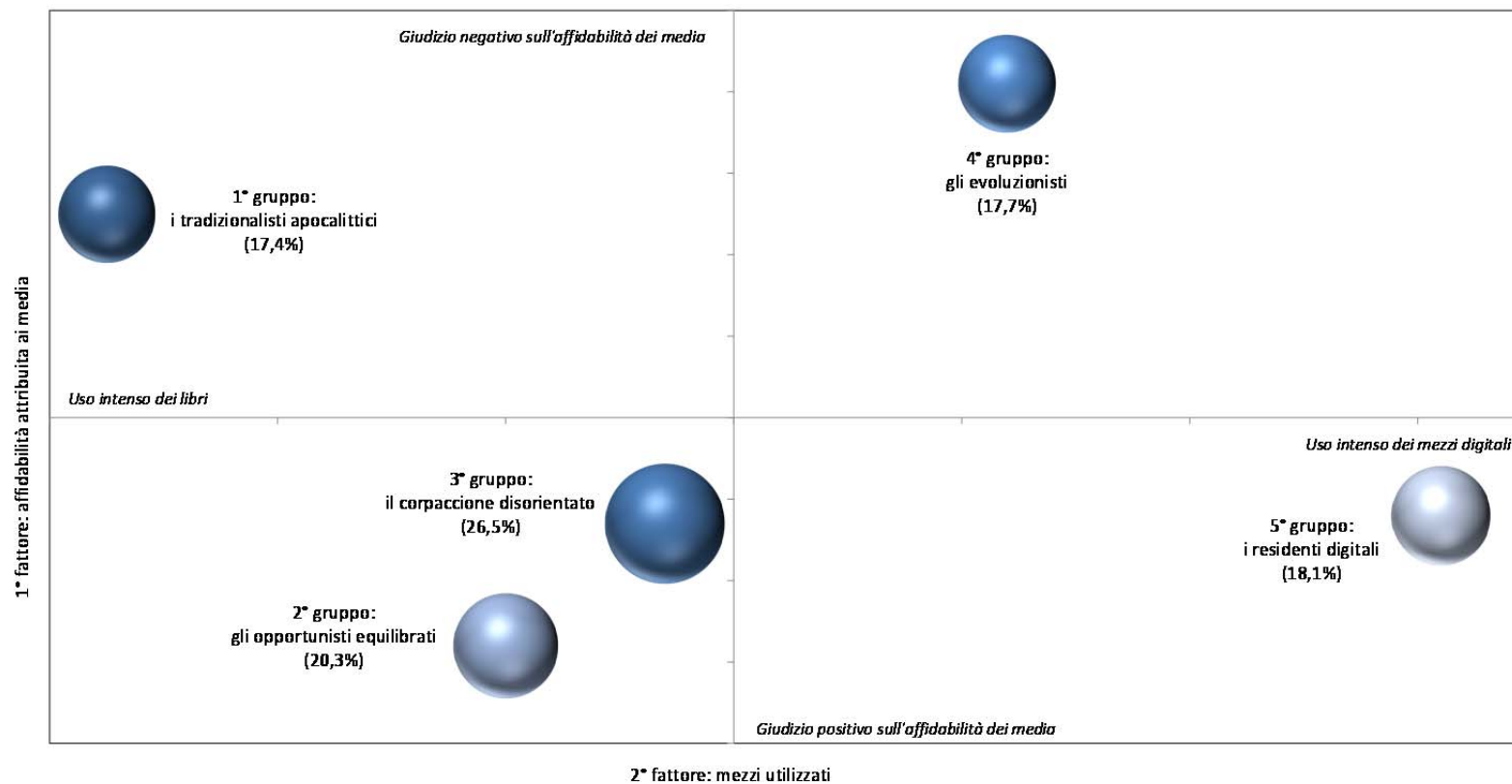
**Tab. 5 - Peso demografico dei cinque gruppi tipologici (val. %)**

	val. %
1° gruppo: i tradizionalisti apocalittici	17,4
2° gruppo: gli opportunisti equilibrati	20,3
3° gruppo: il corpaccione disorientato	26,5
4° gruppo: gli evolucionisti	17,7
5° gruppo: i residenti digitali	18,1
Totale	100,0

Fonte: indagine Censis, 2015

Allo scopo di descrivere le caratteristiche dei raggruppamenti, si può prendere in considerazione il valore medio delle variabili alla base della classificazione in gruppi (il cosiddetto profilo baricentrico dei *cluster*). Per poter tenere conto della dispersione intorno alle medie di gruppo, di seguito sono riportati i grafici che consentono di confrontare visivamente, per ogni variabile attiva, la sua media generale con quella di ciascun gruppo, rendendo quindi evidenti le informazioni che maggiormente caratterizzano ogni *cluster*. Le variabili più significative nella descrizione dei gruppi sono proprio quelle che si discostano maggiormente dalla media complessiva del campione.

Fig. 11 - Posizionamento dei cinque gruppi tipologici rispetto ai due assi fattoriali (\*)



(\*) L'ampiezza delle bolle è proporzionale alla quantità di popolazione presente in ciascun gruppo.

Fonte: indagine Censis, 2015

### 5.1. Il primo gruppo: i *tradizionalisti apocalittici*

Il tratto costitutivo del primo gruppo tipologico, che ha un peso demografico del 17,4%, è la forte sfiducia che connota la relazione, in particolare, con le nuove tecnologie digitali. Il livello di scetticismo si misura nei tassi di affidabilità molto bassi riconosciuti ai blog e forum online (non attendibili per il 94,2%, a fronte di una media del campione pari al 66,7%), ai social network (per nulla credibili per il 63,8% del *cluster*, 30 punti percentuali in più rispetto al campione complessivo) e all'enciclopedia Wikipedia (non credibile per il 53,7%, a fronte di un 24,2% degli intervistati totali) (fig. 12).

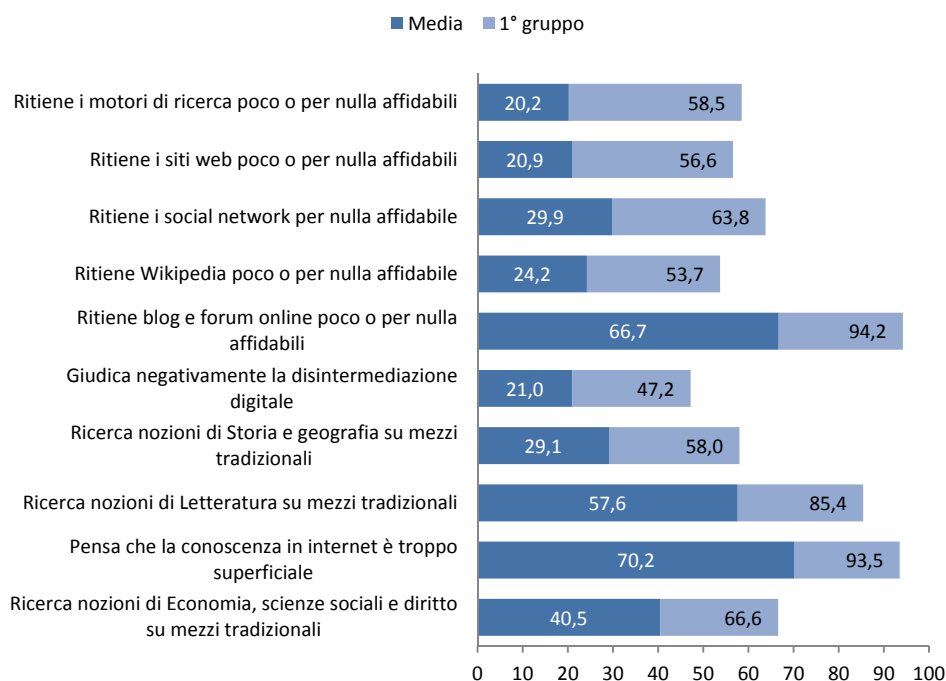
Giudizi non positivi vengono espressi anche in relazione alla capacità divulgativa di radio e tv (non credibili per il 67,1%, a fronte di un 51,6% medio), e dei motori di ricerca (ritenuti poco o per niente affidabili dal 58,5% del gruppo, cioè da una percentuale superiore di 30 punti rispetto alla media del campione).

Le risposte dei soggetti appartenenti al primo gruppo si contraddistinguono, inoltre, per l'emersione delle criticità legate alla formazione e alla conservazione del sapere in ambiente digitale. Si ricava una diffidenza generalizzata imputabile:

- al disorientamento causato dall'abbondanza percepita di contenuti in rete, che rendono difficoltosa la selezione di nozioni interessanti e utili (un timore indicato dal 74,2%, a fronte di un 51,9% medio del campione);
- alla scarsa capacità di concentrazione sui dispositivi digitali (denunciata dal 78,2% rispetto al 54,8% medio del campione);
- alla convinzione che la lettura sullo schermo limiti le capacità di apprendimento e di riflessione intellettuale (per il 75,2%, a fronte del 53,6% degli intervistati complessivi).



Fig. 12 - Principali caratteristiche del primo gruppo: i *tradizionalisti apocalittici* (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2015

In definitiva, prevale l'opinione generale che la conoscenza che ci si forma attraverso internet sia troppo superficiale (il 93,5% contro il 70,2%) e un giudizio complessivo negativo sull'avvento della disintermediazione digitale nei processi di formazione culturale (il 47,2% rispetto al 21% medio).

Di conseguenza, i *tradizionalisti apocalittici* si distinguono per essere il gruppo che con più vigore nega la possibilità di sostituire l'acquisto di un volume cartaceo con un analogo digitale (il 69,1% rispetto al 57,9%).

Il libro cartaceo, e il lavoro autoriale ed editoriale che lo garantiscono, rappresentano la soluzione al pericolo di impoverimento culturale che si accompagna all'uso della rete. L'antidoto al rischio di superficialità della conoscenza veicolata dalla rete resta il libro, "luogo" per eccellenza deputato allo studio e all'approfondimento.

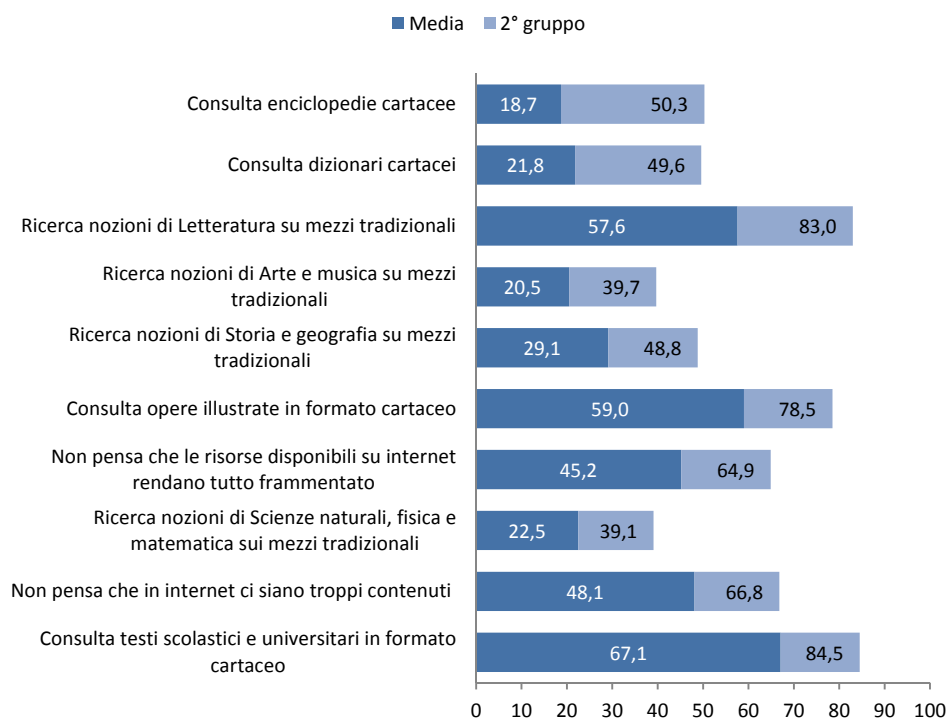
## 5.2. Il secondo gruppo: gli *opportunisti equilibrati*

La seconda tipologia individuata, che rappresenta il 20,3% della popolazione di riferimento, è costituito da lettori “forti” di libri, enciclopedie e giornali (questa tipologia conta al suo interno la componente maggiore di soggetti che leggono almeno 6 volumi l’anno, pari al 72,1%), che però amano integrare le loro conoscenze con documenti e materiali reperiti in rete, ricorrendo soprattutto a motori di ricerca e siti web, di cui sanno cogliere le opportunità per la conoscenza.

Gli *opportunisti equilibrati* accordano la loro preferenza ai media cartacei (libri, enciclopedie e giornali) nella maggioranza degli impieghi, con particolare attenzione alle materie letterarie e umanistiche (storia e geografia, letteratura, arte e musica). Più in dettaglio, gli appartenenti a questa tipologia ricorrono a mezzi cartacei nel 48,8% dei casi per la consultazione di temi storico-geografici (a fronte di un dato medio riferito all’intero campione pari al 29,1%), nell’83% dei casi quando si tratta di argomenti letterari (contro il 57,6% della media) e nel 39,7% dei casi per gli approfondimenti relativi a arte o musica (a fronte di un impiego medio del 20,5%) (fig. 13).

A distinguere il gruppo degli *opportunisti equilibrati*, inoltre, è la forte predilezione per i vocabolari e le enciclopedie nei formati cartacei: il 49,6% nel primo caso (più del doppio rispetto alla media, pari al 21,8%), il 50,3% nel secondo caso (a fronte di un ricorso medio che si arresta al 18,7% del campione totale).

L’atteggiamento degli *opportunisti equilibrati* si contraddistingue poi per l’elevato grado di affidabilità che riconoscono alle nuove tecnologie. La loro predilezione per la lettura di libri si coniuga, quando possibile, con un bilanciato atteggiamento di apertura e di soddisfazione nei confronti della cultura diffusa attraverso il web. Il 92,2% riconosce l’affidabilità dei siti web (un dato che va ben oltre la media dei consensi, che nell’intero campione si attesta al 79,1%) e una quota percentuale dell’81,4% si fida dei motori di ricerca (contro il 66,1% medio).

Fig. 13 - Principali caratteristiche del secondo gruppo: gli *opportunisti equilibrati* (val. %)

Fonte: indagine Censis, 2015

Tra le opinioni espresse, spicca il fatto che il 66,8% non sente di correre il rischio dell'*information overload* (una quota che supera di quasi 20 punti percentuali il sentimento medio di disorientamento in merito alla sovrabbondanza dei contenuti in rete). Non sorprende quindi che, per nulla intimoriti da internet, gli *opportunisti equilibrati* attribuiscono al web un ruolo rilevante nella diffusione della cultura e interpretino il fenomeno della disintermediazione digitale come un volano per la condivisione del sapere: il 60,9% (contro un dato medio del 49,7%) è dell'opinione che, grazie alla moltiplicazione dei canali di accesso alle fonti, la cultura diventa un bene alla portata di tutti, al di là delle differenze sociali, economiche, geografiche.

Allo stesso tempo, per gli *opportunisti equilibrati* il libro non rischia di scomparire, perché è uno strumento considerato insostituibile

nell'attivazione delle facoltà intellettuali dalla maggioranza dei componenti del *cluster* (il 77,8%).

È evidente, dunque, come gli *opportunisti equilibrati* rappresentino una quota della popolazione adulta e acculturata che dedica gran parte delle proprie attenzioni ai prodotti editoriali più tradizionali, con i quali instaura un rapporto di stretta confidenza. Ciò nondimeno, si tratta di persone in grado di approfittare della frequentazione del web per approfondire gli argomenti di proprio interesse. La disinvoltura con la quale ricorrono in modo alternato alla forma-libro e all'ipertestualità della rete fa perno sulla buona capacità di decodifica delle fonti che dimostrano di possedere: sono i protagonisti di un articolato lavoro di arbitraggio individuale nell'uso dei diversi mezzi a disposizione operato in base ai propri interessi, alle esigenze da soddisfare, alle specificità intrinseche delle diverse tecnologie.

### 5.3. Il terzo gruppo: il *corpaccione disorientato*

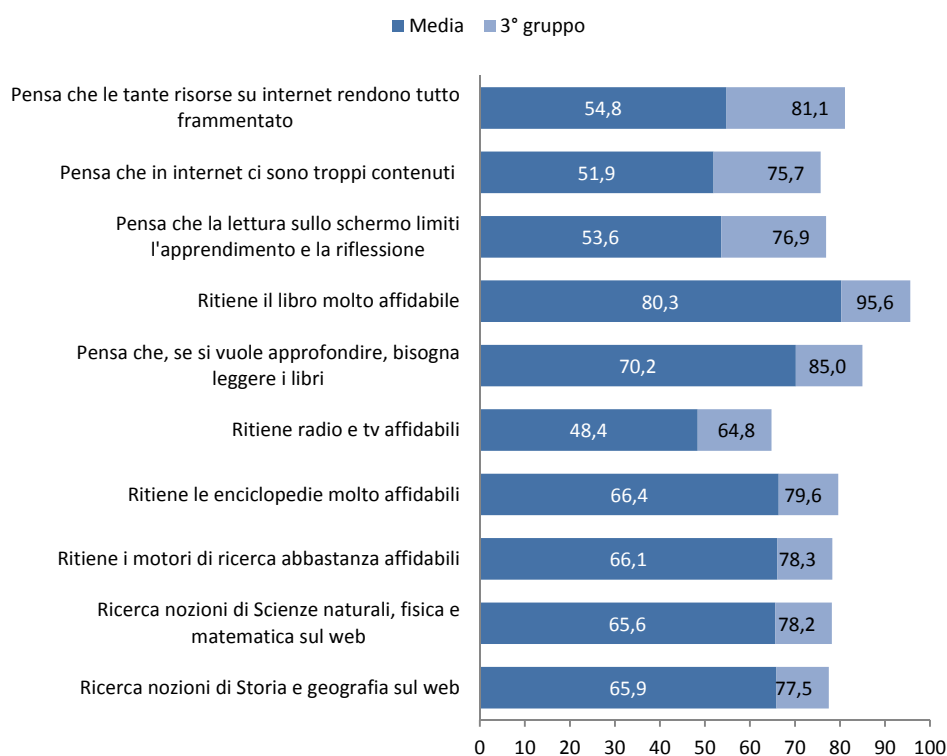
Il terzo gruppo è quello del *corpaccione disorientato*: è il più grande (pesa per il 26,5% degli italiani adulti con una laurea che si connettono a internet) e riflette un certo spaesamento di fronte ai profondi cambiamenti in atto: sono persone rimaste in mezzo al guado, oscillando tra vecchi e nuovi media, senza ancora una convinta determinazione in merito alla direzione da prendere.

È sicuramente diffuso un certo timore in merito alla funzionalità della lettura sullo schermo ai fini dell'apprendimento (79,6%), l'abbondanza di contenuti in internet determina confusione (75,7%), anche perché l'effetto finale è che le tante risorse presenti sul web rendono tutto frammentato (81,1%) e sono quindi poco funzionali alla formazione della conoscenza (fig. 14).

Dall'analisi del grado di affidabilità riconosciuta alle diverse fonti emerge la predilezione del terzo gruppo per i libri (il 95,6%, mentre la media generale si ferma all'80,3%) e la buona considerazione che nutrono per la radio e la tv (il 64,8% a fronte del 48,4% medio). Ma, allo stesso tempo, emerge un giudizio positivo anche per i siti internet (l'89,1%, ovvero 10 punti percentuali sopra la media), così come per i motori di ricerca (il 78,3%

rispetto al 66,1% del campione), tanto quanto per le enciclopedie (il 79,6% rispetto alla media del 66,4%).

**Fig. 14 - Principali caratteristiche del terzo gruppo: il *corpaccione disorientato* (val. %)**



Fonte: indagine Censis, 2015

#### 5.4. Il quarto gruppo: gli *evoluzionisti*

Il quarto *cluster* individuato (il 17,7% del campione) si caratterizza per un uso intenso del web come strumento di conoscenza e per opinioni positive sulle modalità di trasmissione della conoscenza offerte dalla rete.

La confidenza degli *evoluzionisti* con l'ambiente digitale si evince dalla frequenza con la quale eleggono internet a strumento preferenziale di

ricerca di nozioni in discipline che, sulla base delle abitudini della totalità degli intervistati, sembrerebbero più legate ai mezzi tradizionali.

Il web fornisce approfondimenti in ambito letterario per il 57,6% del gruppo (a fronte di un dato medio del 37,6%), per argomenti di storia e geografia (l'82,4% a fronte del 65,9% della media complessiva), di arte e musica (l'82,6% a fronte di un valore medio del 65,6%), in tema di economia, scienze sociali e diritto (il 70% degli impieghi rispetto a una media del 55%). La tipologia in questione mostra una tendenza più spiccata per la lettura di narrativa e poesia su dispositivi non tradizionali come gli e-book: si ricorre al digitale nel 32,6% dei casi, quasi il doppio della media, ferma al 17,6% (fig. 15).

Si sentono appagati dalle conoscenze acquisite tramite la rete e non avvertono il bisogno di rifugiarsi necessariamente nella lettura di un libro per approfondire (il 51,3% a fronte del 29,8% del campione nella sua interezza), così come il 65,9% degli *evoluzionisti* non ritiene che la lettura sullo schermo possa costituire un limite alla capacità di apprendimento e di riflessione intellettuale, superando di quasi 20 punti percentuali la media, che si attesta al 46,4%.

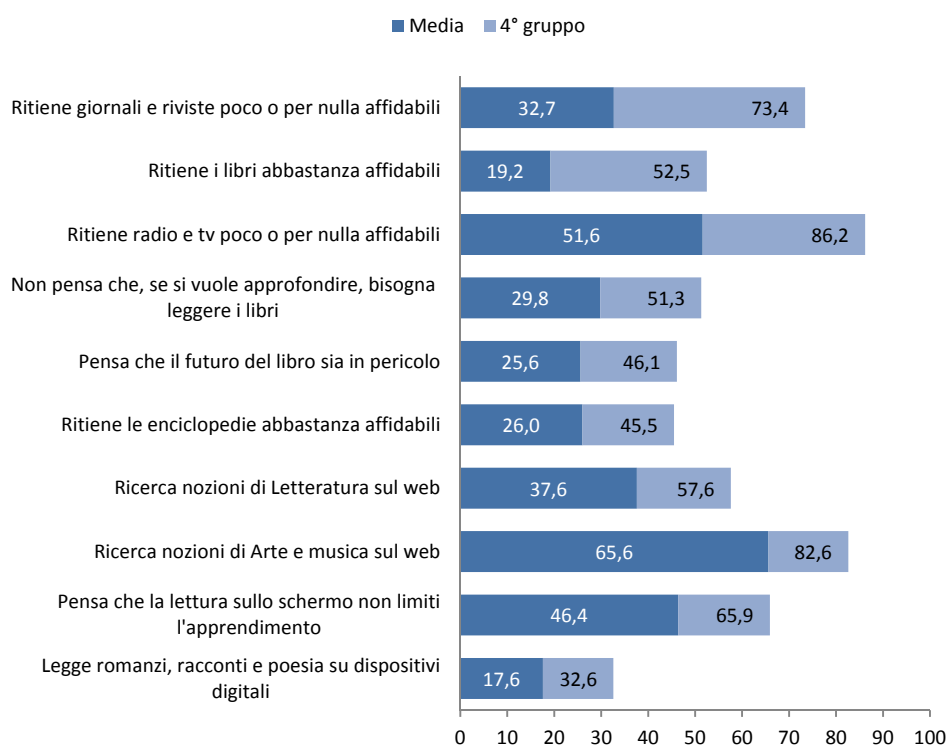
Gli *evoluzionisti* si affidano malvolentieri a giornali e riviste, ritenendole poco credibili nel 73,4% dei casi (più del doppio della media, che si ferma al 32,7%), o al sistema radiotelevisivo (giudicato negativamente dall'86,2% degli intervistati, 30 punti percentuali oltre la media). E neanche l'alto livello di consumo della rete per scopi formativi e culturali mitiga i giudizi piuttosto freddi espressi in merito alla credibilità dei *new media*: attualmente gli *evoluzionisti* non riconoscono grande affidabilità a blog e forum online (il 75,2%, quasi 10 punti percentuali in più della media).

Insomma, la loro scarsa fiducia soprattutto in mezzi tradizionali come strumenti del sapere costituisce il "trampolino di lancio" per la proiezione in avanti della loro fiducia, per la fede riposta nell'evoluzione delle tecnologie della conoscenza.

Un elemento fondamentale contraddistingue, infatti, la quarta tipologia: sono il gruppo più convinto della progressiva perdita di importanza dell'editoria cartacea. Il 34,7% degli *evoluzionisti* (a fronte della media del 19,3%) è sicuro che il libro scomparirà con il progresso delle tecnologie digitali, votate a diventare sempre di più strumenti di apprendimento e di

conoscenza. E a questi si aggiunge una ulteriore quota dell'11,4% (contro il 6,3% medio) che afferma che il libro è oggi in pericolo perché gli strumenti digitali sono di fatto più efficaci della carta stampata nella trasmissione del sapere.

**Fig. 15 - Principali caratteristiche del quarto gruppo: gli evolucionisti (val. %)**



Fonte: indagine Censis, 2015

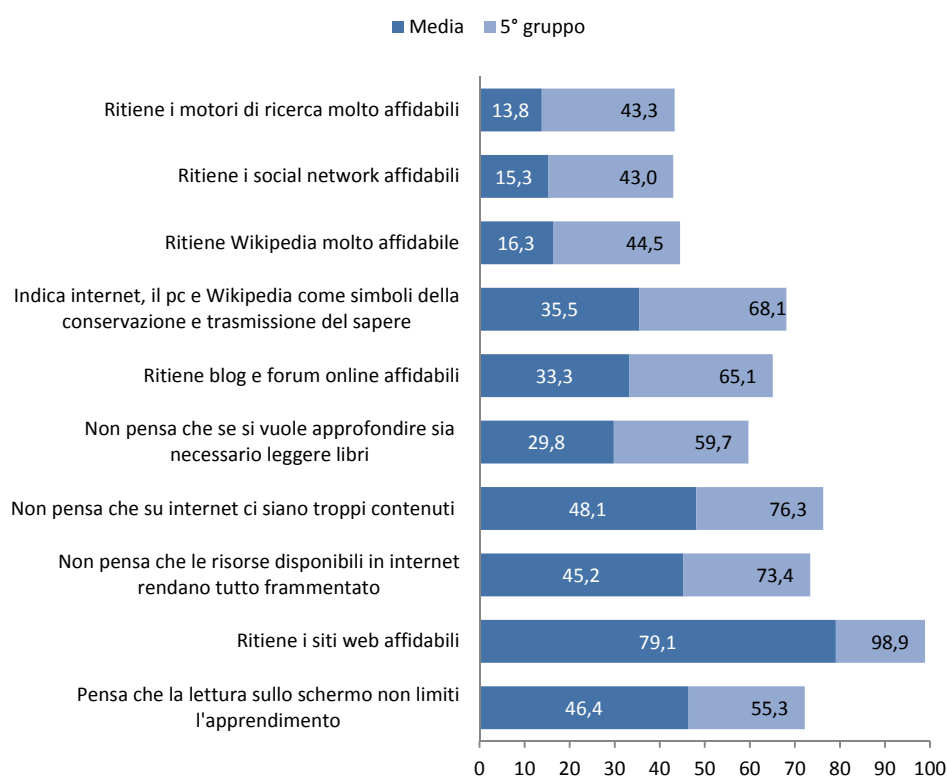
## 5.5. Il quinto gruppo: i residenti digitali

L'ultima tipologia raccoglie gli entusiasti del web, che riconoscono grande affidabilità ai nuovi mezzi di trasmissione della conoscenza e ne apprezzano i vantaggi. Costituiscono il 18,1% del totale.

In questo caso l'integrazione degli utenti nell'ambiente digitale è rappresentata a livello iconografico: più della metà dei *residenti digitali* (il 68,1%) indica il pc, internet e Wikipedia come migliori simboli contemporanei della trasmissione del sapere, registrando un valore quasi doppio rispetto alla media complessiva, che si attesta al 35,5% (fig. 16).

Ovviamente, la dieta culturale dell'ultimo gruppo si sostanzia sia nella frequentazione del web per acquisire nozioni in diverse discipline, sia nel ricorso ai dispositivi digitali per la lettura di differenti generi editoriali.

Fig. 16 - Principali caratteristiche del quinto gruppo: i *residenti digitali* (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2015



Tra gli argomenti consultati con maggiore frequenza in rete figurano quelli di storia e geografia (l'83,8% contro un 65,9% medio), come quelli di economia, scienze sociali e diritto (il 75,2% rispetto a una media del 55%). Un'attenzione maggiore è riservata agli strumenti digitali per consultare saggi (il 41,9% su una media del 20,7%), nonché testi scolastici e universitari (il 37,4% per i *residenti digitali* e il 17,7% per il campione totale).

Alla padronanza dell'ambiente web i *residenti digitali* aggiungono un livello di fiducia particolarmente elevato che premia i siti internet, definiti affidabili dal 98,9% del gruppo (il dato medio si arresta al 79,1%). Buono anche il giudizio espresso nei confronti di blog e forum online (il 65,1%, rispetto al 33,3% della media), dei motori di ricerca (il 43%, più del doppio della media, ferma al 15,3%) e dell'enciclopedia online Wikipedia, giudicata molto affidabile dal 44,5% del *cluster*.

La predilezione per la rete favorisce la sostituzione di libri cartacei con documenti reperibili online: un'evenienza segnalata dal 56,3% degli appartenenti al gruppo (molto più della media generale, ferma al 42,1%).

Un ultimo tratto segna la distanza tra i *residenti digitali* e le altre tipologie individuate: la propensione a vivere la rete con spirito di condivisione. Lo si deduce sia dall'alto livello di fiducia accordato ai social network (considerati positivamente dal 43% del *cluster*, tre volte il dato medio del 13,8%) e a Wikipedia (molto affidabile per il 44,5% contro il 16,3% medio), sia dalla convinzione (radicata nel 78,6% del gruppo) che approfondire i propri studi e le proprie passioni in rete si trasforma spesso in una occasione per socializzare con persone che coltivano gli stessi interessi.