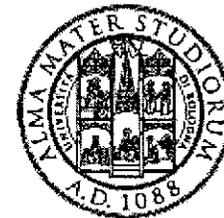


Carlo Filippucci, Pinuccia Calia,
Marzia Freo, Giorgio Tassinari.

INDAGINE SULLE MATRICOLE
DELL'ATENEO DI BOLOGNA NELL'ANNO
ACCADEMICO 2001-2002

Serie Ricerche 2002, n.5



Dipartimento di Scienze Statistiche "Paolo Fortunati"
Università degli studi di Bologna

Il presente rapporto ha utilizzato un finanziamento dell'Ateneo di Bologna per una ricerca svolta su incarico della Giunta di Ateneo, su proposta della Commissione Didattica e dell'URP.

INDICE

Prefazione

Introduzione

PARTE I

Capitolo 1 – L'indagine

- 1.1. La popolazione di riferimento
- 1.2. Il disegno campionario dell'indagine
- 1.3. Alcune caratteristiche dell'indagine

Appendice al capitolo 1

PARTE II

Capitolo 2 – Le matricole dell'Ateneo di Bologna

- 2.1. Un primo quadro d'insieme sugli immatricolati nell'anno accademico 2001-2002
- 2.2. La capacità di attrazione dell'Ateneo bolognese
- 2.3. La situazione familiare
- 2.4. La formazione
- 2.5. Le esperienze lavorative

Finito di stampare nel mese di Dicembre 2002
presso le Officine Grafiche Tecnoprint
Via del Legatore 3, Bologna

Capitolo 3 – Motivazioni e processo di scelta dell'università

- 3.1. Maturazione della scelta di iscriversi
- 3.2. Il proseguimento degli studi con una laurea specialistica
- 3.3. Le motivazioni della scelta universitaria
- 3.4. La scelta del corso di laurea
- 3.5. La scelta della sede del corso di laurea

Capitolo 4 – Le fonti informative nella scelta universitaria

- 4.1. Il quadro d'insieme
- 4.2. L'utilizzo dei canali informativi e le motivazioni nella scelta della sede
- 4.3. L'utilizzo delle fonti di informazione in rapporto al profilo di istruzione delle famiglie e degli studenti.
- 4.4. L'articolazione dei diversi canali di informazione
- 4.5. Il giudizio sui canali informativi
- 4.6. L'impatto dei canali informativi sulla scelte degli studenti

PARTE III

Capitolo 5 – Il processo di orientamento delle matricole

- 5.1. Premessa
 - 5.2. La segmentazione delle matricole secondo il processo di orientamento
 - 5.3. Alcune conclusioni
- Appendice al capitolo 5

Prefazione

Nel dicembre 2001 la Giunta di Ateneo, su proposta della Commissione Didattica e dell'URP, ha incaricato il Dipartimento di Scienze Statistiche nelle persone del responsabile della ricerca prof. Carlo Filippucci e degli altri componenti il gruppo di ricerca, Pinuccia Calia, Marzia Freo e Giorgio Tassinari di effettuare un'indagine sulle matricole dell'Ateneo di Bologna nell'anno accademico 2001-2002, che è presentata in questo volume.

Oggetto principale della ricerca è l'accertamento dei canali di informazione utilizzati dalle matricole durante il processo che li ha condotti a decidere ad iscriversi all'Università di Bologna e ad una specifica Facoltà.

La motivazione principale è che una corretta azione di orientamento verso i giovani che desiderano iscriversi all'università non può fare a meno della conoscenza delle variabili che influenzano il processo decisionale dello studente e che lo portano ad effettuare determinate scelte piuttosto che altre. Numerose sono le motivazioni che concorrono allo sviluppo delle differenti scelte e molteplici ne sono gli attori. Al processo decisionale dello studente da una parte partecipano la famiglia, i coetanei, i compagni di studio con spinte emotive o emulative, dall'altra i percorsi che conducono alle decisioni possono essere di carattere maggiormente oggettivo e razionale e basati sulla valutazione della formazione erogata, del valore del titolo di studio.

L'obiettivo della ricerca, in generale, è di definire e misurare un insieme di informazioni sui nuovi immatricolati dell'ateneo bolognese utili alle decisioni relative alle politiche di orientamento. A questo riguardo è opportuno un commento relativo al ruolo recente che il marketing universitario ha avuto: ruolo pesante, prova ne sono i numerosi annunci pubblicitari che appaiono sulla stampa con frequenza crescente; non è questo il filone nel quale la ricerca si vuole collocare.

La predisposizione degli strumenti di orientamento è una operazione che va al di là del marketing universitario o della mera pubblicità. Per potere intraprendere una politica di orientamento è necessaria una adeguata conoscenza del collettivo degli utenti di tale politica. A questo scopo devono essere individuate e misurate le variabili che influiscono

sul processo decisionale degli utenti potenziali, e occorre accertarne il peso giocato nel complesso processo di scelta.

La disponibilità di una base informativa quantitativa costruita con metodi scientifici permette una conoscenza approfondita sulle specificità dei campi di possibile intervento e al tempo stesso la possibilità di impostare politiche coerenti con i fabbisogni reali delle collettività interessate.

Quadro logico di riferimento e informazione affidabile e tempestiva sono le premesse essenziali di ogni processo decisionale, e questo rapporto di ricerca consente di tracciare un quadro assai articolato per il complesso dell'Ateneo e per singola facoltà, sulle caratteristiche sociali, demografiche e culturali delle matricole, sulle motivazioni che hanno condotto gli studenti ad iscriversi all'Università di Bologna, ad una specifica sede e ad una specifica Facoltà e sul comportamento di ricerca delle informazioni e di fruizione dei canali informativi.

Walter Tega
Prettore alla didattica

Introduzione

Nell'anno accademico 2001-2002 le matricole dell'Alma Mater assommano a circa 16.000 unità. E' come se la popolazione di una cittadina come Budrio si materializzasse, all'inizio dei corsi di insegnamento, nelle diverse articolazioni territoriali dell'Università e nelle sue 22 Facoltà. Aiutare questi giovani a giungere ad una scelta consapevole e razionale del proprio percorso di formazione superiore, in modo da facilitare l'incontro tra offerta didattica e domanda di formazione, è un compito a cui nessun Ateneo che aspiri ad interpretare e forgiare lo spirito dei tempi può rinunciare. In questa chiave è del tutto evidente che i comportamenti di un collettivo così ampio di persone, quale è quello delle matricole dell'Ateneo di Bologna, possono essere compresi soltanto facendo ricorso a strumenti di indagine di tipo scientifico.

Questo rapporto di ricerca compendia i risultati di un'indagine campionaria sulle matricole dell'Ateneo bolognese realizzata dai ricercatori del Dipartimento di Scienze Statistiche "Paolo Fortunati" su mandato della Commissione Informazione presieduta dal pro-Rettore Roberto Grandi, ed eseguita nei mesi di dicembre 2001 e di gennaio 2002.

Oggetto principale dell'indagine è l'accertamento dei canali di informazione utilizzati dalle matricole durante il processo che li ha condotti a decidere ad iscriversi all'Università di Bologna e ad una specifica Facoltà.

Il rapporto è suddiviso in tre parti. Nella prima viene descritta in dettaglio la metodologia dell'indagine, che è stata condotta con interviste eseguite con la tecnica CATI (*Computer Assisted Telephone Interview*) su di un campione probabilistico di circa 3.000 matricole.

Nella seconda parte vengono descritti in modo analitico i risultati dell'indagine. Vengono trattati tre aspetti principali:

- le caratteristiche sociali, demografiche e culturali delle matricole;
- le motivazioni che hanno condotto gli studenti ad iscriversi all'Università di Bologna, ad una specifica sede e ad una specifica Facoltà;
- il comportamento di ricerca delle informazioni e di fruizione dei canali informativi.

L'ipotesi di base che sostanzia questa parte del rapporto può essere enunciata nel seguente modo: i caratteri strutturali degli immatricolati, congiuntamente alle motivazioni che animano gli studenti, costituiscono le determinanti principali del comportamento di ricerca e di fruizione.

Va messo in evidenza che il commento dei risultati effettuato in questa parte del rapporto, anche per ovvie esigenze di tempestività, mette l'accento soprattutto sull'Ateneo nel suo insieme e sulle articolazioni territoriali; il commento dei dati per le singole facoltà si limita a mettere in luce le situazioni più peculiari rispetto all'Ateneo nel suo complesso. Le elaborazioni presentate consentono comunque di tracciare un quadro assai articolato anche per singola facoltà, ma abbiamo preferito evitare una chiave di lettura (interpretazione) dei risultati che enfatizzasse la dimensione facoltà.

Nella parte terza viene proposta, come momento finale della riflessione, una sintesi delle risultanze dell'indagine, ottenuta con l'impiego di metodi di analisi statistica multivariata, al fine di cogliere simultaneamente le connessioni tra i numerosi caratteri rilevati arrivando a proporre la ricostruzione di una classificazione tipologica delle matricole, che tiene conto simultaneamente sia dell'intensità del processo di ricerca dell'informazione, sia degli specifici canali utilizzati ed infine delle caratteristiche sociali, demografiche e culturali delle matricole.

Bologna, marzo 2002.

PARTE I

Capitolo 1 - L'indagine

1.1. La popolazione di riferimento

Lo scopo principale dell'indagine è studiare il processo informativo seguito dagli studenti dell'Ateneo di Bologna per orientarsi nella scelta universitaria, in particolare analizzare il numero, la tipologia e le caratteristiche dei canali informativi impiegati e la loro influenza sul processo decisionale.

La popolazione di riferimento è quindi l'insieme degli studenti dell'Ateneo di Bologna immatricolati nell'anno accademico 2001/2002.

È stato indagato, tuttavia, solo un campione casuale di tale popolazione estratto sulla base dell'archivio degli immatricolati (in tutte le sedi dell'Ateneo) nell'anno accademico 2001/02 alla data del 28 novembre 2001¹. L'archivio raccoglie le informazioni rilasciate alle segreterie al momento dell'iscrizione riguardanti: il sesso, la data di nascita, la cittadinanza, il comune di residenza, il tipo di diploma, il voto di maturità, la facoltà, il corso di laurea e la sede del corso.

Dalle informazioni contenute nell'archivio non è possibile distinguere gli immatricolati per la prima volta da coloro che, avendo fatto un trasferimento (di facoltà o di sede) o essendo già laureati, vengono iscritti ad un anno diverso dal primo. L'archivio, inoltre, comprende gli immatricolati al corso speciale finalizzato al conseguimento della laurea in Scienze Motorie, della durata di un anno; questa componente è stata esclusa dall'analisi poiché si tratta di studenti che si iscrivono per completare un percorso di studio già iniziato (studenti con diploma universitario ISEF che intendono conseguire la laurea).

Un'ulteriore precisazione va fatta in merito agli studenti stranieri: quelli residenti in Italia sono stati considerati, ai fini dell'analisi, nel collettivo degli studenti italiani, mentre gli studenti residenti all'estero sono stati esclusi dall'analisi in considerazione dell'esigua numerosità di tale

¹ Tale data si riferisce al momento in cui l'archivio è stato reso disponibile; discrepanze con la consistenza effettiva degli immatricolati sono dovute sia al fatto che tale data è antecedente alla chiusura delle iscrizioni sia al tempo che intercorre tra iscrizione e aggiornamento dell'archivio.

popolazione (200 studenti) e della provenienza da paesi molto diversi tra loro, infatti, tali aspetti non rendono appropriata un'analisi aggregata.

La popolazione di riferimento risulta, quindi, composta da 16.093 immatricolati nell'anno 2001/2002, distribuiti nelle varie facoltà come descritto nella Tavola 1.

Tavola 1.1: Distribuzione per facoltà degli immatricolati

Facoltà	N	%
Agraria	303	1,88
Architettura	93	0,58
Chimica industriale	93	0,58
Conservazione dei beni culturali	323	2,01
Economia	1203	7,48
Economia - Forlì	474	2,95
Economia - Rimini	673	4,18
Farmacia	366	2,27
Giurisprudenza	1420	8,82
Ingegneria	1975	12,27
Lettere e filosofia	2723	16,92
Lingue e letterature straniere	590	3,67
Medicina e chirurgia	790	4,91
Medicina veterinaria	156	0,97
Psicologia	304	1,89
Scienze della formazione	809	5,03
Scienze matematiche fisiche e naturali	1427	8,87
Scienze motorie	199	1,24
Scienze politiche	1125	6,99
Scienze politiche-Forlì	718	4,46
Scienze statistiche	172	1,07
Scuola per interpreti e traduttori	157	0,98
Ateneo	16093	100,00

1.2. Il disegno campionario dell'indagine

L'indagine è stata svolta ricorrendo all'osservazione di un campione casuale stratificato di 2918 immatricolati effettuata mediante intervista telefonica².

Per la formazione del campione si è tenuto conto dell'esigenza di ottenere informazioni attendibili a livello di facoltà, oltre che complessivamente a livello di Ateneo. A questo scopo, la strategia campionaria

² La rilevazione (le interviste e la predisposizione del software per il Cati) è stata effettuata dalla società Rescoop.

impiegata è quella di un campionamento per "domini di studio" (le facoltà), che consente di assicurare un livello minimo garantito di attendibilità delle stime per ogni facoltà oltre che per l'Ateneo.

Nella pratica, una volta stabilito il numero massimo di interviste compatibile con il budget disponibile (circa 3000), l'allocazione delle interviste tra le facoltà (ovvero il tasso di sondaggio) è stata determinata in modo tale da garantire lo stesso livello minimo di precisione delle stime a livello di facoltà. Successivamente, all'interno di ciascuna facoltà, gli studenti sono stati raggruppati incrociando le modalità delle variabili "sede del corso di laurea" (Bologna, Cesena, Forlì, Ravenna, Rimini), "zona di residenza" (Nord, Emilia Romagna e San Marino, Centro, Sud e Isole) e "tipo di diploma conseguito" (Maturità Classica-Scientifica, Altra Maturità). Il campione per facoltà è stato poi ripartito proporzionalmente tra i gruppi (strati) sopra indicati.

Tavola 1.2: Numerosità e tasso di sondaggio

Facoltà	Numerosità popolazione	Numerosità campione	Tasso % sondaggio
Agraria	303	121	39.9
Architettura	93	64	68.8
Chimica industriale	93	63	67.7
Conservazione dei beni culturali	323	123	38.1
Economia	1203	170	14.1
Economia - Forlì	474	140	29.5
Economia - Rimini	673	153	22.7
Farmacia	366	129	35.2
Giurisprudenza	1420	168	11.8
Ingegneria	1975	182	9.2
Lettere e filosofia	2723	183	6.7
Lingue e letterature straniere	590	147	24.9
Medicina e chirurgia	790	159	20.1
Medicina veterinaria	156	87	55.8
Psicologia	304	121	39.8
Scienze della formazione	809	161	19.9
Scienze matematiche fisiche e naturali	1427	175	12.3
Scienze motorie	199	66	33.2
Scienze politiche	1125	167	14.8
Scienze politiche - Forlì	718	157	21.9
Scienze statistiche	172	94	54.7
Scuola per interpreti e traduttori	157	88	56.1
Ateneo	16093	2918	18.1

I risultati dell'osservazione sono notoriamente affetti da errori che dipendono da diversi fattori. Gli errori di una indagine statistica campionaria si possono suddividere in due tipologie principali: gli "errori campionari", che derivano dall'osservazione di un sottoinsieme della popolazione, e gli "errori non campionari", che sono generati dal processo di misura che si realizza attraverso le diverse fasi del processo di formazione dei dati. Una corretta progettazione dell'indagine in termini di rilevazione e trattamento delle informazioni concorrono a limitare gli errori non campionari; la stessa scelta della tecnica di rilevazione CATI - *Computer Assisted Telephone Interview* è stata finalizzata a tenere sotto controllo e ridurre al minimo quest'ultimo tipo di errore. Le numerose operazioni per il controllo della qualità sono esposte con maggiore approfondimento nel paragrafo 1.3.

L'errore campionario, invece, può essere controllato tramite l'impiego di un'appropriata strategia di selezione delle unità (campionamento). La precisione minima assicurata dal disegno campionario predisposto per la stima della proporzione di unità con una data caratteristica è espressa da uno scarto quadratico medio attorno al 3,5% per ciascun dominio (facoltà) ed uno scarto quadratico medio pari all'1% per l'intera popolazione degli immatricolati dell'Ateneo (Tavola 1.3).

Le informazioni contenute nella Tavola 1.3 consentono di calcolare intervalli di confidenza³ per la proporzione (o il totale) delle unità con una determinata caratteristica.

Per guidare la lettura della tavola come esempio si richiede di calcolare l'intervallo di confidenza associato alla stima rispettivamente di una percentuale e di una numerosità specificata. I dati fondamentali sono riassunti nella tavola e nelle righe successive sono stati costruiti gli intervalli di confidenza al 95% ed al 66%. Oggetto di interesse sono la percentuale e la numerosità degli immatricolati con maturità classica o scientifica nella facoltà di Economia. I risultati possono essere così interpretati: la percentuale di immatricolati nella facoltà di economia con un diploma di maturità classica o scientifica è compresa tra il 40% e il 54,2% con un livello di confidenza pari a 0,95, tale percentuale è com-

³ Dato il valore soglia associato al livello di confidenza prescelto (per esempio, ad un livello di confidenza dello 0,95 corrisponde un valore soglia VS95 = 1,96), l'intervallo di confidenza al 95% si ottiene con la seguente espressione: Intervallo Confidenza 95% = valore campionario \pm VS95 \times SQM (valore campionario).

presa tra il 43,5% e il 50,7% con un livello di confidenza pari a 0,66. Allo stesso modo, possiamo dire che il numero di studenti nella facoltà di economia con un diploma di maturità classica o scientifica è compreso, con un livello di confidenza pari a 0,95, tra 480 e 654, mentre, con un livello di confidenza pari a 0,66 tale numero è contenuto nell'intervallo 523-611.

Tavola 1. 3: Scarti quadratici medi (SQM) per percentuali e numerosità

SQM per alcune percentuali	Percentuali					Numerosità				
	10	20	30	40	50	10	20	30	40	50
	90	80	70	60	50	90	80	70	60	50
Agraria	2,1	2,8	3,2	3,5	3,5	6	9	10	10	11
Architettura	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5	2	3	3	3	3
Chimica industriale	2,1	2,9	3,3	3,5	3,6	2	3	3	3	3
Conservazione dei beni culturali	2,1	2,8	3,3	3,5	3,5	7	9	11	11	11
Economia	2,1	2,8	3,3	3,5	3,6	26	34	39	42	43
Economia - Forlì	2,1	2,8	3,3	3,5	3,5	10	13	15	16	17
Economia - Rimini	2,1	2,8	3,3	3,5	3,6	14	19	22	23	24
Farmacia	2,1	2,8	3,2	3,5	3,5	8	10	12	13	13
Giurisprudenza	2,2	2,9	3,3	3,5	3,6	31	41	47	50	51
Ingegneria	2,1	2,8	3,2	3,5	3,5	42	56	64	68	70
Lettere e filosofia	2,1	2,9	3,3	3,5	3,6	58	78	89	95	97
Lingue e letterature straniere	2,1	2,9	3,3	3,5	3,6	13	17	19	21	21
Medicina e chirurgia	2,1	2,8	3,2	3,5	3,5	17	22	26	27	28
Medicina veterinaria	2,1	2,9	3,3	3,5	3,6	3	4	5	5	6
Psicologia	2,1	2,8	3,2	3,5	3,5	6	9	10	11	11
Scienze della formazione	2,1	2,8	3,2	3,5	3,5	17	23	26	28	29
Scienze matematiche fisiche e naturali	2,1	2,8	3,2	3,5	3,5	30	40	46	49	51
Scienze motorie	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0	6	8	9	10	10
Scienze politiche	2,1	2,9	3,3	3,5	3,6	24	32	37	39	40
Scienze politiche-Forlì	2,1	2,8	3,2	3,5	3,5	15	20	23	25	25
Scienze statistiche	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5	4	5	5	6	6
Scuola per interpreti e traduttori	2,1	2,8	3,2	3,5	3,5	3	4	5	5	6
Ateneo	0,6	0,8	0,9	1,0	1,0	99	131	151	161	164

Esempio: Immatricolati con maturità classica o scientifica nella facoltà di Economia

Valori	%	N
Dato in tabella:	47,1	1203 \times 0,471 = 567
SQM(50)	3,6	44

Intervallo al 95% per la percentuale: $47,1 \pm 1,96 \times 3,6 = 47,1 \pm 7,1 = [40,0; 54,2]$

Intervallo al 66% per la percentuale: $47,1 \pm 1,00 \times 3,6 = 47,1 \pm 3,6 = [43,5; 50,7]$

Intervallo al 95% per il totale	$567 \pm 1,96 \times 44 = 567 \pm 87 = [480 ; 654]$
Intervallo al 66% per il totale	$567 \pm 1,00 \times 44 = 567 \pm 44 = [523 ; 611]$

1.3. Alcune caratteristiche dell'indagine

1.3.1. La tecnica di rilevazione

La rilevazione dei dati è stata effettuata mediante l'impiego di una strategia d'indagine che si avvale della tecnica CATI. Com'è ben noto, la tecnica CATI consiste in un'intervista telefonica che utilizza un questionario elettronico. Durante l'intervista, le risposte sono automaticamente registrate su supporto informatico.

Oltre agli indubbi vantaggi di tempo (rapidità di esecuzione dell'indagine), questa tecnica consente di ridurre il carico di lavoro dei rilevatori, attraverso la gestione automatica delle telefonate e degli appuntamenti concordati con l'intervistato e di controllare, al momento dell'immissione, la qualità dell'informazione fornita; il sistema, infatti, consente di effettuare continui controlli durante l'intervista, così da ridurre al minimo le incoerenze, le risposte non dovute o non ammissibili e da evitare "salti" nella sequenza delle domande.

Il CATI consente, inoltre, la gestione elettronica della selezione casuale delle unità campionarie (RDD – *Random digit dialing*) sulla base della lista dei nominativi della popolazione e dei corrispondenti numeri telefonici. La sostituzione delle unità avviene in caso di rifiuto a collaborare o dopo un prefissato numero di tentativi di contatto andati a vuoto, mediante scelta casuale del sostituto tra le unità con medesime caratteristiche.

1.3.2. Il questionario

Benché l'obiettivo specifico dell'indagine sia indagare il processo informativo impiegato dalle matricole dell'Ateneo di Bologna nella loro scelta universitaria, si è ritenuto necessario rilevare anche altre informazioni che possono aiutare ad interpretare il fenomeno. Per questo motivo, il questionario utilizzato è risultato piuttosto lungo: la sua efficacia è stata tuttavia verificata prima dell'avvio dell'indagine riscontrando che la lunghezza non ha generalmente causato rifiuti. L'impiego della tecnica di rilevazione CATI ha inoltre permesso di ridurre i tempi di compilazione del questionario e della raccolta dei dati.

Il modello entità-relazioni (Figura 1), mostra la struttura relazionale tra le variabili. Il questionario⁴ è stato articolato nelle cinque sezioni organizzate per tipo di informazioni, di seguito esposte e brevemente descritte:

Sezione 1- Informazioni generali;

Sezione 2- Acquisizione delle informazioni e processo decisionale;

Sezione 3- Motivazione ed orientamento progettuale nella scelta universitaria;

Sezione 4- Valutazione dell'informazione;

Sezione 5- Caratteristiche socio-demografiche dello studente.

Sezione 1- Informazioni generali

L'insieme delle domande che caratterizzano questa sezione intende raccogliere indicazioni piuttosto generali sul percorso formativo dello studente: lauree già conseguite, grado di difficoltà incontrato nel percorso scolastico (ed eventuali bocciature), esperienze extra-scolastiche (corsi di lingue, di informatica, soggiorni all'estero, ecc.) durante la frequenza della scuola superiore, precedenti esperienze universitarie non portate a termine (con l'indicazione dell'anno di inizio, della durata e dell'ateneo). Infine, sono previsti alcuni quesiti relativi allo svolgimento di una qualche attività lavorativa.

Sezione 2- Acquisizione delle informazioni e processo decisionale

Questa sezione rappresenta la parte cruciale del questionario, poiché è quella relativa all'analisi delle fonti informative che lo studente ha utilizzato per orientarsi nella scelta universitaria. Le fonti sono state raggruppate in cinque categorie (canali): incontri o servizi di orientamento, consigli personali, materiale informativo a stampa, altri media, richiesta di informazioni presso l'Università. Ad esempio, gli "incontri o servizi di orientamento" si distinguono in incontri organizzati presso la scuola, presso l'Università di Bologna, presso altre Università, oppure altrove.

Le informazioni raccolte riguardano l'impiego di ciascuna fonte, la valutazione su alcuni aspetti specifici (chiarezza ed esaustività dell'informazione rilasciata, attrattiva della presentazione e capacità di suscitare interesse/curiosità) e la loro influenza sulla scelta operata.

⁴ Una copia del questionario è riprodotta alla fine del capitolo.

Sezione 3- Motivazione ed orientamento progettuale nella scelta universitaria

In questa sezione si indaga sulle motivazioni che hanno indotto lo studente ad iscriversi all'università e sull'influenza e l'importanza di diversi fattori nella scelta della sede di studio e del corso di laurea.

Dal punto di vista logico questa sezione dovrebbe anticipare la sezione due e non seguirla; tuttavia, si è preferito anticipare la sezione due per diminuire il rischio d'interruzione dell'intervista o di caduta dell'attenzione dovuti a stanchezza per la lunghezza del questionario, con la conseguente perdita di queste informazioni.

Oltre alle motivazioni, si chiede se sia stata effettuata una pre-iscrizione e un test di ingresso e se lo studente abbia considerato percorsi universitari alternativi, oltre a quello scelto, prima dell'iscrizione vera e propria, per capire quanto la scelta sia stata ponderata e desiderata oppure sia stata un ripiego.

Sezione 4- Valutazione dell'informazione

Questa sezione intende completare ed integrare le informazioni raccolte nella sezione due.

Si chiede una valutazione del grado di informazione che gli intervistati avevano al momento dell'iscrizione su diversi aspetti (contenuti del corso, sbocchi professionali, docenti e didattica, dotazioni strutturali, organizzazione della facoltà, assistenza agli studenti) e quanto queste corrispondono alla realtà sperimentata in questi primi mesi.

Si chiede inoltre se lo studente ha effettuato cambiamenti di corso in passato o se è in procinto di farlo, se ha intenzione di proseguire gli studi dopo aver conseguito la laurea di primo livello e una previsione del numero di anni che ritiene necessari per conseguire la laurea.

Sezione 5- Caratteristiche socio-demografiche dello studente

Questa sezione è dedicata alla raccolta di informazioni su alcuni aspetti socio-demografici degli intervistati; poiché si tratta di informazioni sensibili, che possono indurre un'interruzione dell'intervista, sono stati posti al termine del questionario: in tal modo si spera di raccogliere almeno le informazioni più rilevanti.

Le informazioni raccolte riguardano: lo stato civile dello studente, la famiglia di origine ed eventualmente quella formata successivamente, la condizione abitativa rispetto alla sede della Facoltà, il titolo di studio dei genitori, la professione del capofamiglia, l'eventuale presenza di fratelli/sorelle e la loro posizione nei riguardi dell'università.

1.3.3. Il questionario elettronico e la qualità dei dati

Attraverso la predisposizione del questionario elettronico e di un opportuno *software* di supporto, è possibile evitare e tenere sotto controllo alcuni tipi di errore non campionario che possono manifestarsi in un'indagine tradizionale, specialmente nel caso di un questionario complesso come quello utilizzato in questa indagine.

In particolare, i tipi di errore a cui facciamo riferimento sono: *risposte non dovute*, quando gli individui forniscono una risposta a domande alle quali non sono chiamati a rispondere; *risposte non ammissibili*, quando le modalità di risposta non sono tra quelle previste (fuori campo); *risposte incompatibili*, quando non sono coerenti con le risposte fornite ad altre domande, *errori di registrazione*, quando si digitano in modo sbagliato le risposte.

Il questionario elettronico risulta costituito da una serie di domande legate da una struttura logica coerente e contiene un insieme di controlli che consentono di ridurre al minimo gli interventi di revisione e correzione *a posteriori* dei dati causati dagli errori elencati sopra.

La struttura logica è articolata in due parti. La prima definisce la sequenza esatta dei quesiti per ciascun intervistato, nel senso che ogni domanda posta è univocamente determinata dalle risposte date in precedenza; particolare attenzione è stata prestata alla messa a punto delle domande filtro, cioè quelle domande che guidano il percorso di compilazione e che spesso comportano il salto di più quesiti. La seconda parte si avvale di un insieme di controlli di coerenza e compatibilità sulle risposte. La serie dei controlli è molto ampia ed è piuttosto laboriosa ma consente di evitare o ridurre gli errori menzionati.

Il problema delle *risposte non dovute* è praticamente eliminato, perché il *software* provvede ad indicare correttamente la sequenza delle domande da porre ad un dato tipo di individui, sulla base delle risposte fornite alle domande precedenti.

Il problema delle risposte non ammissibili è stato risolto ponendo domande "chiuse", cioè con modalità di risposta predefinite, e inibendo

l'immissione di modalità di risposta non previste. Per quei pochi quesiti a risposta "aperta", il controllo è gestito in parte dal software e in parte dal rilevatore. Allo stesso modo, le risposte digitate sono sottoposte a controlli di compatibilità con le altre risposte fornite, riducendo il rischio di risposte incompatibili.

Le mancate risposte a singole domande sono state gestite introducendo le categorie *non so* e *non voglio rispondere* tra le modalità di risposta, operazione che permette di distinguere tra rifiuti veri e propri e incapacità a rispondere.

Le mancate risposta totali, dovute ad un rifiuto iniziale a collaborare, irreperibilità, interruzione dell'intervista per volontà dell'intervistato o per cause tecniche (per esempio, scaricamento della batteria del cellulare durante l'intervista) non possono essere evitate. La strategia di indagine, tuttavia, prevede la sostituzione delle unità irreperibili o che rifiutano con unità simili rispetto alle variabili di stratificazione.

Come possiamo vedere dalle tavole seguenti, che riportano alcuni dati sull'esito dell'indagine, i rifiuti ammontano a meno del 10% del totale di unità contattate e circa il 19% sono risultate irreperibili. La sostituzione di queste unità ha comunque permesso di raggiungere il numero di interviste preventivato. In complesso, quindi, la collaborazione all'indagine è stata buona.

Tavola 1.4: Esito dell'indagine

Esito dell'indagine	Femmine %	Maschi %	Totale %	Totale n
<i>percentuale di colonna</i>				
Interviste effettuate	73,2	68	70,9	2945 ^a
Rifiuti	8,8	10,6	9,6	397
Non risponde nessuno	11,0	12,8	11,8	490
Numero di telefono errato	7,1	8,6	7,7	321
Totale contatti	100	100	100	4153
<i>Percentuale riga</i>				
Interviste effettuate	57,9	42,2	100	2945 ^a
Rifiuti	51,4	48,6	100	397
Non risponde nessuno	52,2	47,8	100	490
Numero di telefono errato	51,4	48,6	100	321
Totale	56,1	43,9	100	4153

^a 27 interviste non sono state utilizzate nell'analisi perché relative a studenti stranieri residenti all'estero

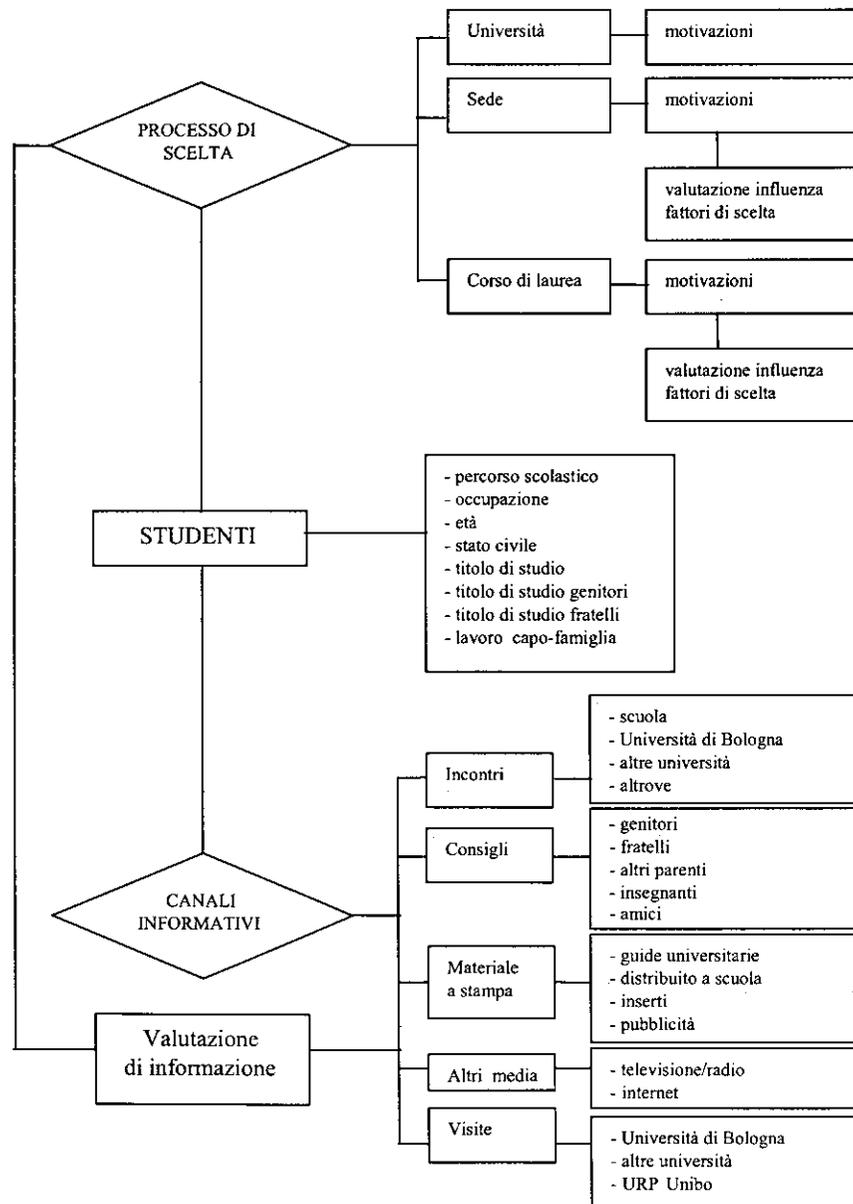
Tavola 1.5: Motivo del rifiuto a collaborare

	Numero	%
Non ho tempo/interesse	154	38,8
Non rispondo per telefono	6	1,5
Ritirato/cambiato Ateneo	42	10,6
Non dice il motivo	88	22,2
Non viene fornito altro numero	90	22,7
Interrotta comunicazione	12	3
Non capisce bene italiano	5	1,3
Totale	397	100

Tavola 1.6: Esito dell'indagine per facoltà (percentuali)

	Interviste effettuate	Rifiuti	Non Risponde	Numero telefono errato	Totale
Agraria	4,1	4,5	2,9	3,7	4,0
Architettura	2,2	2,3	2,2	1,9	2,2
Chimica industriale	2,1	2,8	2,0	0,6	2,1
Conservazione dei beni culturali	4,2	3,8	2,7	2,8	3,9
Economia	4,8	3,5	6,7	2,5	4,7
Economia – Forlì	5,2	6,0	8,8	8,7	6,0
Economia – Rimini	5,8	5,5	6,1	7,5	5,9
Farmacia	4,4	6,0	4,9	5,3	4,7
Giurisprudenza	5,9	5,3	5,5	4,4	5,7
Ingegneria	6,2	5,3	5,5	4,0	5,9
Lettere e filosofia	6,2	6,8	6,1	5,6	6,2
Lingue e letterature straniere	5,1	7,3	4,9	3,7	5,2
Medicina e chirurgia	5,5	7,3	8,0	16,5	6,8
Medicina veterinaria	3,0	1,5	2,4	2,5	2,8
Psicologia	4,1	2,8	3,9	4,0	3,9
Scienze della formazione	5,5	3,8	3,1	4,0	4,9
Scienze matematiche fisiche e naturali	5,9	6,5	5,3	7,5	6,0
Scienze motorie	2,4	2,3	3,1	0,6	2,4
Scienze politiche	5,3	4,0	4,1	5,3	5,1
Scienze politiche–Forlì	5,7	9,8	5,9	6,2	6,2
Scienze statistiche	3,2	0,8	3,9	0,3	2,8
Scuola per interpreti e traduttori	3,0	2,0	2,0	2,2	2,7
Ateneo	100	100	100	100	100

Figura 1: Struttura logica del questionario: il modello entità-relazioni





Sezione 1 - Informazioni generali

Da fare solo a chi ha 21 anni o più

1.1 Qual è il tuo titolo di studio?

- 1 Laurea (vai 1.2)
2 Maturità (vai 1.3)

1.2 Puoi indicare in quale facoltà ti sei laureato?

(vai 1.8)

Le domande dalla 1.3 alla 1.7 vanno rivolte a chi ha risposto 2 alla dom. 1.1

1.3 Sei sempre stato promosso alle scuole medie superiori?

- 1 Sì
2 No
3 Non voglio rispondere

1.4 Hai avuto esperienze formative extra-scolastiche?

- 1 Sì
2 No
3 Non voglio rispondere

Se Sì

- Corsi di informatica Sì No
Corsi di lingue Sì No
Altri corsi di formazione Sì No
Stage aziendali Sì No
Scambi culturali con l'estero Sì No

1.5 Quale grado di difficoltà nello studio hai incontrato nel tuo percorso scolastico?

- 1 Nessuna difficoltà
2 Poca difficoltà
3 Media difficoltà
4 Grande difficoltà
5 Grandissima difficoltà

1.6 Hai avuto precedenti esperienze universitarie?

- 1 Sì (vai 1.7)
2 No (vai 1.15)

1.7 Puoi indicare:

1.7.1. In quale anno è iniziata?

1.7.2. Quanto è durata effettivamente?

- 1 Meno di un anno
2 Un anno
3 Due anni
4 Tre anni
5 Quattro anni
6 Cinque anni
7 Oltre cinque anni
8 Non voglio rispondere

1.7.3. In quale ateneo?

1.8 Dal momento della maturità ad oggi hai svolto qualche attività lavorativa remunerata di tipo continuativo?

- 1 Sì (vai 1.9 e 1.10)
2 No (vai 1.9)

1.9 ...e di tipo occasionale/stagionale?

- 1 Sì (vai 1.10)
2 No (vai Sezione 2)

1.10 Quale grado di indipendenza economica ti assicura complessivamente la tua attività lavorativa?

- 1 Nulla
2 Molto parziale
3 Parziale
4 Quasi totale
5 Totale

Sezione 2 - Acquisizione delle informazioni e processo decisionale

2.1 Quale mezzo utilizzi più frequentemente per avere informazioni di carattere generale (politica, attualità, ecc.)?

2.2 Per orientarti nella scelta universitaria come fonte informativa hai utilizzato:

2.2.1 Incontri o servizi di orientamento e/o presentazione dei corsi 1 Sì 2 No

Se Sì

A) Organizzati presso la scuola? 1 Sì 2 No

	Per nulla	Poco	Sufficientem.	Molto	Del tutto
Se Sì					
Le informazioni erano comprensibili?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Le informazioni erano esaurienti?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
La presentazione era attraente?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Hanno stimolato/suscitato interesse, curiosità?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Questi incontri hanno influito sulla tua scelta...	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

B) Organizzati presso l'Università di BOLOGNA? 1 Sì 2 No

	Per nulla	Poco	Sufficientem.	Molto	Del tutto
Se Sì					
Le informazioni erano comprensibili?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Le informazioni erano esaurienti?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
La presentazione era attraente?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Hanno stimolato/suscitato interesse, curiosità?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Questi incontri hanno influito sulla tua scelta...	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

C) Organizzati presso altre università? 1 Sì 2 No

Se Sì, quali università?

Facendo riferimento all'ateneo che hai maggiormente considerato dopo quello di Bologna, sai dirmi se:

	Per nulla	Poco	Sufficientem.	Molto	Del tutto
Se Sì					
Le informazioni erano comprensibili?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Le informazioni erano esaurienti?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
La presentazione era attraente?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Hanno stimolato/suscitato interesse, curiosità?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Questi incontri hanno influito sulla tua scelta...	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

D) Organizzati altrove? 1 Sì 2 No

Se Sì, specificare dove (non più di uno)

	Per nulla	Poco	Sufficientem.	Molto	Del tutto
Se Sì					
Le informazioni erano comprensibili?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Le informazioni erano esaurienti?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
La presentazione era attraente?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Hanno stimolato/suscitato interesse, curiosità?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Questi incontri hanno influito sulla tua scelta...	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

2.2.2 Hai richiesto consigli personali 1 Sì 2 No

Se Sì

A) Di genitori 1 Sì 2 No

Se Sì

Questi consigli hanno influito sulla tua scelta
 per nulla poco suffic. molto del tutto

B) Di fratelli/sorelle maggiori 1 Sì 2 No

Se Sì

Questi consigli hanno influito sulla tua scelta
 per nulla poco suffic. molto del tutto

C) Di altri parenti 1 Sì 2 No

Se Sì

Questi consigli hanno influito sulla tua scelta
 per nulla poco suffic. molto del tutto

D) Di insegnanti 1 Sì 2 No

Se Sì

Questi consigli hanno influito sulla tua scelta
 per nulla poco suffic. molto del tutto

E) Di amici/compagni di studio 1 Sì 2 No

Se Sì

Questi consigli hanno influito sulla tua scelta
 per nulla poco suffic. molto del tutto

F) Di altri adulti 1 Sì 2 No

Se Sì

Questi consigli hanno influito sulla tua scelta
 per nulla poco suffic. molto del tutto

G) Di altri studenti universitari 1 Sì 2 No

Se Sì

Questi consigli hanno influito sulla tua scelta
 per nulla poco suffic. molto del tutto

2.2.3. Hai utilizzato materiale informativo a stampa 1 Sì 2 No

Se Sì

A) Guide universitarie delle facoltà 1 Sì 2 No

Se Sì, specificare quali:

Facendo riferimento a quella che hai consultato maggiormente, sai dirmi se:

	Per nulla	Poco	Suffi- cientem.	Molto	Del tutto
Le informazione erano comprensibili?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Le informazione erano esaurienti?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
La presentazione era attraente?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Hanno stimolato/suscitato interesse, curiosità?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Questi incontri hanno influito sulla tua scelta...	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

B) Altro tipo di materiale informativo distribuito a scuola 1 Sì 2 No

Se sì

	Per nulla	Poco	Suffi- cientem.	Molto	Del tutto
Le informazione erano comprensibili?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Le informazione erano esaurienti?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
La presentazione era attraente?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Hanno stimolato/suscitato interesse, curiosità?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Questi incontri hanno influito sulla tua scelta...	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

C) Inerti su stampa quotidiana o settimanale 1 Sì 2 No

Se Sì, specificare quali:

Facendo riferimento a quello che hai consultato maggiormente, sai dirmi se:

	Per nulla	Poco	Suffi- cientem.	Molto	Del tutto
Le informazione erano comprensibili?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Le informazione erano esaurienti?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
La presentazione era attraente?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Hanno stimolato/suscitato interesse, curiosità?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Questi incontri hanno influito sulla tua scelta...	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

D) Altre guide alla scelta della facoltà 1 Sì 2 No

Se Sì, quali?

Facendo riferimento a quella che hai consultato maggiormente, sai dirmi se:

	Per nulla	Poco	Suffi- cientem.	Molto	Del tutto
Le informazione erano comprensibili?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Le informazione erano esaurienti?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
La presentazione era attraente?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Hanno stimolato/suscitato interesse, curiosità?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Questi incontri hanno influito sulla tua scelta...	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

E) Pubblicità e avvisi su stampa quotidiana e/o settimanale 1 Sì 2 No

Se Sì

Facendo riferimento a quello che ti ha interessato maggiormente, sai dirmi se:

	Per nulla	Poco	Suffi- cientem.	Molto	Del tutto
Le informazione erano comprensibili?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Le informazione erano esaurienti?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
La presentazione era attraente?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Hanno stimolato/suscitato interesse, curiosità?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Questi incontri hanno influito sulla tua scelta...	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Si trattava di una rivista specializzata per giovani?	<input type="checkbox"/> 1 Sì	<input type="checkbox"/> 2 No			

2.2.4 Hai utilizzato altri media 1 Sì 2 No

Se Sì

A) Trasmissioni televisive o radiofoniche 1 Sì 2 No

Se Sì

Facendo riferimento a quello che ti ha interessato maggiormente, sai dirmi se:

	Per nulla	Poco	Suffi- cientem.	Molto	Del tutto
Le informazione erano comprensibili?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Le informazione erano esaurienti?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
La presentazione era attraente?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Hanno stimolato/suscitato interesse, curiosità?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Questi incontri hanno influito sulla tua scelta...	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

Le trasmissioni che hai visto o sentito erano trasmissioni:

1 Televisive 2 Radiofoniche 3 Entrambe 4 Non ricordo

Erano trasmissioni su emittenti:

1 Nazionali 2 Locali 3 Nazionali e locali 4 Non ricordo

Se locali, specificare quale emittente _____

B) Siti INTERNET dell'Università di Bologna 1 Sì 2 No

	Per nulla	Poco	Suffi- cientem.	Molto	Del tutto
Le informazione erano comprensibili?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Le informazione erano esaurienti?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
La presentazione era attraente?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Hanno stimolato/suscitato interesse, curiosità?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Questi incontri hanno influito sulla tua scelta...	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

C) Siti INTERNET di altre università 1 Sì 2 No
 Se Sì, quali sono le università di cui ha visitato i siti INTERNET?
 Facendo riferimento al sito che hai maggiormente consultato sai dirmi se:

	Sufficient				
	Per nulla	Poco	em.	Molto	Del tutto
Le informazione erano comprensibili?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Le informazione erano esaurienti?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
La presentazione era attraente?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Hanno stimolato/suscitato interesse, curiosità?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Questi incontri hanno influito sulla tua scelta...	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

D) Altri siti INTERNET 1 Sì 2 No

Se Sì, quale sito hai consultato prevalentemente?

	Sufficient				
	Per nulla	Poco	em.	Molto	Del tutto
Le informazione erano comprensibili?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Le informazione erano esaurienti?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
La presentazione era attraente?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Hanno stimolato/suscitato interesse, curiosità?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Questi incontri hanno influito sulla tua scelta...	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

2.2.5 Hai raccolto personalmente informazioni presso l'Università 1 Sì 2 No

Se Sì

	Sufficient				
	Per nulla	Poco	em.	Molto	Del tutto
Le informazione erano comprensibili?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Le informazione erano esaurienti?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
La presentazione era attraente?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Hanno stimolato/suscitato interesse, curiosità?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Questi incontri hanno influito sulla tua scelta...	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

A) Visite personali presso sedi o segreterie dell'Università di Bologna 1 Sì 2 No

Se Sì

	Sufficient				
	Per nulla	Poco	em.	Molto	Del tutto
Le informazione erano comprensibili?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Le informazione erano esaurienti?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
La presentazione era attraente?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Hanno stimolato/suscitato interesse, curiosità?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Questi incontri hanno influito sulla tua scelta...	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

B) Visite personali presso altri atenei 1 Sì 2 No
 Se Sì, quale ateneo tra quelli visitati ti ha interessato maggiormente?

	Sufficient				
	Per nulla	Poco	em.	Molto	Del tutto
Le informazione erano comprensibili?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Le informazione erano esaurienti?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
La presentazione era attraente?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Hanno stimolato/suscitato interesse, curiosità?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Questi incontri hanno influito sulla tua scelta...	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

C) Richieste all'URP dell'Università di Bologna 1 Sì 2 No

Se Sì Quali canali hai utilizzato?

- 1) Visite Personali 1 Sì 2 No 2) Telefono 1 Sì 2 No 3) Posta 1 Sì 2 No
 4) Posta Elettronica 1 Sì 2 No 5) Fax 1 Sì 2 No

Se Sì

	Sufficient				
	Per nulla	Poco	em.	Molto	Del tutto
Le informazione erano comprensibili?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Le informazione erano esaurienti?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
La presentazione era attraente?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Hanno stimolato/suscitato interesse, curiosità?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Questi incontri hanno influito sulla tua scelta...	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

Sezione 3 - Motivazione ed orientamento progettuale nella scelta universitaria

3.1 Qual'è la tua conoscenza della riforma universitaria?

- 1 Nulla 2 Scarsa 3 Discreta 4 Buona 5 Ottima

3.2 Qual è la principale motivazione che ti ha indotto ad andare all'università?

- 1 Difficoltà di trovare lavoro
 2 Necessità della laurea
 3 Crescita culturale
 4 Prospettive di carriera
 5 Elevate remunerazioni
 6 Prestigio sociale
 7 Accontentare i genitori
 8 Seguire gli amici o fidanzata
 9 Contatti sociali e divertimento
 10 Evitare di andare a lavorare
 11 Altro

- 3.3 C'è qualche altra motivazione?**
 1 Difficoltà di trovare lavoro
 2 Necessità della laurea
 3 Crescita culturale
 4 Prospettive di carriera
 5 Elevate remunerazioni
 6 Prestigio sociale
 7 Accontentare i genitori
 8 Seguire gli amici o fidanzata
 9 Contatti sociali e divertimento
 10 Evitare di andare a lavorare
 11 Altro

3.4a Hai effettuato una pre-iscrizione? Sì No

3.4b Se Sì, allo stesso corso di laurea a cui sei iscritto attualmente? Sì No

3.4c Hai fatto qualche test di ingresso/orientamento? Sì No

3.4d Se Sì, presso quale Facoltà?

- 1) 1^ facoltà: _____ Lo hai superato Sì No
 2) 2^ facoltà: _____ Lo hai superato Sì No

(solo a chi ha risposto no alla domanda 3.4.c)

3.5 Avevi pensato ad altri percorsi di studio, oltre a quello scelto? Sì No

3.5.1 Se Sì, a quanti: _____

3.6 Quando è maturata la scelta della facoltà a cui sei iscritto?

- 1 Prima dell'ultimo anno di scuola/università
 2 Nel corso dell'ultimo anno di scuola prima della maturità/prima della laurea
 3 Nel periodo successivo alla maturità/laurea
 4 Al momento dell'iscrizione

3.7 Che tipo di influenza hanno avuto i seguenti fattori sulla scelta di iscriverti alla sede didell'Università di Bologna?

	Molto negativa	Negativa	Nulla	Positiva	Molto positiva
Unica possibilità dato il corso di laurea	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Vicinanza al luogo di residenza	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Disponibilità o possibilità di trovare alloggio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Opportunità di vivere fuori casa	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Sede frequentata da altri famigliari/amici	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Possibilità di lavoro dopo la laurea nella città della sede	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Possibilità di studiare lavorando	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Qualità dei servizi e delle strutture	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Numero studenti	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Tasse e diritto allo studio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Prestigio della sede	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Attrazione esercitata dalla città in cui è la sede	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

3.8 Quanto hanno influito i seguenti fattori sulla scelta del corso di laurea. (Leggerò i fattori uno alla volta, ti chiedo di indicare il grado di influenza utilizzando una scala da 1= nessuna influenza a 5=totale influenza)

	Molto negativa	Negativa	Nulla	Positiva	Molto positiva
Continuità con gli studi precedenti	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Propensione per la materia	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Prestigio della professione cui si accede	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Possibilità di studiare lavorando	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Corso innovativo	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Corso con orientamento specialistico	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Molti sbocchi lavorativi	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Impegno richiesto	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Qualità della formazione	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Qualità dell'organizzazione del corso	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Possibilità di studiare all'estero	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Studiare con amici	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Assenza di selezione all'accesso	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Numero di iscritti	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Tradizione familiare	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

Sezione 4 - Valutazione dell'informazione alla luce delle aspettative

4.1 Come valuti il grado di informazione che avevi sui seguenti aspetti al momento dell'iscrizione?

	Molto negativa	Negativa	Nulla	Positiva	Molto positiva
Contenuti del corso	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Sbocchi professionali	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Docenti/didattica	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Dotazioni strutturali (aule, biblioteche, laboratori...)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Organizzazione della facoltà	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Assistenza agli studenti	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

4.2 Quali altre informazioni avresti voluto avere? _____

4.3 Le informazioni che avevi acquisito quanto corrispondono all'esperienza che stai vivendo relativamente a:

	Molto negativa	Negativa	Nulla	Positiva	Molto positiva
Contenuti del corso	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Docenti/didattica	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Dotazioni strutturali (aule, biblioteche, laboratori...)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Organizzazione della facoltà	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Assistenza agli studenti	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

Sezione 4 - Valutazione dell'informazione alla luce delle aspettative

4.4

	Molto negativa	Negativa	Nulla	Positiva	Molto positiva
Contenuti del corso	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Docenti/didattica	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Dotazioni strutturali (aule, biblioteche, laboratori...)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Organizzazione della facoltà	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Assistenza agli studenti	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

4.4 Hai cambiato corso di laurea negli ultimi tre mesi o sei in procinto di farlo?

- 1 Sì, lo ho già fatto
- 2 Sì, ho intenzione di farlo
- 3 No, nessuno dei due

4.5 Hai intenzione di proseguire gli studi universitari dopo aver conseguito la laurea di 1° livello?

- 1 Sì
- 2 No
- 3 Non so

4.6 Quanti anni ritieni che impiegherai per conseguire la laurea?

___Anni

Sezione 5 - Caratteristiche socio demografiche dello studente

L'intervista è quasi terminata, ho solo necessità di verificare alcune notizie anagrafiche che hai già fornito al momento dell'iscrizione

5.1 Qual è il tuo stato civile?

- 1 Nubile/Celibe
- 2 Sposato/Convivente
- 3 Separato/divorziato
- 4 Non voglio rispondere

Solo se sei sposato/convivente, separato/divorziato, fuori famiglia (scelta 2 o 3 alla domanda 5.1)

5.2 Quanti componenti ha la tua famiglia di origine (escluso te)?

Numero _____

5.4 Quanti componenti ha la tua famiglia (escluso te)?

Numero _____

5.3 Dove risiede la tua famiglia di origine? *(se sei straniero solo lo stato)*

Provincia _____
Stato _____

5.5 Dove risiede la tua famiglia? *(se sei straniero solo lo stato)*

Provincia _____
Stato _____

Per tutti

5.6 Puoi indicarci quali tra le seguenti è la situazione più vicina alla tua condizione abitativa?

- 1 Abitavo già vicino alla sede delle lezioni
- 2 Affronto un viaggio relativamente lungo tutti i giorni in cui c'è lezione
- 3 Affronto un viaggio relativamente lungo solo per dare gli esami
- 4 Ho preso un alloggio nel comune della sede di studio

5.7 Qual è il titolo di studio di tuo padre?

- 1 Laurea o titolo superiore
- 2 Scuola media superiore
- 3 Scuola media inferiore
- 4 Licenza elementare
- 5 Nessun titolo
- 6 Non so
- 7 Non voglio rispondere

5.8 Quale lavoro fa (o faceva) il capo-famiglia della tua famiglia di origine?

(rispondere anche se il capo-famiglia è ritirato dal lavoro o deceduto)

- 1 Dirigente o quadro direttivo
- 2 Impiegato o intermedio
- 3 Maestro, insegnante, docente
- 4 Operaio, subalterno e assimilati
- 5 Lavoratore a domicilio conto di imprese
- 6 Imprenditore
- 7 Lavoratore in proprio, socio di cooperativa
- 8 Libero professionista
- 9 Coadiuvante
- 10 Inabile
- 11 Non voglio rispondere

5.9 E quello di tua madre?

- 1 Laurea o titolo superiore
- 2 Scuola media superiore
- 3 Scuola media inferiore
- 4 Licenza elementare
- 5 Nessun titolo
- 6 Non so
- 7 Non voglio rispondere

5.10 Hai fratelli/sorelle?

- 1 Sì (vai 5.11)
- 2 No

5.11 Quanti fra loro:

- 1 Hanno finito la scuola superiore e non sono iscritti all'università: _____
- 2 Sono iscritti all'università: _____
- 3 Sono già laureati: _____
- 4 Sono in altra situazione: _____

PARTE II

Capitolo 2 – Le matricole dell'Ateneo di Bologna

2.1. Un primo quadro d'insieme sugli immatricolati nell'anno accademico 2001-2002

L'obiettivo di questa sezione è di delineare un primo quadro d'insieme delle principali caratteristiche della popolazione degli studenti immatricolati nell'ateneo bolognese nell'anno accademico 2001-2002. L'immagine prodotta si basa in parte sulle informazioni reperibili nel database degli immatricolati dell'Amministrazione, in parte sull'elaborazione dei dati rilevati con l'indagine campionaria.

Tale approfondimento è motivato dall'ipotesi che la struttura socio-demografica degli immatricolati e del complesso sistema delle motivazioni che animano gli studenti costituiscano una determinante fondamentale per interpretare il comportamento nella ricerca di informazioni.

La distribuzione per sede

La sede bolognese raccoglie quasi i tre quarti degli studenti immatricolati dell'Ateneo; il rimanente terzo afferisce alle sedi romagnole che in breve tempo risultano avere acquisito una consistenza significativa. Tra le sedi dislocate prevale Forlì, che conta il 10% degli immatricolati, mentre le sedi di Cesena e di Rimini hanno superato abbondantemente il 6% dei nuovi immatricolati (Tavola 2.1).

Tavola 2.1: Distribuzione per sede del corso di laurea

	n	%
Bologna	11882	73,8
Cesena	1061	6,6
Forlì	1550	9,6
Ravenna	532	3,3
Rimini	1068	6,6
Ateneo	16093	100,0

Le donne all'università

Più della metà delle matricole sono donne, e questo può essere considerato un segnale di come nel campo della formazione si stiano superando le discriminazioni rispetto al genere. Le ragazze costituiscono infatti poco meno del 54% dell'intera popolazione degli immatricolati

(Tavola 2.2); tuttavia la composizione per genere assume connotazioni molto diverse quando l'analisi è articolata per facoltà. E' possibile infatti individuare facoltà nettamente preferite dai maschi e facoltà che attirano in prevalenza femmine. Tra i casi emblematici uno è costituito dalla facoltà di Ingegneria, dove le donne rappresentano soltanto il 20% degli iscritti, mentre all'estremo opposto si collocano le facoltà di Lingue e Letterature Straniere e di Scienze della Formazione, in cui gli uomini rappresentano rispettivamente soltanto il 17% e il 14% degli iscritti. Differenze significative nella composizione per genere si riscontrano anche nelle altre facoltà secondo tendenze abbastanza note e consolidate.

Tavola 2.2: Distribuzione per sesso

	Femmine %	Maschi %	Totale n
Agraria	34,7	65,3	303
Architettura	61,3	38,7	93
Chimica industriale	41,9	58,1	93
Conservazione dei beni culturali	69,0	31,0	323
Economia	46,2	53,8	1203
Economia - Forlì	48,7	51,3	474
Economia - Rimini	48,1	51,9	673
Farmacia	70,8	29,2	366
Giurisprudenza	57,3	42,7	1420
Ingegneria	19,8	80,2	1975
Lettere e filosofia	62,0	38,0	2723
Lingue e letterature straniere	82,7	17,3	590
Medicina e chirurgia	64,8	35,2	790
Medicina veterinaria	62,8	37,2	156
Psicologia	79,6	20,4	304
Scienze della formazione	86,3	13,7	809
Scienze matematiche fisiche e naturali	38,5	61,5	1427
Scienze motorie	39,7	60,3	199
Scienze politiche	57,1	42,9	1125
Scienze politiche-Forlì	66,4	33,6	718
Scienze statistiche	39,5	60,5	172
Scuola per interpreti e traduttori	86,0	14,0	157
Ateneo	53,9	46,1	16093

Non solo neo-maturi

La struttura per età degli immatricolati (Tavola 2.3) mostra che soltanto il 75,5% degli studenti ha meno di 20 anni e un altro 10% di stu-

dentì ha un'età compresa fra i 21 e i 23; la parte restante invece ha un'età superiore e si riscontra un numero significativo di studenti immatricolati con un'età superiore ai 31 anni (5,8%) e di questi una frazione non del tutto trascurabile (1,3%) ha addirittura più di 40 anni.

La situazione non è del tutto omogenea nell'ambito dell'Ateneo; Forlì e Bologna sono le sedi con la più alta percentuale di studenti che hanno conseguito da poco la maturità, mentre Ravenna è la sede con studenti più anziani (il 38% ha un'età superiore ai 20 anni e l'11% ha un'età compresa tra i 30 e i 40 anni). In generale possiamo dire che, a parte il caso di Forlì, le sedi più piccole hanno un'età media degli studenti decisamente più elevata, e ciò induce a ritenere che verosimilmente le sedi romagnole hanno aperto la possibilità di conseguire una laurea anche a chi non poteva fare questa scelta.

Tavola 2.3: Età per sede del corso di laurea

	fino a 20 %	21-23 %	24-26 %	28-30 %	31-40 %	oltre 40 %	Totale n
Bologna	77,1	9,8	4,5	3,4	4,1	1,1	11.882
Cesena	69,5	8,4	7,1	7,1	6,1	1,9	1.061
Forlì	79,1	6,7	3,9	3,9	4,6	1,7	1.550
Ravenna	61,7	13,0	6,2	4,9	10,9	3,4	532
Rimini	65,5	14,6	9,4	6,0	3,6	0,9	1.068
Ateneo	75,5	9,8	5,0	3,9	4,5	1,3	16.093

Le differenze tra le facoltà in merito alla struttura per età sono meno rilevanti di quanto abbiamo messo in evidenza per il sesso e tuttavia anche qui emergono situazioni piuttosto eterogenee.

Nella facoltà di Scienze della formazione troviamo il numero più basso di studenti con età inferiore ai 20 anni, appena il 59% circa, mentre a Chimica industriale il 92% degli studenti ha meno di 20 anni e, ancora, si trovano percentuali simili per gli studenti di Lingue e letterature straniere e della Scuola per interpreti e traduttori, per Farmacia (88%) e per la facoltà di Ingegneria (86%).

La presenza di studenti di età superiore a 40 anni è relativamente più elevata nelle facoltà di: Architettura, Conservazione di beni culturali e Economia (sede di Forlì), Psicologia, Scienze politiche e Scienze statistiche. Se consideriamo anche gli studenti che hanno un'età compresa fra 31 e 40 anni, a quelle citate si aggiunge anche la facoltà di Scienze della formazione.

Tavola 2.4: Età per facoltà

	fino a 20	21-23	24-26	27-30	31-40	oltre 40	Totale
	%	%	%	%	%	%	n
Agraria	71,0	11,2	5,9	5,6	4,6	1,7	303
Architettura	84,9	2,2	3,2	1,1	5,4	3,2	93
Chimica industriale	92,5	3,2	1,1	1,1	2,2	0,0	93
Conservazione dei beni culturali	59,8	13,6	7,1	4,3	12,4	2,8	323
Economia	75,6	9,2	4,9	3,6	5,0	1,7	1203
Economia – Forlì	72,6	6,5	5,9	6,1	5,7	3,2	474
Economia – Rimini	62,3	14,7	12,6	7,0	2,7	0,7	673
Farmacia	88,3	6,8	1,4	0,5	2,7	0,3	366
Giurisprudenza	80,1	7,2	3,5	2,9	5,0	1,4	1420
Ingegneria	86,0	4,9	3,7	3,2	1,8	0,4	1975
Lettere e filosofia	74,7	12,3	4,4	3,2	4,1	1,3	2723
Lingue e letterature straniere	79,5	12,2	4,1	2,4	1,5	0,3	590
Medicina e chirurgia	69,5	12,5	7,6	4,4	5,2	0,8	790
Medicina veterinaria	78,2	7,1	3,2	4,5	5,1	1,9	156
Psicologia	71,4	7,2	1,6	6,9	10,2	2,6	304
Scienze della formazione	59,5	14,2	9,1	7,5	8,0	1,6	809
Scienze matematiche fisiche e naturali	81,3	10,4	2,9	2,9	2,2	0,3	1427
Scienze motorie	76,9	12,1	5,5	1,0	4,5	0,0	199
Scienze politiche	64,7	11,5	7,5	6,0	7,6	2,8	1125
Scienze politiche–Forlì	80,8	7,0	3,1	2,8	4,9	1,5	718
Scienze statistiche	67,4	9,3	7,6	6,4	6,4	2,9	172
Scuola per interpreti e traduttori	88,5	7,0	1,9	1,9	0,6	0,0	157
Ateneo	75,5	9,8	5,0	3,9	4,5	1,3	16093

L'Ateneo di Bologna immatricola dunque una quota non trascurabile dei propri studenti tra persone che hanno superato l'esame di maturità già da diversi anni, che verosimilmente svolgono un'attività lavorativa, e che intendono quindi completare o aggiornare la loro formazione, oppure acquisire titoli per progredire in una carriera già intrapresa. Il fenomeno potrebbe indicare che oggi l'università risponde alla domanda di riqualificazione (o di formazione permanente) con la conclusione che esiste una base per sviluppare corsi serali.

Quale tipo di maturità e di che livello

Vi è un sostanziale bilanciamento tra matricole che hanno conseguito una maturità classica o scientifica e matricole che hanno conseguito un altro tipo di maturità (Tavola 2.5).

Tavola 2.5: Distribuzione per diploma

	Classica Scientifica	Altra Maturità	Non classificati	Totale
	%	%	%	n
Agraria	32,0	68,0	0,0	303
Architettura	48,4	51,6	0,0	93
Chimica industriale	45,2	54,8	0,0	93
Conservazione dei beni culturali	40,6	59,4	0,0	323
Economia	47,1	52,9	0,0	1203
Economia – Forlì	25,9	73,2	0,8	474
Economia – Rimini	26,2	73,8	0,0	673
Farmacia	70,2	29,8	0,0	366
Giurisprudenza	60,7	38,2	1,1	1420
Ingegneria	54,8	45,2	0,0	1975
Lettere e filosofia	52,3	46,7	1,0	2723
Lingue e letterature straniere	38,3	61,0	0,7	590
Medicina e chirurgia	56,5	43,5	0,0	790
Medicina veterinaria	70,5	29,5	0,0	156
Psicologia	56,3	43,8	0,0	304
Scienze della formazione	28,2	71,8	0,0	809
Scienze matematiche fisiche e naturali	53,3	46,7	0,0	1427
Scienze motorie	42,7	57,3	0,0	199
Scienze politiche	46,8	52,9	0,3	1125
Scienze politiche–Forlì	48,9	51,0	0,1	718
Scienze statistiche	48,8	51,2	0,0	172
Scuola per interpreti e traduttori	31,2	68,8	0,0	157
Ateneo	48,7	50,9	0,3	16093

Nella composizione della popolazione delle matricole per tipo di diploma merita di essere sottolineata la variabilità considerevole che troviamo nelle diverse facoltà. Si distinguono in particolare, per la presenza nettamente superiore alla media di studenti che hanno conseguito una maturità diversa dalla classica o scientifica, le facoltà di Economia (sedi di Rimini e di Forlì), di Agraria, di Lingue e Letterature Straniere, di Scienze della Formazione e, infine, quella di Lingue Moderne per Interpreti e Traduttori. Gli studenti in possesso di maturità classica e scientifica, come ci si poteva attendere, prevalgono nettamente nelle facoltà di Giurisprudenza, di Farmacia e di Medicina Veterinaria.

Se si assume il dato sul voto di maturità⁵ conseguito dai nuovi immatricolati (Tavola 2.6) come una prima approssimata valutazione della qualità degli studenti che hanno scelto l'Ateneo bolognese, si può notare che vi è una sostanziale equiripartizione degli studenti immatricolati in base al successo che hanno avuto nel loro esame di maturità: nel complesso dell'Ateneo circa il 36% degli studenti ha un voto di maturità fra 60 e 73, il 31% ha un voto di maturità fra 74 e 86 ed un altro terzo ha un voto alto, compreso fra 87 e 100.

La distribuzione media dell'Ateneo non si ritrova in modo uniforme nelle varie facoltà e neppure nelle diverse sedi di una stessa facoltà. In diverse facoltà con sede decentrata in Romagna sono decisamente sottorappresentati gli studenti con alti voti di maturità, cioè gli studenti "bravi" mentre il profilo di norma è più favorevole per la sede bolognese. I casi significativi di squilibri tra sedi nell'ambito della stessa facoltà sono rappresentati dalle facoltà di Chimica Industriale, di Lettere e Filosofia, di Scienze Matematiche, Fisiche e Naturali e di Scienze Statistiche.

Una situazione opposta si presenta nella facoltà di Scienze Politiche, dove gli studenti con voto di maturità più alto sono quelli della sede di Forlì, e di Agraria per cui gli iscritti nella sede di Cesena hanno votazioni medie più elevate.

Una differenza significativa si nota anche nella facoltà di Ingegneria dove prevalgono nettamente gli studenti con una votazione alta a Bologna (54% degli studenti ha una votazione compresa tra 87 e 100), mentre a Cesena e Forlì tale quota scende intorno al 40%. Il dato riscontrato per Ingegneria è da segnalare perché indica che questa facoltà raccoglie il collettivo di studenti di migliore qualità media. In realtà sarebbe da segnalare anche la Scuola di Lingue Moderne, dove oltre il 60% degli studenti ha un voto alto di maturità, anche se qui i numeri assoluti sono molto minori ed occorre ricordare che molti immatricolati conseguono la maturità presso istituti parificati.

Si può dunque sostenere che esiste una tendenza netta degli studenti con le votazioni migliori a preferire, quando è possibile, la sede di Bologna.

⁵ Tutti i voti di maturità sono stati riportati in una scala in centesimi.

Tavola 2.6: Distribuzione per voto di maturità

	Sede	60-73	74-86	87-100	Totale
		%	%	%	n
Agraria	Bologna	40,6	31,2	28,2	170
Agraria	Cesena	24,1	38,3	37,6	133
Architettura	Cesena	33,3	34,4	32,3	93
Chimica industriale	Bologna	16,4	39,7	43,8	73
Chimica industriale	Rimini	30,0	45,0	25,0	20
Conservazione dei beni culturali	Ravenna	39,9	34,4	25,7	323
Economia	Bologna	40,1	31,3	28,6	1203
Economia - Forlì	Forlì	38,4	31,4	30,2	474
Economia - Rimini	Rimini	48,0	29,6	22,4	673
Farmacia	Bologna	30,8	33,1	36,1	299
Farmacia	Rimini	23,9	35,8	40,3	67
Giurisprudenza	Bologna	40,0	33,8	26,2	1279
Giurisprudenza	Ravenna	44,0	38,3	17,7	141
Ingegneria	Bologna	19,3	26,3	54,4	1429
Ingegneria	Cesena	23,5	34,8	41,7	345
Ingegneria	Forlì	24,4	33,3	42,3	201
Lettere e filosofia	Bologna	37,6	30,8	31,6	2507
Lettere e filosofia	Rimini	51,4	28,2	20,4	216
Lingue e letterature straniere	Bologna	34,6	34,6	30,8	590
Medicina e chirurgia	Bologna	35,6	27,0	37,5	790
Medicina veterinaria	Bologna	32,7	34,6	32,7	156
Psicologia	Cesena	31,9	34,5	33,6	304
Scienze della formazione	Bologna	43,8	35,6	20,6	809
Scienze matematiche fisiche e naturali	Bologna	35,4	26,3	38,3	1173
Scienze matematiche fisiche e naturali	Cesena	36,0	30,1	33,9	186
Scienze matematiche fisiche e naturali	Ravenna	45,6	30,9	23,5	68
Scienze motorie	Bologna	55,3	33,2	11,6	199
Scienze politiche	Bologna	44,0	31,4	24,6	1125
Scienze politiche - Forlì	Forlì	26,6	33,3	40,1	718
Scienze statistiche	Bologna	27,5	36,3	36,3	80
Scienze statistiche	Rimini	44,6	29,3	26,1	92
Scuola per interpreti e traduttori	Forlì	10,8	27,4	61,8	157
Ateneo		35,9	31,2	32,9	16093

2.2. La capacità di attrazione dell'Ateneo bolognese

Nell'ambito del nuovo sistema universitario, la capacità di attrarre studenti rappresenta un obiettivo importante per ciascun ateneo ed è quindi strategico conoscere e valutare la provenienza delle matricole. Le informazioni al riguardo sono riportate nella Tavola 2.7, dalla quale si evince che la capacità di attrazione dell'Ateneo bolognese è elevata, in-

fatti soltanto il 54% degli studenti proviene dall'Emilia Romagna, mentre il rimanente proviene da altre regioni italiane e in particolare dalle regioni meridionali (23%).

Tavola 2.7: Distribuzione per residenza al momento dell'iscrizione

	Nord	Emilia Romagna	Centro	Sud Isole	Totale
	%	%	%	%	n
Agraria	6,9	64,7	7,9	20,5	303
Architettura	0,0	87,1	12,9	0,0	93
Chimica industriale	3,2	67,7	15,1	14,0	93
Conservazione dei beni culturali	11,5	52,9	7,1	28,5	323
Economia	11,5	49,4	8,5	30,7	1203
Economia - Forlì	4,0	86,9	4,0	5,1	474
Economia - Rimini	9,5	46,7	10,7	33,1	673
Farmacia	8,2	46,7	10,7	34,4	366
Giurisprudenza	11,8	48,7	8,1	31,5	1420
Ingegneria	6,0	61,8	11,7	20,5	1975
Lettere e filosofia	22,3	42,6	12,6	22,5	2723
Lingue e letterature straniere	8,5	61,7	9,8	20,0	590
Medicina e chirurgia	4,1	62,9	10,6	22,4	790
Medicina veterinaria	19,9	49,4	16,0	14,7	156
Psicologia	5,9	66,8	20,4	6,9	304
Scienze della formazione	8,0	71,3	6,7	14,0	809
Scienze matematiche fisiche e naturali	9,5	52,2	12,9	25,4	1427
Scienze motorie	4,5	72,9	4,0	18,6	199
Scienze politiche	16,4	54,6	7,4	21,6	1125
Scienze politiche-Forlì	10,6	44,2	14,2	31,1	718
Scienze statistiche	2,9	66,3	14,0	16,9	172
Scuola per interpreti e traduttori	14,0	36,9	22,9	26,1	157
Ateneo	11,4	54,6	10,7	23,4	16093

L'attrazione di studenti residenti fuori regione è particolarmente forte per le facoltà di Lingue Moderne per Interpreti e Traduttori, per Scienze Politiche (sede di Forlì) e per Economia (sedi di Bologna e di Rimini). Ma si distinguono anche Lettere e Filosofia, Giurisprudenza e Farmacia, con la peculiarità che la prima recluta in misura superiore alla media studenti dal Nord Italia, mentre le altre due attirano una grande quantità di studenti dal Sud del Paese.

L'analisi per sede fa emergere che il maggior tasso di reclutamento locale si registra a Cesena, dove quasi l'80% degli iscritti proviene dalla regione (Tavola 2.8). Un'analoga vocazione, anche se meno accentuata,

emerge nelle sedi di Ravenna e Forlì, mentre nelle sedi di Bologna e Rimini soltanto la metà degli studenti è residente in regione, con la conclusione che queste due sedi primeggiano nell'A.A. 2001-02 per la maggiore capacità di attrazione per gli studenti non residenti in Emilia Romagna.

Tavola 2.8: Distribuzione per sede del corso di laurea e residenza

	Nord	Emilia Romagna	Centro	Sud e isole	Totale
	%	%	%	%	n
Bologna	13,0	51,3	10,6	25,1	11882
Cesena	2,5	78,8	12,4	6,3	1061
Forlì	8,2	61,0	11,1	19,7	1550
Ravenna	7,9	66,0	5,8	20,3	532
Rimini	9,3	51,6	11,7	27,4	1068
Ateneo	11,4	54,6	10,7	23,4	16093

Trattando il tema della provenienza degli studenti non ci si può esimere dal considerare che la presenza degli studenti stranieri è bassa dimostrando una scarsa capacità dell'Ateneo di attrarre studenti stranieri. La valutazione negativa può essere in parte attenuata se si considera che l'attivazione dei programmi di scambio tra università europee (per esempio l'Erasmus) consente agli studenti stranieri di frequentare l'università italiana e viceversa, riducendo così le iscrizioni dirette.

Nonostante ciò, il dato che abbiamo osservato non è da sottovalutare: soltanto l'1,2% degli studenti immatricolati risiede all'estero (Tavola 2.9). Questi studenti si orientano su pochissime facoltà e scelgono in prevalenza (31%) la facoltà di Giurisprudenza e, successivamente, nell'ordine Medicina e Chirurgia e Lettere e Filosofia. Anche se guardiamo al paese di provenienza dei cittadini stranieri emerge una forte concentrazione: il 40% degli studenti stranieri proviene dall'Albania seguita dalla Grecia con il 14% di studenti.

Rimane ancora da notare che una parte degli studenti stranieri è residente in Italia, si tratta tuttavia di una quota irrilevante che non modifica sostanzialmente la situazione illustrata.

Tavola 2.9: Distribuzione per cittadinanza e residenza

Cittadinanza	Residenza		Totale n
	Estero %	Italia %	
Italiana	0,2	99,8	15765
Straniera	31,8	68,2	528
Totale	1,2	98,8	16293

Tavola 2.10a: I residenti all'estero per facoltà (percentuali)

Giurisprudenza	31,0
Medicina e Chirurgia	12,0
Lettere e Filosofia	11,0
Lingue e Letterature Straniere	8,5
Scienze Politiche	8,0

Tavola 2.10b: I residenti all'estero per cittadinanza (percentuali)

Albania	39,5
Italia	16,0
Grecia	14,5
Israele	6,5

Tavola 2.11: I residenti in Italia con cittadinanza estera (valori assoluti)

Albania	127
Grecia	13
Camerun	18
Marocco	18
Polonia	12
Bulgaria	11

2.3. La situazione familiare

La descrizione delle caratteristiche principali degli immatricolati all'Ateneo nel corso dell'AA. 2001/2002, utilizzando dati relativi all'intera popolazione degli immatricolati, è completata dalle informazioni che sono state raccolte attraverso l'indagine. In questo caso le frequenze sono stimate riportando all'universo i valori campionari mediante pesi opportuni. Per questo motivo si potranno riscontrare alcune discrepanze nei totali; infatti, i dati che commenteremo nel seguito sono

soggetti ad un margine di incertezza determinato dalla selezione campionaria (come abbiamo illustrato nel primo capitolo di questo lavoro).

La maggior parte degli immatricolati è nubile o celibe e vive in famiglia: gli individui sposati o conviventi sono solo il 2,7% (Tavola 2.12).

La dimensione della famiglia di origine (Tavola 2.13) vede prevalere le famiglie con quattro componenti (il 48,7% dei casi ma se consideriamo anche le famiglie con cinque componenti la percentuale sale al 67,3%) ma non si può non rilevare il peso che hanno nel nostro collettivo le famiglie di 2-3 componenti (complessivamente rappresentano un quarto dei casi). Anche le famiglie in cui lo studente è figlio unico rappresentano il 24% circa (Tavola 2.14a).

Tra quanti hanno fratelli, il 27% ha almeno un fratello o una sorella che frequenta l'università, l'11% ha almeno un fratello o una sorella già laureato; il 23% circa ha almeno un fratello o una sorella che ha finito la scuola superiore ma non è iscritto all'università (Tavola 2.14b).

Tavola 2.12: Stato civile

	n	%
Nubile/Celibe	15455	96,0
Sposato/Convivente	439	2,7
Separato/Divorziato	94	0,6
Non risponde	106	0,7
Totale	16093	100,0

Tavola 2.13: Componenti della famiglia di origine (escluso sé stesso)

Componenti	n	%	% cum.
1	370	2,3	2,3
2	3696	23,0	25,3
3	7834	48,7	73,9
4	2987	18,6	92,5
5	660	4,1	96,6
6	188	1,2	97,8
7	94	0,6	98,4
8	10	0,1	98,4
9	71	0,4	98,9
10	8	0,0	98,9
11	5	0,0	99,0
n.r.	169	1,0	100,0
Totale	16093	100,0	

Tavola 2.14a: Presenza in famiglia di fratelli o sorelle

	n	%
Si	12182	75,7
No	3911	24,3
Totale	16093	100

Tavola 2.14b: Distribuzione delle matricole secondo la presenza di fratelli in diversa condizione riguardo l'università

N fratelli	Non iscritti all'università con titolo superiore		Iscritti alla Università		Laureati		In altra condizione	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Nessuno	9348	76,7	8915	73,2	10817	88,8	6145	50,4
Almeno 1	2825	23,1	3263	26,8	1360	11,2	6032	49,5
n.r.	9	0,1	4	0,0	4	0,0	4	0,0
Totale	12182	100,0	12182	100,0	12182	100,0	12182	100,0

Considerando coloro che hanno formato una famiglia diversa da quella di origine, il collettivo si divide equamente secondo il numero di componenti della nuova famiglia: le famiglie composte da due, tre e, rispettivamente, quattro componenti rappresentano ciascuna circa il 30% (Tavola 2.15).

Tavola 2.15: Componenti della sua famiglia (escluso se stesso - solo se sposato o convivente)

N componenti	n	%	% cum.
1	131	29,7	29,7
2	131	29,9	59,6
3	131	29,7	89,3
4	23	5,3	94,6
5	4	0,9	95,5
n.r.	20	4,5	100,0
Totale	439	100,0	

Rispetto al condizionamento che può avere il livello d'istruzione dei genitori, ci sembra particolarmente significativo rilevare che il 28% circa degli studenti proviene da una famiglia in cui vi è almeno un genitore laureato (o con titolo superiore), mentre per la stragrande maggioranza degli studenti la famiglia di origine ha un livello di istruzione basso: il 44% circa ha almeno un genitore con diploma di scuola media superiore

e il 30% ha genitori con un titolo di studio di scuola media inferiore o più basso (Tavola 2.16).

Tavola 2.16: Titolo di studio più elevato tra i genitori

	n	%
Laurea o titolo superiore	4580	28,5
Scuola media superiore	7162	44,5
Scuola media inferiore	3181	19,8
Licenza elementare	776	4,8
Nessun titolo	66	0,4
Non voglio rispondere	202	1,3
Non so	126	0,8
Totale	16093	100,0

Considerando i genitori separatamente, la distribuzione per titolo di studio del padre e della madre non si differenziano molto (Tavole 2.17 e 2.18).

Tavola 2.17: Titolo di studio del padre

	n	%
Laurea o titolo superiore	3346	20,8
Scuola media superiore	6466	40,2
Scuola media inferiore	4282	26,6
Licenza elementare	1380	8,6
Nessun titolo	97	0,6
non voglio rispondere	249	1,5
Non so	275	1,7
Totale	16093	100,0

Tavola 2.18: Titolo di studio della madre

	n	%
Laurea o titolo superiore	2979	18,5
Scuola media superiore	6897	42,9
Scuola media inferiore	4222	26,2
Licenza elementare	1417	8,8
Nessun titolo	125	0,8
Non voglio rispondere	198	1,2
Non so	255	1,6
Totale	16093	100

La valutazione dell'influenza delle caratteristiche della famiglia di origine trova ulteriori evidenze nel fatto che il 27% degli studenti proviene da famiglie il cui capo-famiglia è impiegato o quadro intermedio mentre il 17% da famiglie il cui capo famiglia è operaio o subalterno. La percentuale di capi-famiglia liberi professionisti o lavoratori in proprio è del 13% per entrambe le categorie (in totale il 27%); il 7% degli studenti ha capo-famiglia imprenditore e l'11% dirigente o quadro direttivo (Tavola 2.19).

Da queste informazioni, si evince che se l'accesso differenziale all'università secondo il sesso è ormai un fatto del tutto superato, lo stesso non può dirsi per quanto concerne il livello di istruzione della famiglia di origine (carattere, quest'ultimo, fortemente connesso al reddito familiare e allo status sociale) e la posizione nella professione del capo-famiglia. Come ha scritto Nicola Rossi⁶, la composizione sociale degli immatricolati ricorda quella di una società articolata non in classi, ma in caste, in cui l'einaudiana uguaglianza dei punti di partenza è ben lungi dall'essere stata realizzata.

Tavola 2.19: Lavoro del capo-famiglia della famiglia di origine

	n	%
Dirigente o quadro direttivo	1838	11,4
Impiegato o intermedio	4413	27,4
Maestro, insegnante o docente	956	5,9
Operaio, subalterno e assimilati	2812	17,5
Lavoratore a domicilio per conto di imprese	98	0,6
Imprenditore	1145	7,1
Lavoratore in proprio, socio di cooperativa	2189	13,6
Libero professionista	2155	13,4
Coadiuvante	39	0,2
Inabile	28	0,2
Non so	103	0,6
non voglio rispondere	317	2,0
Totale	16093	100

Dove risiedono

Tra gli aspetti che abbiamo indagato attraverso l'indagine e non rilevati direttamente al momento dell'iscrizione, abbiamo rivolto l'attenzione

⁶ *L'istruzione in Italia: solo un pezzo di carta?*, a cura di N. Rossi, Il Mulino, Bologna, 1997.

ne alla pendolarità. La Tavola 2.20 riassume utilmente le informazioni al riguardo. Dai nostri dati si delinea chiaramente una tendenza degli studenti a risiedere nella sede presso cui si sono iscritti: il 50% degli studenti immatricolati alloggia nel comune sede del corso di studi e questa percentuale è particolarmente alta nel caso degli iscritti alla sede bolognese (55%). Inoltre, un altro 21% di studenti già abitava vicino alla sede e quindi possiamo dire che oltre il 70% degli studenti ha il domicilio in un'area che si identifica sostanzialmente con quella di localizzazione della sede universitaria che frequenta. Soltanto un quarto degli studenti affronta un viaggio tutti i giorni per recarsi a lezione. E' da notare, tuttavia, che anche in questo caso si tratta di studenti che risiedono in un'area che, presumibilmente, consente di raggiungere facilmente la sede degli studi. E' invece molto bassa, e vale la pena sottolinearlo, la percentuale di studenti che affronta un viaggio solo per fare esami, il 4%.

Tavola 2.20: Condizione abitativa e sede di studio

	Abitavo già vicino alla sede delle lezioni	Viaggia tutti i giorni di lezione	Viaggia solo per dare esami	Ha preso alloggio nel comune	Non Risponde	Totale
	%	%	%	%	%	n
Bologna	20,4	20,0	3,8	54,9	0,9	11.883
Cesena	17,7	59,0	6,8	16,0	0,5	1.061
Forlì	20,4	35,2	4,5	39,1	0,8	1.550
Ravenna	39,5	33,0	6,8	20,7	0,0	531
Rimini	23,4	23,4	5,1	47,1	1,0	1.069
Ateneo	21,0	24,7	4,2	49,2	0,8	16.094

Dunque, una larghissima parte degli immatricolati all'A.A. 2001/02 vivono nella città in cui svolgono gli studi. Il dato merita una riflessione approfondita per le sue implicazioni sul piano dell'organizzazione delle strutture didattiche, delle biblioteche, degli spazi per studiare e di tutti gli altri servizi per gli studenti ma naturalmente ha effetti rilevanti anche sull'organizzazione della città o delle città che ospitano questi studenti. Ciò vale in particolare per Bologna e, in misura minore ma significativa, per Rimini dove la percentuale di studenti che prende alloggio nel comune sede di studio è molto alta. La situazione è molto diversa nelle sedi di Cesena, Forlì e Ravenna, anche se per questi studenti è estremamente alta la percentuale di coloro che affrontano un viaggio tutti i gior-

ni per seguire le lezioni, ed è anche abbastanza alta la presenza di studenti che già abitano nella città sede del corso.

In conclusione, queste evidenze ci inducono a ribadire che Cesena e Ravenna si distinguono per una caratterizzazione "localistica", cioè per la capacità di attrarre prevalentemente studenti residenti nel comune sede del corso di studio o in comuni limitrofi. Per Forlì tale vocazione è decisamente meno accentuata. Le sedi di Bologna e Rimini, ma in particolare quella di Bologna, si distinguono nettamente per l'estensione della loro area di attrazione.

2.4. La formazione

Il percorso formativo compiuto dagli studenti prima dell'iscrizione è stato analizzato in relazione a due diversi aspetti. In primo luogo abbiamo cercato di indagare quanti di essi avessero già acquisito una formazione universitaria con il conseguimento della laurea, data la non trascurabile presenza di studenti immatricolati con un'età superiore a quella usuale per il conseguimento della maturità; per gli altri, abbiamo analizzato il percorso formativo pre-universitario.

Come si può vedere (Tavola 2.21), il 4% delle matricole ha già conseguito una laurea. Al riguardo si distingue in particolare la facoltà di Scienze Statistiche nella quale il 13,4% dei propri iscritti è già laureato.

Ciò potrebbe indicare che esiste una domanda di acquisizione di tecniche quantitative da parte di chi già è in possesso di conoscenze fenomeniche specifiche⁷. Tra le altre facoltà in cui appare elevata la presenza dei laureati troviamo anche Scienze Politiche, Psicologia e Medicina Veterinaria e, pur se con valori inferiori, Economia - sede di Rimini dove il 6% degli studenti è già laureato.

Per le matricole "non laureate" sono invece state rilevate altre informazioni riguardanti il percorso formativo compiuto prima dell'iscrizione all'università. Un buon numero di matricole afferma di aver avuto nessuna o poca difficoltà nello studio (43%) e solamente il 4% circa ha incontrato grande o grandissima difficoltà (Tavola 2.22), tuttavia il 13% circa è stato bocciato o rimandato almeno una volta alle scuole superiori (Tavola 2.23).

⁷ La situazione a Scienze Statistiche è tuttavia molto particolare, si rileva infatti una forte differenza tra la sede di Bologna e quella di Rimini: a Bologna i laureati sono il 5% mentre a Rimini arrivano al 21%

Tavola 2.21: Distribuzione per facoltà e titolo di studio

	Laurea %	Maturità %	Totale n
Agraria	6,3	93,7	303
Architettura	3,2	96,8	93
Chimica industriale	1,1	98,9	93
Conservazione dei beni culturali	2,5	97,5	323
Economia	4,2	95,8	474
Economia - Forlì	5,8	94,2	673
Economia - Rimini	0,0	100,0	1203
Farmacia	1,6	98,4	366
Giurisprudenza	2,4	97,6	1420
Ingegneria	4,8	95,2	1975
Lettere e filosofia	3,8	96,2	2723
Lingue e letterature straniere	0,7	99,3	590
Medicina e chirurgia	1,9	98,1	790
Medicina veterinaria	9,0	91,0	156
Psicologia	8,9	91,1	304
Scienze della formazione	5,7	94,3	809
Scienze matematiche fisiche e naturali	3,4	96,6	1427
Scienze motorie	0,0	100,0	199
Scienze politiche	1,9	98,1	718
Scienze politiche-Forlì	9,5	90,5	1125
Scienze statistiche	13,4	86,6	172
Scuola per interpreti e traduttori	0,0	100,0	157
Ateneo	3,9	96,1	16093

Tavola 2.22: Grado di difficoltà incontrato nel percorso scolastico

	n	%	% cum
Nessuna difficoltà	1841	11,9	11,9
Poca difficoltà	4874	31,5	43,4
Media difficoltà	8096	52,3	95,8
Grande difficoltà	540	3,5	99,2
Grandissima difficoltà	57	0,4	99,6
Non so rispondere	60	0,4	100,0
Totale	15468	100,0	

Tavola 2.23: Sempre promosso alle scuole medie superiori

	n	%
Si	13365	86,4
No	2048	13,2
N.R.	56	0,4
Totale	15468	100,0

Tra gli altri aspetti della formazione pre-universitaria, è interessante notare che il ricorso a momenti formativi al di fuori della scuola pubblica si sta generalizzando anche se rimane limitato ad alcuni aspetti ben precisi. Infatti, il 44,6% delle matricole ha avuto esperienze formative extra scolastiche, tra queste prevalgono la frequenza di corsi di lingue (43%) e di informatica (34%); inoltre il 29% ha usufruito di scambi con l'estero e il 28% ha effettuato *stage* in azienda acquisendo così una prima conoscenza del mondo del lavoro. E' evidente che queste esperienze possono contribuire in modo determinante ad orientare la scelta della propria carriera universitaria.

Tavola 2.24: Esperienze formative extra-scolastiche

	n	%
Si	6906	44,6
No	8562	55,4
Totale	15468	100,0

Tavola 2.25: Esperienze extra scolastiche di tipo:

	Corsi di Informatica		Corsi di Lingue		Altri corsi di formazione		Stage aziendali		Scambi con l'estero	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Si	2343	33,9	2980	43,1	2082	30,1	1933	28,0	2023	29,3
No	4563	66,1	3927	56,9	4824	69,9	4973	72,0	4883	70,7
Totale	6906	100,0	6906	100,0	6906	100,0	6906	100,0	6906	100,0

Infine, un numero per nulla trascurabile di matricole ha già tentato di intraprendere un'esperienza universitaria ma senza successo. Si tratta dell'11% degli immatricolati "non laureati", che ha avuto precedenti esperienze universitarie non concluse. Per il 32% di questi studenti la durata dell'esperienza universitaria precedente è stata inferiore all'anno, per un altro terzo circa (34%) la durata è stata di almeno un anno e per il 19% di due anni (Tavole 2.26 e 2.27).

Tavola 2.26: Precedenti esperienze universitarie

	n	%
Si	1744	11,3
No	13725	88,7
Totale	15468	100,0

Tavola 2.27: Durata delle precedenti esperienze universitarie

	n	%	% cum
meno di 1 anno	572	32,8	32,8
1 anno	599	34,4	67,2
2 anni	337	19,4	86,5
3 anni	131	7,5	94,1
4 anni	73	4,2	98,2
5 anni	19	1,1	99,4
6 anni ed oltre	11	0,6	100,0
Totale	1744	100,0	

2.5. Le esperienze lavorative

Un altro approfondimento riguarda lo svolgimento di un'attività lavorativa durante gli studi universitari. Il numero di coloro che svolge un'attività lavorativa continuativa remunerata è decisamente alto, pari al 22% delle matricole, ben oltre la quota delle matricole già in possesso della laurea. Dei rimanenti, il 47% svolge un'attività occasionale o stagionale durante il periodo di studi universitari, che presumibilmente non è sufficiente a garantire l'indipendenza economica: infatti, solamente il 22% afferma che il grado di indipendenza economica assicurata dalla propria attività lavorativa è quasi totale o totale, mentre per il 51% degli studenti il grado di indipendenza economica assicurata è nullo o molto parziale.

Tavola 2.28: Attività lavorativa remunerata di tipo continuativo

	n	%
Si	3523	21,9
No	12570	78,1
Totale	16093	100,0

Tavola 2.29: Attività lavorativa remunerata di tipo occasionale/stagionale (solo chi non ha un lavoro continuativo)

	n	%
Si	5954	47,4
No	6616	52,6
Totale	12570	100,0

Tavola 2.30: Grado di indipendenza economica assicurato dall'attività lavorativa

	n	%	% cum
Nulla	1980	20,9	20,9
Molto parziale	2825	29,8	50,7
Parziale	2541	26,8	77,5
Quasi totale	733	7,7	85,2
Totale	1347	14,2	99,5
Non voglio rispondere	51	0,5	100,0
Totale	9477	100,0	

Tavola 2.31: Attività lavorativa remunerata di tipo continuativo per facoltà

	Si %	No %	Totale n
Agraria	18,5	81,5	303
Architettura	14,0	86,0	93
Chimica industriale	15,1	84,9	93
Conservazione dei beni culturali	26,9	73,1	323
Economia	22,8	77,2	474
Economia - Forlì	27,9	72,1	673
Economia - Rimini	27,5	72,5	1203
Farmacia	7,7	92,3	366
Giurisprudenza	17,9	82,1	1420
Ingegneria	12,2	87,8	1975
Lettere e filosofia	24,3	75,7	2723
Lingue e letterature straniere	16,3	83,7	590
Medicina e chirurgia	23,5	76,5	790
Medicina veterinaria	18,6	81,4	156
Psicologia	31,6	68,4	304
Scienze della formazione	37,0	63,0	809
Scienze matematiche fisiche e naturali	17,5	82,5	1427
Scienze motorie	29,1	70,9	199
Scienze politiche	19,6	80,4	718
Scienze politiche-Forlì	28,0	72,0	1125
Scienze statistiche	34,3	65,7	172
Scuola per interpreti e traduttori	7,6	92,4	157
Ateneo	21,9	78,1	16093

Gli "studenti lavoratori" prevalgono decisamente nelle facoltà di Scienze della formazione, di Scienze Statistiche⁸, di Psicologia e di

⁸ Ancora una volta bisogna notare la specificità della situazione della facoltà di Scienze Statistiche per la dicotomia tra le due sedi di Bologna e Rimini: gli studenti lavoratori sono il 47% nella sede di Rimini contro il 20% in quella di Bologna.

Scienze Motorie, di Economia e di Scienze Politiche. Al contrario, sono pochissimi nel caso di Farmacia, che ha la percentuale più bassa di studenti che svolgono attività lavorativa, e nella facoltà di Lingue Moderne.

La non trascurabile frazione di studenti lavoratori rispetto al complesso delle matricole costituisce una sfida rilevante per l'Ateneo, in quanto possiamo presumere che le condizioni di accesso di questi studenti al processo formativo siano in qualche modo minori rispetto agli studenti non lavoratori. Ne consegue che il "tasso di abbandono zero" (che rappresenta uno degli obiettivi strategici della riforma universitaria) per diventare una prospettiva realistica necessita di iniziative formative specifiche (quali i corsi serali o corsi a distanza, ad esempio) rivolte a questo collettivo di studenti.

Capitolo 3 – Motivazioni e processo di scelta dell'università

3.1. *Maturazione della scelta di iscriversi*

Sin qui abbiamo tracciato un quadro molto generale delle caratteristiche degli studenti immatricolati nell'Ateneo di Bologna. Possiamo ora avvicinarci al tema specifico di questa ricerca, che si propone di valutare i passi preliminari alla decisione dell'iscrizione, con approfondimento sul quando e sul come si sia determinata la scelta di entrare all'università.

In questa prospettiva, ci è parso interessante cercare di capire innanzitutto il ruolo della cosiddetta "pre-iscrizione". Dal punto di vista dell'organizzazione, questo è un momento importante che dovrebbe guidare le facoltà, e più in generale l'Ateneo, ad attrezzarsi adeguatamente per ricevere e formare i nuovi studenti.

Dalla nostra indagine (Tavola 3.1) emerge che più della metà degli studenti immatricolati ha effettuato una pre-iscrizione (53%). Il fenomeno ha dunque una diffusione rilevante e potrebbe costituire un potente strumento per la programmazione delle attività.

Se si approfondisce l'analisi, tuttavia, emerge una netta distinzione tra le matricole in base alla facoltà d'iscrizione. Vi è un gruppo di facoltà in cui le matricole hanno una propensione alla pre-iscrizione decisamente sopra la media. Si tratta delle facoltà di Architettura, Medicina e Chirurgia e Medicina Veterinaria, di Ingegneria, di Chimica Industriale. In un altro gruppo di facoltà, Economia, in particolare della sede di Rimini, Scienze Politiche, Scienze Statistiche, Lettere e Filosofia e Scienze della Formazione, il peso degli studenti che si sono pre-iscritti è decisamente più basso.

Sembra dunque evidente che gli studenti che si orientano verso discipline tecnico-scientifiche siano più propensi a manifestare precocemente la loro scelta, forse perché più determinati, mentre gli studenti che si orientano verso altri ambiti disciplinari e, in particolare, verso le discipline umanistiche ed economiche, manifestano maggiore incertezza nel processo di scelta e approdano alla decisione soltanto dopo aver percorso altre strade o comunque attraverso un processo che matura soltanto a ridosso del momento dell'iscrizione.

Tavola 3.1: Pre-iscrizione per facoltà (dati relativi)

	Si	No	Totale n
Agraria	54,3	44,7	304
Architettura	78,3	20,7	92
Chimica industriale	69,9	30,1	93
Conservazione dei beni culturali	45,5	54,5	323
Economia	53,0	47,0	474
Economia – Forlì	39,2	59,4	673
Economia – Rimini	53,6	46,4	1203
Farmacia	53,0	46,2	366
Giurisprudenza	58,7	41,3	1420
Ingegneria	64,8	34,7	1976
Lettere e filosofia	42,7	57,3	2723
Lingue e letterature straniere	50,2	49,2	590
Medicina e chirurgia	72,0	28,0	790
Medicina veterinaria	71,2	28,8	156
Psicologia	64,8	35,2	304
Scienze della formazione	44,1	55,9	809
Scienze matematiche fisiche e naturali	51,2	48,8	1427
Scienze motorie	66,8	33,2	199
Scienze politiche	57,4	42,6	718
Scienze politiche-Forlì	43,6	56,4	1125
Scienze statistiche	36,0	64,0	172
Scuola per interpreti e traduttori	62,4	36,3	157
Ateneo	53,0	46,8	16094

* non voglio rispondere: n=33

Queste considerazioni vanno comunque integrate con l'informazione che riguarda la conferma della scelta effettuata al momento della pre-iscrizione. La Tavola 3.2 ci fornisce alcune indicazioni al riguardo. Vediamo, innanzitutto, che la pre-iscrizione viene generalmente confermata. In altre parole, chi decide di pre-iscriversi sembra avere le idee sufficientemente chiare sulle proprie prospettive. In particolare, notiamo che le facoltà con elevata percentuale di matricole che hanno fatto la pre-iscrizione sono anche quelle in cui la maggior parte di studenti conferma la propria scelta. Viceversa, nelle facoltà dove si è avuto un minor numero di studenti che si sono pre-iscritti troviamo anche un minor numero di conferme delle già poche pre-iscrizioni effettuate.

Ciò rafforza le considerazioni che abbiamo sviluppato precedentemente e ci induce a ritenere che gli studenti che effettuano la pre-

iscrizione alle facoltà tecnico-scientifiche sono anche quelli che maturano una scelta molto radicata, probabilmente in momenti precedenti alla data della pre-iscrizione, e quest'ultima non è altro che l'occasione per manifestare esplicitamente una volontà già consapevole.

Non si può, però, trascurare l'ipotesi che la situazione illustrata sia anche la conseguenza delle forti differenze che esistono tra i giovani circa la conoscenza dei diversi ambiti disciplinari e delle prospettive professionali che offrono le diverse facoltà. Queste differenze sono evidentemente frutto del sapere comune ma anche dei contenuti dei processi formativi della scuola media superiore. Infatti, mentre le professionalità che si ottengono in facoltà come Medicina o Ingegneria sono ben note a tutti, vi sono, al contrario, facoltà come quella di Scienze Statistiche il cui ambito disciplinare di riferimento non viene trattato, se non marginalmente, nella scuola media (inferiore e superiore), e quindi sono necessariamente meno conosciute, e difficilmente possono avere suscitato l'interesse dei giovani.

Queste considerazioni non sono comunque generalizzabili perché, come abbiamo visto, esistono casi come quello della facoltà di Lettere i cui ambiti disciplinari sono sviluppati nella scuola ma non sono oggetto di scelte determinate.

In considerazione del numero elevato di studenti che non decidono al momento della pre-iscrizione è importante, ai fini della politica di informazione e di orientamento, cercare di capire quando matura l'iscrizione effettiva ad una facoltà.

Il 54% circa degli studenti determina la propria scelta soltanto dopo la maturità o dopo l'eventuale laurea già conseguita (Tavola 3.3), mentre gli studenti che hanno raggiunto questa decisione nel corso dell'ultimo anno scolastico, cioè prima di conseguire la maturità nella scuola media superiore, costituiscono l'altra componente più rilevante, circa il 27%; infine, soltanto il 17% degli studenti ha maturato la scelta in periodi precedenti.

E' da considerare, inoltre, che una quota di studenti, in verità assai modesta, risulta ancora indecisa all'epoca dell'intervista (tra dicembre 2001 e gennaio 2002): infatti, l'1% degli intervistati ha dichiarato che nei tre mesi precedenti ha effettuato un cambiamento di corso di laurea, e il 3% ha dichiarato che ha intenzione di farlo in seguito.

Tavola 3.2: Corrispondenza tra pre-iscrizione e iscrizione

	Si %	No %	Totale n
Agraria	71,3	28,7	164
Architettura	81,9	16,7	72
Chimica industriale	73,8	26,2	65
Conservazione dei beni culturali	92,6	7,4	148
Economia	74,1	25,9	251
Economia – Forlì	76,5	23,5	264
Economia – Rimini	73,6	25,3	645
Farmacia	63,4	36,6	194
Giurisprudenza	76,8	23,2	833
Ingegneria	87,3	12,7	1279
Lettere e filosofia	88,7	11,3	1164
Lingue e letterature straniere	85,1	14,9	296
Medicina e chirurgia	91,2	8,8	569
Medicina veterinaria	85,6	14,4	111
Psicologia	88,3	11,7	197
Scienze della formazione	79,0	21,0	357
Scienze matematiche fisiche e naturali	66,6	32,3	730
Scienze motorie	95,5	4,5	134
Scienze politiche	67,6	31,2	413
Scienze politiche–Forlì	60,2	39,8	492
Scienze statistiche	64,5	35,5	62
Scuola per interpreti e traduttori	87,8	12,2	98
Ateneo	79,3	20,4	8538

* non voglio rispondere: n=21

Tavola 3.3: Maturazione della scelta della facoltà

	n	%
Prima dell'ultimo anno di scuola/università	2768	17,2
Nel corso dell'ultimo anno di scuola prima della maturità	4405	27,4
Dopo la maturità/laurea	8657	53,8
Non so	251	1,6
Non voglio rispondere	11	0,1
Totale	16093	100,0

Queste evidenze indicano come la scelta definitiva della facoltà avvenga, per quasi metà degli studenti, in un arco di tempo relativamente vicino al momento dell'inizio della carriera universitaria; ciò indica che le iniziative per orientare la scelta degli studenti non possono concentrarsi solo prima e durante l'ultimo anno scolastico ma devono protrarsi

nei mesi successivi alla maturità, in prossimità dell'inizio e dei primi mesi dell'anno accademico universitario.

Tavola 3.4: Hai cambiato corso di laurea negli ultimi tre mesi o sei in procinto di farlo?

	n	%	% cum
Si lo ho già fatto	139	0.9	0.9
Si, ho intenzione di farlo	505	3.1	4.0
No, nessuno dei due	15450	96.0	100.0
Totale	16093	100.0	

3.2. Il proseguimento degli studi con una laurea specialistica⁹

Al fine di acquisire conoscenze relativamente al processo di scelta universitaria, abbiamo cercato di capire le intenzioni di medio periodo dei nuovi immatricolati, in particolare valutando le intenzioni di proseguire dopo la laurea di primo livello con una laurea specialistica.

E' del tutto evidente che questa informazione deve essere utilizzata con prudenza, poiché si tratta di intenzioni espresse da chi si è appena immatricolato e poiché la conoscenza della nuova organizzazione degli studi, basata su una prima laurea triennale e una seconda laurea specialistica, non è ancora completamente diffusa tra gli studenti. Tuttavia, ci sembra che i risultati emersi siano da prendere seriamente in considerazione: risulta, infatti, che quasi due terzi dei nuovi immatricolati pensano di proseguire gli studi dopo aver conseguito la laurea di primo livello iscrivendosi ad una laurea specialistica. Inoltre bisogna anche tenere presente che un altro 24% circa di studenti manifesta indecisione, mentre coloro che pensano di fermarsi esclusivamente alla laurea triennale sono soltanto il 13% di tutti gli immatricolati!

⁹ Sono stati esclusi gli studenti iscritti a corsi di laurea di durata superiore ai tre anni.

Tavola 3.5: Continuare gli studi universitari dopo la laurea di primo livello per facoltà

	Si %	No %	Non so %	Totale n
Agraria	44,2	20,1	35,6	303
Chimica industriale	50,5	15,1	34,4	93
Conservazione dei beni culturali	67,5	13,0	19,5	323
Economia	50,7	17,9	31,4	475
Economia - Forlì	51,0	21,7	27,3	673
Economia - Rimini	61,9	15,9	22,2	1202
Farmacia	32,8	48,3	19,0	58
Giurisprudenza	79,4	5,8	14,9	1419
Ingegneria	67,7	9,9	22,4	1832
Lettere e filosofia	67,5	6,5	26,0	2723
Lingue e letterature straniere	49,0	19,0	32,0	590
Medicina e chirurgia	32,0	29,3	38,8	410
Medicina veterinaria	36,6	26,8	36,6	41
Psicologia	80,9	5,6	13,5	304
Scienze della formazione	55,4	17,8	26,8	653
Scienze matematiche fisiche e naturali	63,9	16,1	20,0	1427
Scienze motorie	64,0	15,5	20,5	200
Scienze politiche	74,7	4,5	20,9	718
Scienze politiche-Forlì	65,4	15,5	19,1	1125
Scienze statistiche	39,0	28,5	32,6	172
Scuola per interpreti e traduttori	63,1	10,2	26,8	157
Ateneo	63,6	12,9	23,6	14898

*92,6% del totale

Questi dati si possono prestare a diverse interpretazioni. Si potrebbe pensare che gli studenti ragionino ancora avendo in mente il vecchio modello di università o che non siano affatto sicuri (...e chi lo è!) che la laurea triennale possa avere un mercato. In ogni caso, pur con le dovute cautele interpretative, non possiamo sfuggire alle evidenze illustrate, sostenute anche dal fatto che gli studenti si dichiarano abbastanza consapevoli della riforma che è stata realizzata (Tavola 3.6) e che, come vedremo in seguito, in larghissima parte hanno scelto l'iscrizione all'università non perché trovavano difficoltà sul mercato del lavoro ma per motivi più sostanziali.

Tavola 3.6: Conoscenza della riforma universitaria

	N	%	% cum.
Non so	54	0.3	0.3
Nulla	651	4.0	4.4
Scarsa	4906	30.5	34.9
Discreta	6909	42.9	77.8
Buona	3280	20.4	98.2
Ottima	293	1.8	100.0
Totale	16093	100.0	

In ogni caso, non si rilevano differenze significative, per quanto riguarda l'intenzione di proseguire negli studi, tra coloro che hanno una scarsa conoscenza della riforma e coloro che invece hanno una buona conoscenza della riforma; l'unica differenza consiste nella maggior percentuale di indecisi tra coloro che hanno una conoscenza nulla della riforma universitaria (Tavola 3.7).

Tavola 3.7: Proseguire gli studi dopo la laurea di primo livello per conoscenza della riforma universitaria

Proseguire gli studi	Conoscenza della riforma			Totale n
	Sì %	No %	Non so %	
Non so	63.6	5.5	30.9	55
Nulla	54.8	16.4	28.7	651
Scarsa	60.4	15.8	23.8	4905
Discreta	66.1	11.9	22.0	6910
Buona	67.4	10.9	21.7	3280
Ottima	62.3	13.0	24.7	292
Totale	64.1	13.1	22.8	16093

Ci pare dunque che emergano elementi importanti di riflessione per gli organi di governo dell'Ateneo circa le prospettive da dare alle lauree triennali.

I risultati di questa indagine hanno anche un'ulteriore e più generale implicazione. Se le cose stessero effettivamente come risulta dalle dichiarazioni degli studenti, ci sarebbero seri motivi per riflettere sull'efficacia della strategia inaugurata con questa riforma dei corsi di studio, che punta a realizzare una formazione universitaria di massa attraverso la laurea triennale e ad una maggiore selezione nei percorsi specialistici.

Notiamo, infine, che ancora una volta l'intenzione di proseguire è molto differenziata nell'ambito delle diverse facoltà (Tavola 3.5). Ci sono facoltà nelle quali una percentuale di studenti ancora maggiore di quella media sopra ricordata si dichiara intenzionata a proseguire. Si tratta delle facoltà di Scienze Politiche, in particolare della sede di Forlì, della facoltà di Psicologia e della facoltà di Giurisprudenza. Per contro, tra le facoltà in cui la quota degli studenti intenzionata a proseguire con la laurea specialistica è decisamente al di sotto della media troviamo Medicina Veterinaria, Medicina e Chirurgia e Farmacia¹⁰, il che non stupisce dato il carattere molto specialistico delle lauree triennali rilasciate in queste facoltà, che individuano una fascia di studenti che intende acquisire una formazione molto particolare. Discorso analogo può valere per la facoltà di Agraria e, almeno in parte, per la facoltà di Scienze Statistiche che viene percepita come una facoltà che individua già un tipo di professionalità molto specifico. Riguardo a queste ultime facoltà occorre tuttavia aggiungere che la percentuale di studenti indecisi è nettamente sopra la media e inoltre, con particolare riguardo a Scienze Statistiche, si deve considerare l'incidenza che può avere su questa valutazione l'alto numero di studenti già laureati¹¹.

3.3. Le motivazioni della scelta universitaria

Per soddisfare l'obiettivo conoscitivo primario della ricerca, abbiamo ritenuto necessario considerare in modo più ampio le caratteristiche dei nuovi immatricolati e cercare di comprendere le motivazioni sottostanti alla scelta universitaria. Ciò non solo allo scopo di definire un quadro più completo delle caratteristiche dei nuovi immatricolati, ma anche per acquisire informazioni che potranno aiutarci a comprendere meglio e ad identificare gli specifici comportamenti. In questa sezione del lavoro presentiamo, quindi, alcuni risultati relativi alle motivazioni che hanno indotto il collettivo degli studenti immatricolati nell'anno 2001/02 ad iscriversi all'università.

¹⁰ Questo dato non deve sorprendere perché le lauree triennali nelle facoltà citate non hanno nulla a che vedere con le tradizionali lauree rilasciate in queste facoltà che sono quinquennali.

¹¹ E' da sottolineare, tuttavia, che l'evento illustrato sembra circoscritto alla sola sede di Rimini e sia da considerare un fenomeno contingente.

Tavola 3.8: Principale motivazione per l'iscrizione all'università

	%
Crescita culturale	48,5
Prospettive di carriera	26,7
Necessità della laurea	16,0
Difficoltà di trovare lavoro	2,7
Evitare di andare a lavorare	1,6
Prestigio sociale	1,1
Elevate remunerazioni	1,0
Contatti sociali e divertimento	0,5
Accontentare i genitori	0,2

Tra le varie motivazioni sottoposte agli studenti intervistati, alcune spiccano distintamente. In particolare, emerge una motivazione di carattere estremamente generico e, se si vuole, generale: quasi la metà degli studenti (49%) ha dichiarato che la motivazione principale che li ha indotti ad iscriversi all'università è quella della *crescita culturale*¹². Il secondo motivo più frequentemente indicato, che interessa circa il 27% degli studenti, riguarda le *prospettive di carriera* che la scelta all'università offre. Soltanto il 16% degli intervistati si è iscritto perché la *laurea è necessaria* per affrontare la carriera cui aspira.

Vanno considerate attentamente le frequenze modeste degli studenti che hanno indicato come motivazione principale della loro scelta una "non motivazione", cioè la *difficoltà di trovare lavoro* o *evitare di andare a lavorare*. Queste ultime presentano percentuali molto basse, che indicano abbastanza chiaramente che per questa coorte di studenti la scelta universitaria non è stata una scelta di ripiego, dovuta a mancanza di altre prospettive, ma una scelta largamente motivata dall'esigenza di una crescita culturale.

E' altrettanto importante mettere in evidenza come l'esigenza di acquistare *prestigio sociale* non sia sostanzialmente tenuta in considerazione dagli studenti, soltanto l'1% ha indicato questa motivazione. Allo stesso modo non emerge come motivazione rilevante quella di natura essenzialmente economica, cioè la *possibilità di guadagni elevati*.

¹² Per l'interpretazione di questo dato è opportuno osservare che la risposta può essere stata dettata, oltre che da esigenze di crescita culturale in senso stretto, da altri atteggiamenti quali scarsa consapevolezza delle motivazioni della scelta, pigrizia o risposte di comodo; tra questi peraltro non è possibile distinguere.

Anche in questo caso non ci troviamo di fronte ad un collettivo omogeneo. Considerando le singole facoltà, emerge un quadro fortemente differenziato.

Tavola 3.9: Principale motivazione per l'iscrizione all'università per facoltà

	Difficoltà di trovare lavoro	Necessità della laurea	Crescita culturale	Prospettive di carriera	Altro	Totale
	%	%	%	%	%	n
Agraria	3,1	11,4	42,1	31,5	11,9	303
Architettura	1,5	27	52,9	12,4	6,2	93
Chimica industriale	10,4	18,8	29,6	28,9	12,3	93
Conservazione beni culturali	1,5	9,7	69,1	15,5	4,2	323
Economia	2,3	19,2	42,0	29,0	7,5	474
Economia - Forlì	5,8	13,1	38,0	35,2	7,9	673
Economia - Rimini	3,5	19,4	32,3	34,7	10,1	1203
Farmacia	1,6	23,9	36,2	30,7	7,6	366
Giurisprudenza	3,0	17,3	34,6	42,2	2,9	1420
Ingegneria	3,3	25,4	34,9	28,7	7,7	1975
Lettere e filosofia	1,0	10,8	72,0	12,4	3,8	2723
Lingue e letterature straniere	4,0	6,8	55,7	24,6	8,9	590
Medicina e chirurgia	4,5	15,3	39,1	34,6	6,5	790
Medicina veterinaria	3,4	17,0	46,2	28,7	4,7	156
Psicologia	0,8	14,0	60,2	19,1	5,9	304
Scienze della formazione	1,9	20,5	51,0	22,3	4,3	809
Scienze matem. fisiche nat.	2,7	12,9	51,0	27,3	6,1	1427
Scienze motorie	4,1	20,3	40,0	28,3	7,3	199
Scienze politiche	3,2	13,4	52,4	25,3	5,7	718
Scienze politiche-Forlì	1,2	13,8	54,5	25,1	5,4	1125
Scienze statistiche	4,4	13,9	47,3	30,2	4,2	172
Scuola per interpr. e tradutt.	1,2	16,9	53,3	22,9	5,7	157
Ateneo	2,7	16,0	48,5	26,7	6,1	16093

La crescita culturale è poco importante, rispetto al complesso dell'Ateneo, in alcune facoltà che danno una preparazione molto specifica o indirizzano a professioni con una spiccata identità (Chimica Industriale, Medicina e Chirurgia, Giurisprudenza, Ingegneria). La motivazione strettamente culturale, per contro, emerge tra gli studenti che hanno scelto facoltà come Lettere e Filosofia, Conservazione dei Beni Culturali, Lingue e Letterature Straniere, Psicologia e, in misura molto minore, Scienze Politiche, ma anche in una facoltà come Architettura che,

pur rilasciando una laurea con specifica destinazione professionale, viene intesa come una facoltà dove si può conseguire un'ampia preparazione culturale.

L'esigenza di crescere culturalmente, attraverso l'Università, è espressa in maniera più che proporzionale dagli studenti che hanno conseguito una maturità diversa dalla quella classica o scientifica. Al contrario, la necessità di acquisire una laurea e la difficoltà di trovare lavoro vengono considerate motivazioni più importanti tra gli studenti che hanno conseguito la maturità classica o scientifica.

Tavola 3.10: Principale motivazione per l'iscrizione all'università per diploma

	Classica Scientifica %	Altra maturità %	Non Classificati %	Totale n
Difficoltà di trovare lavoro	52,20	46,80	0,90	434
Necessità della laurea	64,50	35,50	0,00	2573
Crescita culturale	44,10	55,50	0,40	7811
Prospettive di carriera	49,00	50,90	0,10	4293
Elevate remunerazioni	63,20	36,80	0,00	156
Prestigio sociale	34,60	65,40	0,00	170
Accontentare i genitori	66,10	33,90	0,00	30
Contatti sociali e divertimento	32,60	67,40	0,00	73
Evitare di andare a lavorare	41,50	58,50	0,00	257
Non voglio rispondere	46,10	53,90	0,00	117
Altro	21,10	78,90	0,00	179
Totale %	48,70	51,10	0,20	16093

Anche il sesso, seppur in modo meno incisivo del tipo di diploma, appare un carattere connesso alla motivazione di iscriversi ad una facoltà piuttosto che a un'altra. Sono le donne, infatti, che indicano in maniera nettamente superiore alla media l'esigenza di una crescita culturale: quasi il 59% a fronte del 42% degli uomini.

Qualche differenza si riscontra anche rispetto alle difficoltà di trovare lavoro, che vede ancora le donne prevalere nell'indicazione di questa motivazione, anche se la differenza con gli uomini in questo caso è molto contenuta.

Riguardo alle altre motivazioni occorre una maggiore cautela nell'interpretazione, a causa dell'esigua numerosità di chi le ha indicate (solamente qualche centinaio di studenti).

Tuttavia, non si può non sottolineare la prevalenza dei maschi tra coloro che hanno indicato come motivazione principale quella di conseguire elevate remunerazioni (74%) e la ricerca di contatti sociali e divertimento, come pure, anche se in misura minore, acquisire prestigio sociale o evitare di andare immediatamente a lavorare.

Tavola 3.11: Principale motivazione per l'iscrizione all'università per sesso

	Femmina %	Maschio %	Totale n
Difficoltà di trovare lavoro	51,10	48,90	434
Necessità della laurea	49,20	50,80	2573
Crescita culturale	58,50	41,50	7811
Prospettive di carriera	49,90	50,10	4293
Elevate remunerazioni	26,10	73,90	156
Prestigio sociale	40,20	59,80	170
Accontentare i genitori	45,60	54,40	30
Contatti sociali e divertimento	19,30	80,70	73
Evitare di andare a lavorare	47,40	52,60	257
Non voglio rispondere	70,80	29,20	117
Altro	50,50	49,50	179
Totale %	53,60	46,40	16093

Un approfondimento sul tema cruciale delle motivazioni per l'iscrizione è stato condotto ricorrendo a tecniche statistiche più sofisticate, capaci di indagare la relazione tra le tante variabili che abbiamo osservato. Questo lavoro è presentato nella Parte Terza del rapporto. In questa sezione, mantenendo un approccio descrittivo, rimane da svolgere qualche ulteriore considerazione sull'associarsi di certe motivazioni con lo status della famiglia di provenienza degli studenti, descritto nella nostra ricerca attraverso il titolo di studio più elevato conseguito dai genitori.

Troviamo così una differenza abbastanza evidente tra studenti che hanno genitori con un titolo di studio medio-alto e studenti che provengono da famiglie in cui i genitori hanno un titolo di studio basso.

Si può, infatti, riscontrare con assoluta evidenza che la crescita culturale è motivazione decisamente prevalente tra gli studenti che provengono da famiglie con profilo culturale più basso. Il 50% degli studenti che ha genitori con titolo di studio di scuola media inferiore ha indicato come principale questa motivazione e la percentuale sale addirittura al

61% nel caso in cui il titolo di studio più elevato dei genitori sia la licenza elementare. Al contrario, questa motivazione scende nettamente, al di sotto del 50%, tra gli studenti i cui genitori hanno un titolo di studio più elevato.

Tavola 3.12: Principale motivazione per l'iscrizione all'università per titolo di studio dei genitori

	Laurea o sup.	Media super.	Media infer.	Elem.	Nessun titolo	Non Risp.	Totale %	Totale n
Difficoltà di trovare lavoro	2,1	2,1	4,4	4,7	0,0	2,2	2,7	434
Necessità della laurea	17,2	17,2	12,8	14,2	0,0	11,2	16,0	2573
Crescita culturale	46,2	47,4	51,2	61,1	62,6	56,6	48,5	7811
Prospettive di carriera	27,8	26,8	26,1	17,6	32,6	23,6	26,7	4293
Elevate remunerazioni	1,9	0,8	0,3	0,0	0,0	0,9	1,0	156
Prestigio sociale	0,9	1,3	1,0	0,6	0,0	0,0	1,1	170
Accontentare i genitori	0,4	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,2	30
Contatti sociali, divertimento	0,7	0,4	0,4	0,0	0,0	0,0	0,5	73
Evitare di andare a lavorare	1,8	1,6	1,3	1,5	0,0	3,5	1,6	257
Non voglio rispondere	0,7	0,4	1,3	0,0	2,7	2,2	0,7	117
Altro	0,2	1,8	1,0	0,3	2,0	0,0	1,1	179
Totale %	100	100	100	100	100	100	100	
Totale	4580	7162	3181	776	66	202		16093

Non so = 126

Tali differenze si riproducono anche per quanto riguarda la seconda motivazione in ordine di importanza, cioè le prospettive di carriera. In questo caso, tuttavia, la situazione appare decisamente meno eterogenea. Si distingue, infatti, solo la categoria di studenti che provengono da famiglie con un livello di istruzione molto basso (licenza elementare). In questo gruppo appena il 17% degli studenti ha indicato come motivazione principale le prospettive di carriera, contro il 26-27% degli studenti provenienti da famiglie con livelli di istruzione più elevati. Fanno eccezione gli studenti i cui genitori non hanno conseguito alcun titolo di studio, per il 33% dei quali le prospettive di carriera rappresentano la motivazione principale.

La motivazione "difficoltà nel trovare lavoro" è più frequentemente indicata, anche se i valori sono decisamente più bassi, dagli studenti che provengono da famiglie con un livello di scolarità medio-basso (scuola dell'obbligo).

Al contrario, la necessità della laurea per praticare una specifica professione è una motivazione più frequente tra gli studenti che provengono da famiglie con una elevata scolarità, circa il 17%, rispetto agli studenti che provengono da famiglie con una scolarità medio-bassa (13-14%).

Benché occorra grande prudenza nel trarre conclusioni di portata generale, emerge tuttavia con una certa forza che la stratificazione sociale delle famiglie di origine (che abbiamo rappresentato con diversi caratteri tra loro connessi) rappresenti uno dei fattori discriminanti più incisivi riguardo alla motivazione all'iscrizione, mettendo in luce una dicotomia tra coloro che vedono nell'Università un volano al cambiamento della propria situazione soggettiva e coloro che la vedono come una scelta già implicita nel proprio *cursus vitae*.

3.4. La scelta del corso di laurea

Il naturale approfondimento del tema precedente riguarda le motivazioni della scelta del corso di laurea. Prima di illustrare questi dati e per interpretare correttamente i grafici allegati, occorre ricordare che gli intervistati dovevano indicare, per ogni motivazione, il grado di influenza nella scelta del corso di laurea. I risultati (Fig. 3.1) sono stati analizzati secondo due ottiche e mettendo in evidenza sia i fattori poco rilevanti sia quelli, al contrario, molto importanti.

Notiamo in primo luogo che il fattore che certamente non ha avuto un rilievo sostanziale è la *tradizione familiare*, che risulta poco rilevante per quasi il 75% degli studenti immatricolati; il dato risulta in parziale contraddizione con l'evidenza precedente secondo cui la scelta universitaria è relativamente più diffusa nelle famiglie con *status* sociale e/o di istruzione elevati.

Seguono il *numero di iscritti*, cioè l'*affollamento* del corso di laurea, che costituisce una motivazione decisamente irrilevante o praticamente indifferente per oltre il 50% degli iscritti.

Poco rilevante per la scelta è anche l'*assenza di selezione all'accesso*¹³. Non è trascurabile il fatto che per circa il 50% degli studenti non sia importante neppure la *possibilità di studiare lavorando*.

¹³ Questa informazione va interpretata con cautela perché chiaramente questo fattore è poco importante per gli studenti iscritti a facoltà in cui non esiste selezione all'accesso.

Lo stesso vale per evidenti “non-motivazioni”, come la *possibilità di seguire gli amici* nel percorso universitario e la *possibilità di studiare all'estero*: quasi il 50% degli studenti le dichiara per nulla influenti.

Se invece guardiamo alle motivazioni considerate più importanti nel determinare la scelta del corso di laurea troviamo nettamente prevalente la *propensione per la disciplina prescelta*, circa l'80% degli studenti intervistati ha ritenuto questa una motivazione assolutamente determinante o comunque influente nel determinare la scelta del corso di laurea.

E' questa un'indicazione, assieme a quelle emerse sopra, di consapevolezza e attenzione da parte degli studenti verso i propri interessi e propensioni, indica la scelta di volere approfondire gli aspetti che si prediligono.

Anche la *qualità della formazione* risulta un fattore abbastanza influente nella scelta. Gli studenti, così come seguono le proprie propensioni, prestano attenzione anche alla qualità della formazione che si ottiene. Certo, per quest'ultima motivazione ci troviamo di fronte a valori meno elevati di quanto si è visto precedentemente: quasi il 30% degli studenti ritiene questa motivazione determinante e per un altro 45% circa è una motivazione abbastanza importante nella scelta del corso di laurea.

Una considerazione la vorremmo dedicare all'impulso che può dare il conseguimento di una professione prestigiosa. Questa motivazione non è trascurabile: considerando coloro che la ritengono una motivazione del tutto determinante nella scelta e coloro che la ritengono una motivazione abbastanza importante si arriva circa al 60% degli studenti. Quindi a fronte della responsabilità che abbiamo prima illustrato, dobbiamo segnalare anche un desiderio di conquistare posizioni sociali significative e di prestigio.

Infine, ci soffermiamo sull'attrazione che esercitano il *livello di innovatività* ed il *grado di specializzazione* dei corsi di laurea. Il rilievo dell'innovatività è decisamente meno spiccato rispetto ad altre motivazioni: per meno del 20% degli studenti questo è un motivo determinante e per circa un altro 25% è un motivo rilevante ma non determinante, mentre per il resto degli studenti è una motivazione indifferente o addirittura non ha alcun rilievo. Se guardiamo invece alla capacità di attrazione esercitata dal livello di specializzazione del corso, quindi ad un aspetto che non risente di un effetto immagine ma potrebbe indicare una

più concreta possibilità di ottenere una qualificazione specifica, vediamo che le cose cambiano leggermente. Il 20% degli studenti ritiene che questo sia un motivo del tutto determinante della loro scelta, e per poco più del 30% è motivo abbastanza importante.

Ci pare che queste ultime informazioni confermino che ci troviamo di fronte ad una popolazione studentesca tutto sommato consapevole, che non si fa attrarre eccessivamente da proposte puramente d'immagine e che esprime simultaneamente un'esigenza di miglioramento della propria posizione sociale ed un'esigenza di miglioramento delle proprie attitudini (esigenze non necessariamente contrapposte).

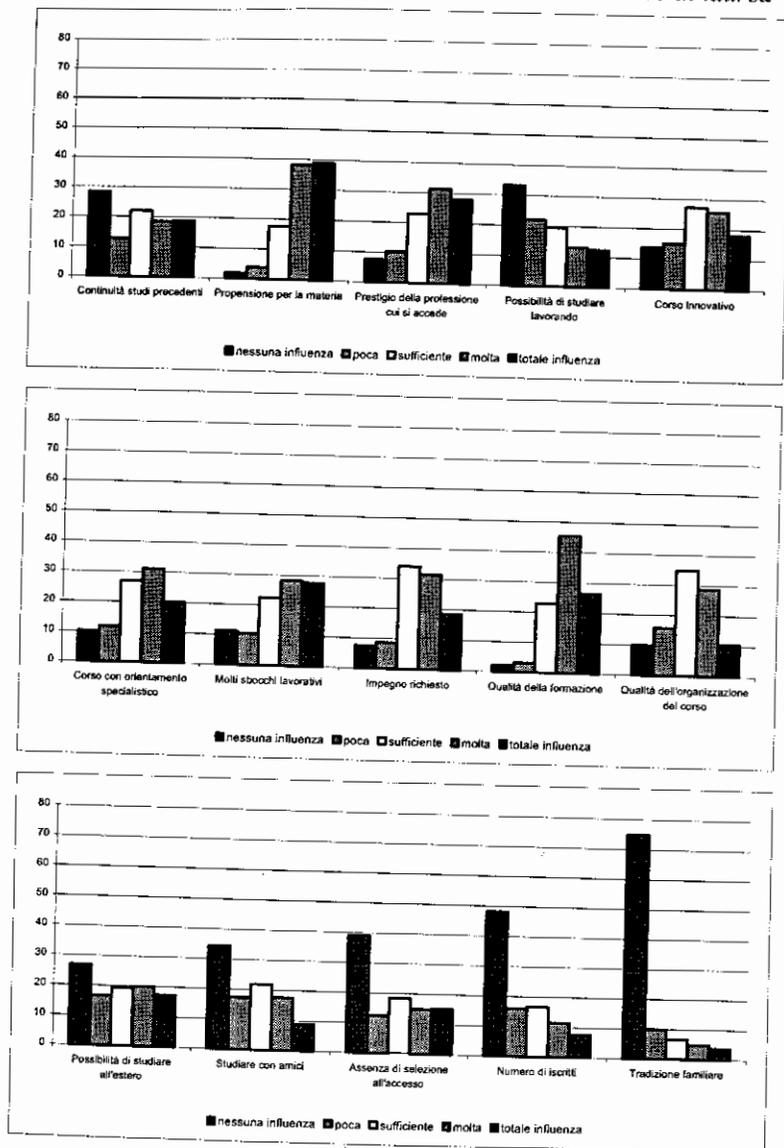
3.5. La scelta della sede del corso di laurea

Riguardo a questo aspetto, si delinea una netta contrapposizione tra le sedi che potremmo definire a “largo raggio di attrazione” che, come abbiamo già avuto modo di rilevare, sono quelle di Bologna e Rimini, rispetto alle sedi per così dire “locali”, quelle di Cesena, Forlì e Ravenna.

Innanzitutto, va rilevato che non emerge un unico fattore come determinante nella scelta della sede ma si delinea un complesso di aspetti che agiscono in modo differenziato sui giovani. Nel caso della sede di Bologna, i fattori che più attraggono gli studenti sono nell'ordine: *la qualità dei servizi e delle strutture, il prestigio della sede, l'attrattiva della città, la possibilità di studiare e lavorare simultaneamente* e, infine, *l'opportunità di vivere fuori casa*.

Relativamente alla sede di Rimini riscontriamo alcune somiglianze con Bologna, in particolare, *la possibilità di studiare lavorando e la qualità dei servizi delle strutture*, ma anche motivazioni specifiche come: *la facilità di trovare alloggio e la possibilità di trovare un lavoro in futuro*.

Figura 3.1: Influenza di diversi fattori nella scelta del corso di laurea



I fattori che influenzano la scelta cambiano abbastanza nettamente, invece, per quelle sedi che abbiamo definito locali. Infatti, per Cesena, Forlì e Ravenna prevale come motivazione *la prossimità al luogo di residenza*. Forlì e Ravenna, a loro volta, sono accomunate dall'attrazione esercitata dal *prestigio della sede*, ma si differenziano perché nel caso di Ravenna emerge il ruolo di *attrazione giocata dalla città* e nel caso di Forlì prevale come fattore di attrazione *la qualità dei servizi e delle strutture*. Nella scelta della sede di Cesena hanno un ruolo più importante, invece, *la qualità dei servizi e delle strutture* e lo *scarso affollamento* di questa sede universitaria.

La medesima analisi richiede maggiore cautela se fatta per singola facoltà, per via del minor numero di osservazioni. Nell'analisi cercheremo di mettere in evidenza, per ciascun fattore di attrazione, le facoltà in cui è risultato più significativo.

La prossimità della sede all'abitazione risulta importante per Architettura, per Chimica industriale e per Economia (sede di Forlì).

Non sono sostanzialmente rilevanti per nessuna facoltà né *la facilità di trovare alloggio*, né *la possibilità di vivere fuori casa*.

La prospettiva di trovare lavoro in futuro risulta invece una motivazione importante per tutte le facoltà, così pure *la qualità dei servizi e delle strutture*.

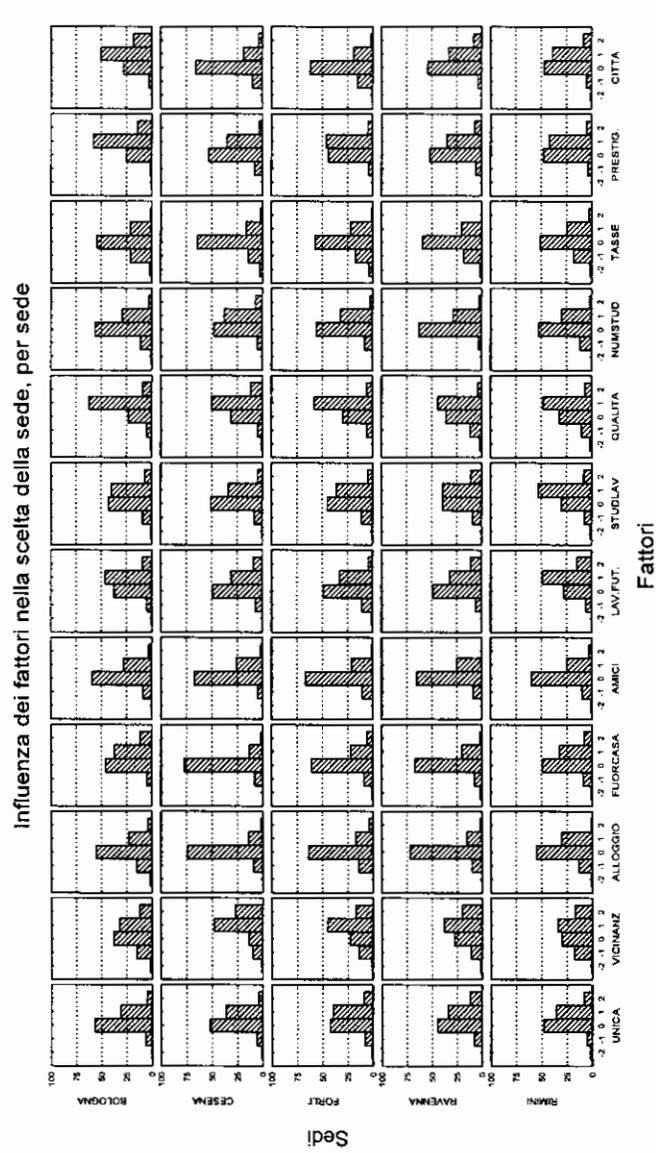
Le cose si modificano invece quando si considera *la possibilità di studiare lavorando*: in questo caso c'è un nucleo di facoltà per le quali questa motivazione sembra significativa e ci pare che non sia un caso che si tratti delle facoltà di Economia di Rimini e di Forlì, della facoltà di Lettere, di Scienze della Formazione, della facoltà di Scienze Motorie e infine della facoltà di Conservazione dei Beni Ambientali (Ravenna).

Lo scarso affollamento è un elemento che non risulta particolarmente importante, tranne che per tre facoltà: Architettura, Chimica Industriale e Veterinaria.

Il *prestigio della sede* è generalmente rilevante per quasi tutte le facoltà anche se non possiamo trascurare qualche eccezione negativa.

Rimangono infine da considerare due fattori: il *costo dell'università* e *l'attrattiva della città*. In riferimento al primo caso si può affermare che le tasse universitarie non hanno alcun impatto nella scelta della sede universitaria. Nel secondo caso, nonostante si tratti di un fattore trasversale indipendente dalle facoltà, dobbiamo notare che gli studenti di al-

cune facoltà sono più sensibili all'attrattiva della città, in particolare quelli di Economia (sede di Bologna), di Farmacia, di Lettere e di Chimica Industriale, mentre ha un ruolo negativo nel caso della facoltà di Psicologia (sede di Cesena).



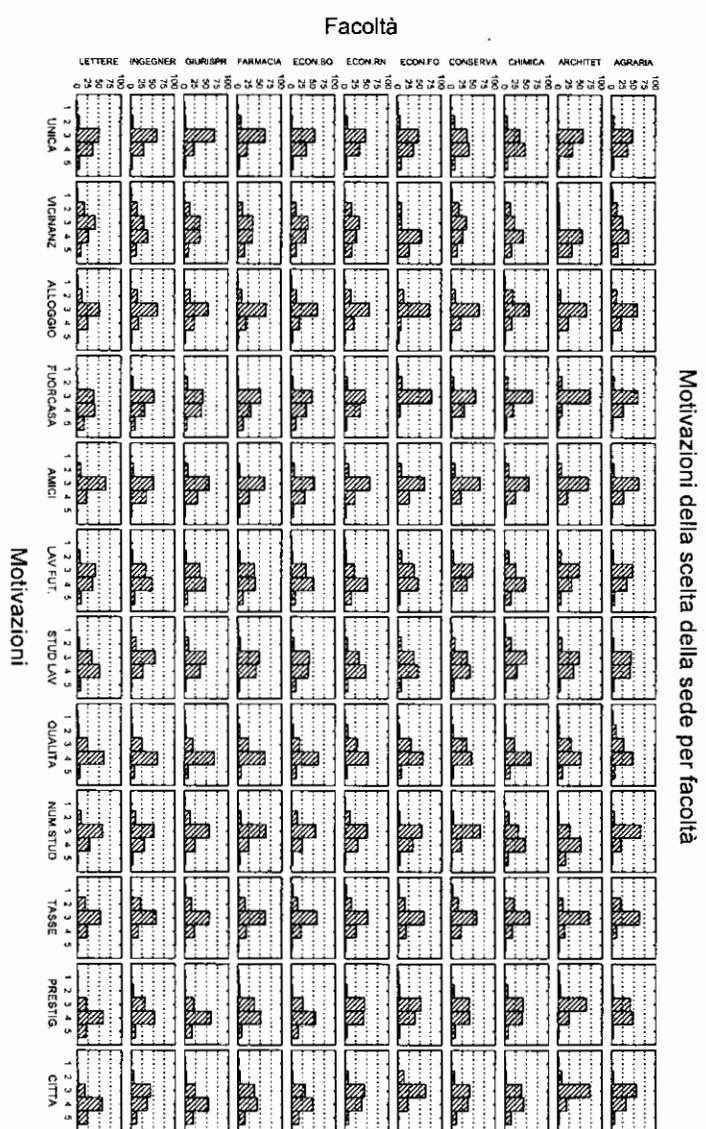
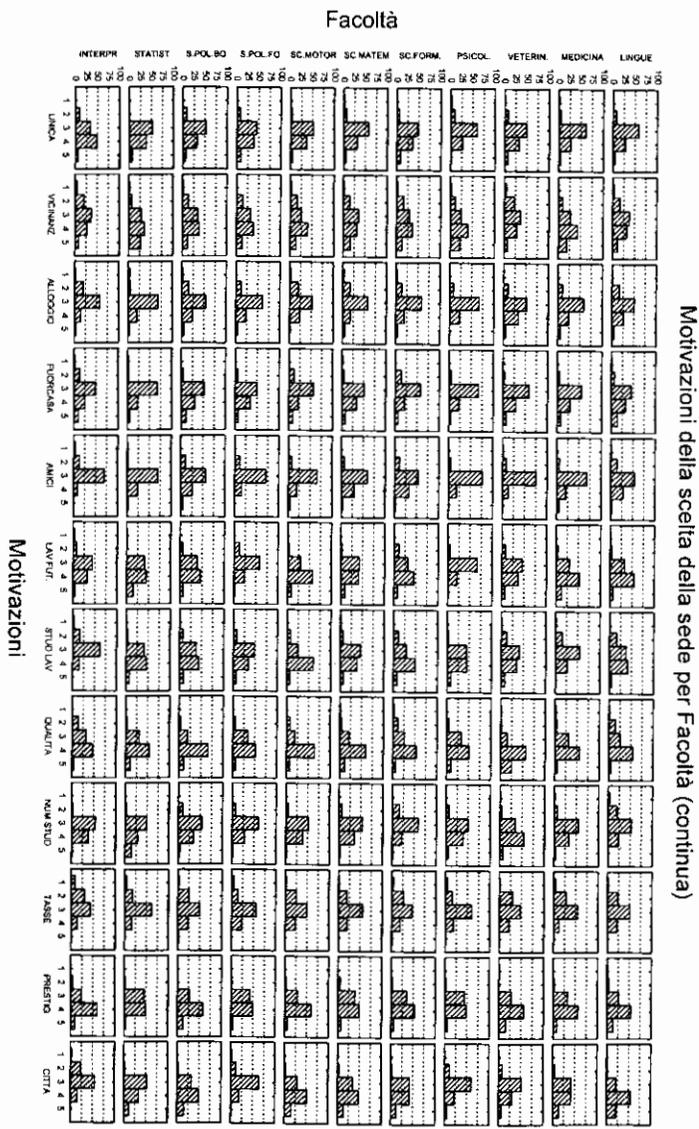
Legenda dei livelli di influenza dei fattori:

- 2 Molto negativa
- 1 Negativa
- 0 Nulla
- 1 Positiva
- 2 Molto positiva

Legenda fattori:

- UNICA possibilità dato il Corso di Laurea
- VICINANZ Vicinanza al luogo di residenza
- ALLOGGIO Disponibilità/possibilità di trovare alloggio
- FUORCASA Opportunità di vivere fuori casa
- AMICI Sede frequentata da altri famigliari/amici
- LAV.FUT Possibilità di lavoro dopo la laurea

- STUDLAV Possibilità di studiare lavorando
- QUALITA Qualità dei servizi e delle strutture
- NUMSTUD Numero di studenti
- TASSE Tasse e Diritto allo studio
- PRESTIG. Prestigio della sede
- CITTÀ Attrazione della città in cui è la sede



Capitolo 4 - Le fonti informative nella scelta universitaria

4.1. Il quadro d'insieme

In questa sezione trattiamo il tema più specifico di questa ricerca, ovvero i canali informativi utilizzati dagli studenti immatricolati nel corso dell'A.A. 2001-02 per scegliere il proprio percorso universitario.

L'argomento è sviluppato integrando i dati rilevati alle sezioni 2 e 4 del questionario, rispettivamente "Acquisizione delle informazioni e processo decisionale" e "Valutazione dell'informazione".

Ricordiamo che le fonti informative sono state raggruppate in 5 categorie, in funzione del canale di reperimento delle informazioni. L'intera popolazione delle matricole è stata chiamata ad esprimersi sui 5 canali proposti. Per ciascuna fonte appartenente ad un canale utilizzato, allo studente è stato richiesto di indicare l'eventuale utilizzo, una valutazione dell'impatto sulla scelta finale ed un giudizio su alcuni aspetti qualitativi.

Tavola 4.1: Canali informativi utilizzati per l'orientamento nella scelta universitaria

	Femmina	Maschio	Totale
	% riga		
Incontri o servizi di orientamento	58,3	41,7	6882
Richiesto consigli personali	53,0	47,0	8181
Materiale informativo a stampa	56,5	43,5	10217
Altri media	54,6	45,4	9409
Richiesto informazioni presso l'Università	56,9	43,1	8907
Totale	53,6	46,4	16093
	% sul totale di colonna		
Incontri o servizi di orientamento	46,4	38,5	42,8
Richiesto consigli personali	50,2	51,6	50,8
Materiale informativo a stampa	66,8	59,6	63,5
Altri media	59,5	57,2	58,5
Richiesto presso l'Università	58,8	51,4	55,3
Totale	8632	7461	100,0

L'evidenza emersa con maggiore forza è che non c'è un mezzo di informazione che gli studenti abbiano utilizzato in modo decisamente superiore agli altri. Al contrario, i canali informativi prefigurati vengono tutti utilizzati, seppure con intensità diversa.

Il mezzo di informazione più utilizzato è il *materiale informativo a stampa* (consultato da più di 10.000 studenti). A brevissima distanza segue l'utilizzo di *altri tipi di media* (circa 9.500 studenti), categoria che, come sarà osservato nel seguito, si riduce quasi esclusivamente alla consultazione di siti *internet*. Non hanno un rilievo trascurabile neppure la *raccolta personale di informazioni presso l'università* (quasi 9.000 studenti), né i *consigli personali* (8.200 studenti circa). Infine, anche i *servizi di orientamento*, che pure costituiscono il tipo di strumento informativo meno favorito, è comunque stato utilizzato da un numero rilevante di studenti (6.900 studenti circa).

E' interessante notare che maschi e femmine hanno comportamenti abbastanza simili rispetto all'uso dei canali informativi, anche se emerge una leggera prevalenza delle donne ad utilizzare il materiale informativo a stampa, mentre per gli uomini prevale la richiesta di consigli personali. Per quanto riguarda gli altri media non ci sono sostanzialmente differenze apprezzabili.

Sull'uso delle fonti di informazione è certamente molto significativo l'effetto discriminante della facoltà. La tavola 4.2 illustra la notevole eterogeneità nel ricorso ai differenti canali informativi a seconda della facoltà a cui ci si riferisce. Se si prende in considerazione, ad esempio, l'utilizzo di *internet* (altri media), a fronte della percentuale del 57% per l'Ateneo di studenti che hanno dichiarato di avere utilizzato questo tipo di canale, troviamo situazioni come Scienze politiche in cui si arriva al 73% o Lettere e filosofia in cui si raggiunge il 63%. Per contro, abbiamo casi in cui si scende decisamente al di sotto della media di ateneo: in particolare segnaliamo i casi degli studenti di Agraria (49%), Medicina e chirurgia (48,7%) e di Farmacia (47,8%).

Anche quando si considera il canale informativo più utilizzato, quello del materiale a stampa, troviamo una variabilità inter-facoltà non trascurabile: il 74% degli studenti che si sono iscritti a Scienze statistiche hanno fatto ricorso a questo strumento informativo, e così gli studenti che hanno scelto Scienze politiche - sede di Forlì (79%). Ma troviamo anche facoltà dove invece questo tipo di strumento è stato meno utilizzato: Agraria, Scienze Matematiche, Fisiche e Naturali e anche Scienze Motorie.

Tavola 4.2: Canali informativi utilizzati per facoltà

	Incontri personali	Consigli a stampa	Materiale	Internet Università Bologna	Visite	Totale
	%	%	%	%	%	n
Agraria	36,6	48,8	59,1	49,2	57,1	303
Architettura	72,0	46,2	69,9	52,7	60,2	93
Chimica industriale	63,4	57,0	69,9	52,7	62,4	93
Conservazione dei beni culturali	42,4	52,6	57,9	60,1	63,5	323
Economia	49,4	46,0	68,1	50,2	57,8	474
Economia – Forlì	28,8	51,0	60,6	55,7	51,0	673
Economia – Rimini	41,8	53,5	57,8	61,2	47,8	1.203
Farmacia	45,4	48,6	61,7	45,1	50,3	366
Giurisprudenza	43,0	46,3	67,3	49,9	53,9	1.420
Ingegneria	53,5	53,0	63,2	53,1	45,5	1.975
Lettere e filosofia	34,1	52,5	65,3	63,1	57,7	2.723
Lingue e letterature straniere	47,6	57,1	64,4	62,0	66,1	590
Medicina e chirurgia	50,6	55,2	55,6	36,8	48,7	790
Medicina veterinaria	41,0	43,6	55,1	44,2	64,7	156
Psicologia	48,0	49,3	62,8	58,2	59,9	304
Scienze della formazione	41,2	51,7	61,9	62,2	60,2	809
Scienze matem. fisiche e naturali	39,8	43,5	58,5	57,5	58,2	1.427
Scienze motorie	36,2	53,8	59,3	51,8	59,3	199
Scienze politiche	47,2	51,0	79,7	58,6	66,9	718
Scienze politiche-Forlì	42,5	51,9	65,9	73,7	56,9	1.125
Scienze statistiche	39,0	50,0	73,8	69,2	63,4	172
Scuola per interpreti e traduttori	43,3	48,4	61,1	65,0	51,6	157
Ateneo (percentuali)	42,8	50,8	63,5	57,4	55,3	16.093
Ateneo (dati assoluti)	6.882	8.181	10.217	9.230	8.907	

Di grande interesse è anche la considerazione del numero di mezzi di informazione utilizzati da ciascun studente. Questo può rappresentare con buona approssimazione l'intensità della ricerca (Tavola 4.3).

Il 30% degli studenti che compongono la nostra popolazione ha fatto ricorso a tre canali informativi. Le altre due classi più numerose sono quelle che indicano il ricorso a due e a quattro canali informativi, con valori dell'ordine del 20-25%.

I risultati si commentano da soli: la stragrande maggioranza degli studenti non si limita ad un solo modo di acquisire informazioni così che appena il 3% degli studenti non ha fatto ricorso ad alcuna modalità di raccolta delle informazioni e chi fa ricorso ad un solo canale informativo costituisce un sottoinsieme relativamente modesto.

Tavola 4.3: Numero dei canali informativi utilizzati

	n	%	n	%
			(esclusi consigli)	(esclusi consigli)
0	534	3,3	824	5,1
1	2.310	14,4	3.231	20,1
2	4.002	24,9	5.663	35,2
3	4.806	29,9	4.644	28,9
4	3.344	20,8	1.731	10,8
5	1.098	6,8		
Totale	16.093	100	16.093	100

Questa evidenza, in sostanza, vale anche se si escludono le informazioni raccolte tramite la richiesta di consigli (Tavola 4.3) che sono facilmente disponibili e che non rientrano nelle politiche di orientamento di breve-medio periodo.

In sintesi, dunque, i nostri studenti nel complesso non dimostrano di privilegiare una fonte informativa rispetto ad altre ma in genere sfruttano il complesso delle opportunità offerte loro.

4.2. L'utilizzo dei canali informativi e le motivazioni nella scelta della sede

A questo punto ci siamo chiesti se esiste una connessione tra motivazioni che hanno indotto gli studenti a fare la scelta universitaria e l'utilizzo di un particolare canale informativo.

In sintesi, dalla nostra indagine emerge che non è del tutto irrilevante il motivo che ha spinto gli studenti a iscriversi all'università rispetto all'utilizzo di un tipo di canale informativo piuttosto che un altro. L'incrocio di queste due variabili aumenta l'informazione (Tavola 4.4), qui ci limitiamo ad evidenziare alcuni casi.

In primo luogo, tra chi fa ricorso ai consigli personali si distinguono chiaramente coloro che si sono iscritti motivati dalla ricerca di alte remunerazioni e di un elevato prestigio sociale, oppure che intendono accontentare i genitori, o ancora che hanno detto di essere spinti dall'esigenza di ricercare contatti sociali e divertimenti.

Tavola 4.4: Canali informativi utilizzati per principale motivazione all'iscrizione

	Incontri di orientamento	Consigli personali	Materiale a stampa	Internet Università Bologna	Visite	Totale
Difficoltà di trovare lavoro	159	213	252	267	224	434
Necessità della laurea	1225	1212	1626	1394	1328	2573
Crescita culturale	3261	3972	5032	4626	4589	7811
Prospettive di carriera	1848	2218	2697	2494	2285	4292
Elevate remunerazioni	75	108	110	113	59	156
Prestigio sociale	57	89	104	89	49	170
Accontentare i genitori	20	21	19	10	11	30
Contatti sociali e divertimento	10	58	60	46	34	73
Evitare di andare a lavorare	124	135	180	147	132	256
Non voglio rispondere	60	74	55	82	93	117
Altro	43	81	83	140	102	179
Totale	6882	8181	10218	9408	8906	16091
			<i>% riga</i>			
Difficoltà di trovare lavoro	36,6	49,1	58,1	61,5	51,6	100,0
Necessità della laurea	47,6	47,1	63,2	54,2	51,6	100,0
Crescita culturale	41,7	50,9	64,4	59,2	58,8	100,0
Prospettive di carriera	43,1	51,7	62,8	58,1	53,2	100,0
Elevate remunerazioni	48,1	69,2	70,5	72,4	37,8	100,0
Prestigio sociale	33,5	52,4	61,2	52,4	28,8	100,0
Accontentare i genitori	66,7	70,0	63,3	33,3	36,7	100,0
Contatti sociali e divertimento	13,7	79,5	82,2	63,0	46,6	100,0
Evitare di andare a lavorare	48,4	52,7	70,3	57,4	51,6	100,0
Non voglio rispondere	51,3	63,2	47,0	70,1	79,5	100,0
Altro	24,0	45,3	46,4	78,2	57,0	100,0
Totale	42,8	50,8	63,5	58,5	55,3	100,0
			<i>% colonna</i>			
Difficoltà di trovare lavoro	2,3	2,6	2,5	2,8	2,5	2,7
Necessità della laurea	17,8	14,8	15,9	14,8	14,9	16,0
Crescita culturale	47,4	48,6	49,2	49,2	51,5	48,5
Prospettive di carriera	26,9	27,1	26,4	26,5	25,7	26,7
Elevate remunerazioni	1,1	1,3	1,1	1,2	0,7	1,0
Prestigio sociale	0,8	1,1	1,0	0,9	0,6	1,1
Accontentare i genitori	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0,2
Contatti sociali e divertimento	0,1	0,7	0,6	0,5	0,4	0,5
Evitare di andare a lavorare	1,8	1,7	1,8	1,6	1,5	1,6
Non voglio rispondere	0,9	0,9	0,5	0,9	1,0	0,7
Altro	0,6	1,0	0,8	1,5	1,1	1,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

In secondo luogo, se prendiamo in considerazione internet, vediamo che tra chi sceglie questo canale spicca chi è motivato dalla ricerca di elevate retribuzioni, mentre chi ha cercato di accontentare i genitori non ricorre affatto ad internet e più in generale non è spinto a fare ricerche particolari.

E' interessante anche la lettura congiunta delle motivazioni in rapporto alla scelta di ricorrere a visite presso le università. Il problema verrà approfondito nell'ultimo capitolo.

Qui vogliamo segnalare che chi ha scelto una formazione universitaria motivato dalla ricerca di prestigio sociale o di elevate remunerazioni non risulta particolarmente propenso a muoversi personalmente, cioè a recarsi presso le università per acquisire informazioni.

In generale, la motivazione che spinge uno studente a iscriversi all'università non pare irrilevante sui suoi comportamenti successivi e quindi anche sugli strumenti e sulle strategie che si adottano per acquisire informazioni o per effettuare una scelta.

Ci siamo chiesti a questo punto se esistessero differenze nell'utilizzo dei canali informativi tra gli studenti che hanno scelto diverse sedi dell'Alma Mater. Una risposta certamente positiva ci viene dai dati contenuti nella tavola 4.5. Infatti, se confrontiamo le distribuzioni sull'utilizzo dei diversi canali informativi nelle diverse sedi con la distribuzione di Ateneo si evince chiaramente che gli studenti della sede bolognese hanno comportamenti diversi da quelli degli studenti delle altre sedi dell'Ateneo.

Gli incontri e i servizi di orientamento sono decisamente più utilizzati, rispetto alla media, dagli studenti delle sedi di Cesena, di Forlì e di Ravenna, e in particolare da quelli di Forlì. Al contrario, gli studenti di Rimini utilizzano relativamente molto meno questo tipo di canale informativo, in proporzione minore anche degli studenti di Bologna. Nel ricorso ai consigli personali si distinguono in particolare gli studenti della sede di Ravenna.

L'utilizzo del materiale informativo a stampa appare decisamente favorito dagli studenti di Forlì: il 70% degli studenti di questa sede ha fatto ricorso a questo tipo di materiale informativo, mentre gli studenti di Cesena lo utilizzano molto meno della media.

Gli studenti meno attratti dal ricorso ad altri media, e fra questi in particolare da internet, sono quelli di Cesena e di Forlì, mentre quelli

della sede di Rimini e di Ravenna hanno fatto, pur se in misura relativamente modesta, un maggiore utilizzo di questo canale informativo.

Tavola 4.5: Canali informativi utilizzati per sede di studio

	Bologna	Cesena	Forlì	Ravenna	Rimini	Totale
Incontri o servizi di orientamento	4990	517	775	251	350	6883
Richiesto consigli personali	6054	539	761	290	537	8181
Materiale informativo a stampa	7481	630	1088	334	684	10217
Altri media	6991	564	870	319	665	9409
Visite presso l'Università	6435	618	903	330	620	8906
Totale	11882	1061	1550	532	1068	16093
<i>% colonna</i>						
Incontri o servizi di orientamento	42,0	48,7	50,0	47,2	32,8	42,8
Richiesto consigli personali	51,0	50,8	49,1	54,5	50,3	50,8
Materiale informativo a stampa	63,0	59,4	70,2	62,8	64,0	63,5
Altri media	58,8	53,2	56,1	60,0	62,3	58,5
Visite presso l'Università	54,2	58,2	58,3	62,0	58,1	55,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Infine, la raccolta personale di informazioni tramite visite presso le sedi universitarie appare particolarmente favorita dagli studenti di tutte le sedi romagnole, rispetto almeno a quanto non abbiano fatto gli studenti di Bologna.

A parte quest'ultimo caso, dalle evidenze illustrate sembra delinearsi una chiara segmentazione tra i comportamenti degli studenti che si iscrivono alle varie sedi, non solo tra la sede bolognese e quelle romagnole ma anche tra queste ultime.

4.3. L'utilizzo delle fonti di informazione in rapporto al profilo di istruzione delle famiglie e degli studenti.

Il livello culturale della famiglia di origine, la cui misura è stata approssimata dal titolo di studio più elevato conseguito dai genitori, è il primo carattere preso in considerazione in termini di impatto sulla scelta dei canali informativi.

E' opportuna una qualche cautela nella valutazione delle differenze a causa del modesto numero di studenti che provengono da famiglie con formazione scolastica molto bassa, perché potrebbe alterare il confronto ovvero potrebbe rendere un po' meno stabili le stime delle frequenze che abbiamo rilevato. Data questa avvertenza, si nota che il livello di istru-

zione raggiunto dalla famiglia da cui provengono le matricole ha un rilievo non trascurabile sui modi con cui le informazioni vengono acquisite. Se si considerano gli incontri o i servizi di orientamento, si vede chiaramente che chi ricorre di meno a questo tipo di canale informativo sono gli studenti che provengono da una famiglia con un titolo scolastico relativamente modesto (scuola media inferiore o licenza elementare); la differenza con gli altri studenti è di una decina di punti percentuali.

Tavola 4.6: Canali informativi utilizzati per titolo di studio dei genitori

	Incontri o servizi di orientamento	Consigli personali	Materiale a stampa	Internet Università Bologna	Visite	Totale
	%	%	%	%	%	n
Laurea	44,3	55,4	66,3	58,0	53,8	4.580
Scuola superiore	45,8	51,5	63,8	61,6	54,9	7.163
Scuola media inf.	37,3	45,5	60,7	53,9	56,1	3.181
Elementare	28,8	49	60,1	56,3	64,4	775
Nessun titolo	6,1	21,2	15,2	25,8	51,5	66
Non risponde	46,5	39,6	71,8	43,6	55,4	202
Non so	51,6	31	48,4	66,7	63,5	126
Totale	42,8	50,8	63,5	58,5	55,3	16.093

Meno accentuata è la differenza per gli altri canali informativi, anche se permangono elementi di eterogeneità. In particolare utilizzano di più le visite alle università e richiedono meno consigli personali gli studenti che provengono da famiglie con un basso livello scolastico.

Quando si prende in considerazione l'utilizzo di materiale informativo a stampa e l'utilizzo di internet la situazione illustrata si rovescia.

In conclusione il livello culturale che i giovani trovano nell'ambiente familiare ha un certo rilievo nell'orientare la scelta dei canali informativi. Tale condizionamento si manifesta in particolare nel ricorso agli incontri collettivi e ai servizi di orientamento, da un lato, e alle visite personali presso le università. Per le altre modalità di informazione le differenze tra gli studenti in base alla famiglia di provenienza non sono altrettanto significative.

Il secondo carattere considerato è il tipo di diploma conseguito dagli studenti; esso infatti risulta associato a comportamenti differenziali nell'utilizzo dei mezzi di informazione. L'evidenza è che gli studenti che hanno conseguito una maturità classica o scientifica tendono a ricor-

rere maggiormente, in termini relativi, a tutti i canali specificati, con la sola eccezione della raccolta personale di informazioni presso l'Università.

Quest'ultima modalità di informazione, per contro, è sfruttata in misura proporzionalmente maggiore dagli studenti che hanno conseguito altre maturità.

Tavola 4.7: Canali informativi utilizzati per tipo di diploma

	Altra maturità	Classica Scientifica	Non classificati	Totale
Incontri o servizi di orientamento	2919	3959	4	6882
Richiesto consigli personali	4071	4102	8	8181
Materiale informativo a stampa	4896	5291	30	10217
Altri media	4607	4772	30	9409
Raccolto informazioni presso l'Università	4794	4105	8	8907
Totale	8220	7833	40	16093
	<i>% colonna</i>			
Incontri o servizi di orientamento	35,5	50,5	10,0	42,8
Richiesto consigli personali	49,5	52,4	20,0	50,8
Materiale informativo a stampa	59,6	67,5	75,0	63,5
Altri media	56,0	60,9	75,0	58,5
Raccolto informazioni presso l'Università	58,3	52,4	20,0	55,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
	<i>% riga</i>			
Incontri o servizi di orientamento	42,4	57,5	0,1	100,0
Richiesto consigli personali	49,8	50,1	0,1	100,0
Materiale informativo a stampa	47,9	51,8	0,3	100,0
Altri media	49,0	50,7	0,3	100,0
Raccolto informazioni presso l'Università	53,8	46,1	0,1	100,0
Totale	51,1	48,7	0,2	100,0

Particolarmente evidente è il rilievo che hanno gli incontri o i servizi di orientamento per gli studenti con una maturità classica o scientifica; il 57% degli studenti con questa maturità ha utilizzato questo canale informativo. Per contro, gli studenti che hanno conseguito altre maturità ricorrono in maniera proporzionalmente molto minore a questo tipo di canale informativo.

In complesso gli studenti che hanno conseguito altre maturità appaiono meno propensi ad utilizzare le opportunità informative e di orientamento di tipo collettivo, nelle quali non è necessario un ruolo attivo di ricerca dell'informazione. Maggiore invece è la loro propensione a

spostarsi personalmente per acquisire le informazioni presso le specifiche sedi universitarie, cioè una modalità caratterizzata dal rapporto personale diretto e indirizzato verso una specifica facoltà o sede.

E' possibile, inoltre, evincere un'associazione tra il tipo di diploma conseguito dagli studenti e l'intensità della ricerca di informazioni, misurata in termini del numero di canali informativi utilizzati.

Gli studenti con maturità classica e scientifica presentano, in generale, una maggiore propensione a ricorrere a più canali informativi, in particolare, lo ricordiamo, a incontri e servizi di orientamento e a materiale informativo a stampa. Il contrario si riscontra per gli altri tipi di maturità, per i quali abbiamo già sottolineato che il canale informativo più utilizzato è la raccolta di informazioni presso l'università.

Tavola 4.8: Canali informativi utilizzati per tipo di diploma

	Numero canali			
	nessuno o consigli	1-2	3-4	Totale
	<i>% colonna</i>			
Altra maturità	53,4	52,8	45,2	51,3
Classica - scientifica	46,6	47,2	54,8	48,7
Totale	8199	4084	3808	16091
	<i>% riga</i>			
Altra maturità	53,1	26,1	20,8	8257
Classica - scientifica	48,7	24,6	26,7	7834
Totale	51,0	25,4	23,7	16091

La consultazione di materiale informativo a stampa che, come vedremo tra breve, è in larga parte costituito da guide all'università, non dipende soltanto da una scelta degli studenti ma ovviamente anche dalla disponibilità dello stesso presso le scuole. Dalle evidenze raccolte si può concludere che la diffusione di materiale informativo a stampa da parte dell'università è stata più intensa nei confronti dei licei scientifici e classici piuttosto che di altri istituti. Infatti la maggiore frammentazione degli istituti tecnici rende meno agevole la distribuzione del materiale informativo a stampa. Sembra quindi necessario migliorare la diffusione dell'informazione a stampa nei confronti degli istituti di formazione secondaria superiore diversi dai licei classici e scientifici.

4.4. L'articolazione dei diversi canali di informazione

Dopo una panoramica generale, l'analisi prosegue con l'approfondimento delle specifiche modalità di consultazione dei canali informativi che abbiamo preso in considerazione. Ricordiamo che per ciascun canale sono state individuate diverse fonti da cui gli studenti possono ottenere informazioni, ad esempio, gli "incontri o servizi di orientamento" si distinguono in incontri organizzati presso la scuola, presso l'Università di Bologna, presso altre Università, oppure altrove.

Tavola 4.9: Incontri o servizi di orientamento per residenza, voto di diploma ed età (percentuali)

	Totale	Sì	No	di cui presso:			
				Scuola	Università Bologna	Altre Università	Altrove
PROVENIENZA							
Centro	10,7	9,8	11,2	11,0	8,1	17,9	6,6
Emilia Romagna	54,6	64,5	47,5	61,2	75,9	36,9	66,3
Nord	11,4	9,7	12,5	8,7	9,1	21,3	11,0
Sud e isole	23,4	16,0	28,8	19,0	7,0	24,0	15,9
VOTO DIPLOMA							
60-73	35,9	28,7	36,0	28,5	26,1	19,8	20,8
74-86	31,2	30,5	32,0	30,8	32,4	39,4	31,5
87-100	32,9	40,8	32,0	40,8	41,5	40,8	47,4
ETA'							
Fino a 20	75,0	93,1	67,3	95,2	93,6	96,9	89,0
21-23	9,8	4,4	13,6	4,2	3,6	2,4	6,6
24-26	5,0	1,0	7,4	0,2	0,9	0,0	1,9
27-30	3,9	0,4	4,6	0,0	0,5	0,2	0,8
31-40	4,5	1,0	5,5	0,4	1,4	0,5	0,8
Oltre 40	1,3	0,0	1,6	0,0	0,0	0,0	0,8
TOTALE	16093	6882	9210	4506	3697	1027	365

La tavola 4.9 presenta alcuni risultati relativi alla partecipazione ad *incontri e servizi di orientamento*. Gli aspetti essenziali da sottolineare sono che ricorre di più a questo tipo di strumento informativo chi risiede in Emilia Romagna, chi è in possesso di un voto di maturità medio alto. Aumentando il dettaglio, prevalgono, in misura superiore alla media, gli *incontri presso la scuola* per i residenti nel Centro e Sud Italia, gli in-

contri presso l'università di Bologna per gli studenti che risiedono in Emilia Romagna.

Tavola 4.10: Richiesta di consigli (percentuali)

	Totale	Sì	No	di cui da parte di:							
				Genitori	Fratelli maggiori	Altri Parenti	Insegnanti	Amici	Altri adulti	Studenti universitari	
PROVENIENZA											
Centro	10,7	9,9	11,4	11,3	12,5	7,4	10,6	10,1	9,2	10,4	
Emilia Romagna	54,6	56,2	53,3	54,7	46,5	53,9	57,2	56,8	57,6	57,5	
Nord	11,4	11,1	11,5	10,9	10,5	8,5	10,5	11,5	10,7	11,8	
Sud e isole	23,4	22,7	23,9	23,1	30,4	30,2	21,6	21,6	22,5	20,3	
VOTO DIPLOMA											
60-73	35,9	32,2	33,5	29,3	31,5	28,8	23,0	33,2	26,5	32,1	
74-86	31,2	32,4	30,3	32,3	30,3	33,3	33,1	29,7	35,3	32,1	
87-100	32,9	35,4	36,2	38,3	38,2	37,9	43,9	37,2	38,3	35,8	
ETA'											
Fino a 20	75,0	83,4	73,1	88,1	86,3	91,8	91,2	81,8	82,3	84,4	
21-23	9,8	8,9	10,5	7,9	8,2	5,0	4,2	10,4	8,1	9,1	
24-26	5,0	3,5	5,9	2,1	2,5	0,9	1,9	3,6	4,1	2,5	
27-30	3,9	2,1	3,5	1,2	1,9	1,6	1,3	2,3	1,9	1,9	
31-40	4,5	1,8	5,4	0,8	1,2	0,7	1,3	1,6	3,0	2,1	
Oltre40	1,3	0,3	1,6	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,6	0,0	
TOTALE	16093	8181	7912	3709	1562	1347	3098	4223	1344	3996	

Nel caso della richiesta di consigli personali (Tavola 4.10), il ricorso ai consigli dei genitori è, con sorpresa, non dominante, bensì secondo alle *richieste di consigli ad amici e compagni di studio e ad altri studenti universitari*, soprattutto, per chi ha voti di maturità mediamente non elevati. Non risulta trascurabile il *ruolo degli insegnanti*, particolarmente rilevante per gli studenti che hanno appena conseguito la maturità ottenendo buoni voti. Infine, non si rilevano differenze geografiche nel caratterizzare l'interesse per questo canale.

Dalle schematiche informazioni qui riportate sull'utilizzo di questo canale, possiamo forse trarre un'indicazione importante: il fatto di avere svolto un buon lavoro e quindi di avere soddisfatto le esigenze degli

studenti delle facoltà dell'Ateneo bolognese si traduce in una pubblicità positiva che si trasmette oralmente (*word of mouth*); in altri termini si potrebbe dire che chi semina raccoglie.

Veniamo ora all'utilizzo del *materiale informativo a stampa* (Tavola 4.11). Questo è il canale maggiormente utilizzato e in questo ambito la tipologia di materiale decisamente prevalente tra gli studenti, soprattutto tra i più giovani, sono le *guide universitarie delle facoltà*. Sono poco consultati, invece, gli *inserti sulla stampa*, anche se non c'è dubbio che per coloro che hanno conseguito un buon voto di maturità questo canale è stato importante. Con sufficiente certezza si può affermare che la *pubblicità e gli avvisi sulla stampa* sono sostanzialmente irrilevanti.

Tavola 4.11: Consultazione di materiale informativo a stampa (percentuali)

	Totale	Si	No	Di cui:				
				Guide universitarie facoltà	Altro mat. distribuito a scuola	Inserti su stampa	Altre guide facoltà	Pubblicità e avvisi
PROVENIENZA								
Centro	10,7	11,1	9,7	11,2	8,8	10,8	11,5	14,0
Emilia Romagna	54,6	55,0	54,3	54,9	54,4	45,9	34,5	57,9
Nord	11,4	10,6	12,6	9,5	13,3	17,2	29,1	12,4
Sud e isole	23,4	23,2	23,5	24,4	23,4	25,9	25,5	15,8
VOTO DIPLOMA								
60-73	35,9	30,2	37,3	30,8	27,1	23,6	33,3	35,4
74-86	31,2	31,3	31,5	31,6	29,5	28,8	40,0	39,5
87-100	32,9	38,5	31,2	37,5	43,3	47,5	27,3	24,8
ETA'								
Fino a 20	75,0	84,8	67,1	84,9	92,3	86,6	90,3	74,4
21-23	9,8	8,0	12,6	8,2	5,4	4,2	2,4	11,1
24-26	5,0	3,3	7,0	3,3	1,7	1,5	4,8	5,2
27-30	3,9	1,4	5,3	1,4	0,4	2,3	2,4	1,0
31-40	4,5	2,1	6,2	1,7	0,0	4,9	0,0	5,4
Oltre 40	1,3	0,5	1,8	0,5	0,2	0,6	0,0	2,8
TOTALE	16093	10218	5876	9021	1361	1365	165	387

Poco utilizzato è anche il *materiale informativo distribuito a scuola* diverso dalle guide universitarie. Ancora una volta, notiamo che questa

fonte è oggetto di interesse soltanto per gli studenti che hanno un alto voto di maturità.

In generale l'interesse verso questo canale informativo appare abbastanza uniforme per gli studenti, qualunque sia la loro provenienza geografica. Gli aspetti che abbiamo messo in evidenza portano a sottolineare che probabilmente il ricorso a questo tipo di materiale ha più importanza per chi ha i voti più alti e anche per chi è più giovane, cioè per chi ha conseguito la maturità nell'anno in cui si è iscritto all'università.

Veniamo ora ad un canale che certamente oggi è oggetto di interesse e di attenzione particolari, gli altri media, che includono la televisione e la radio, siti internet universitari e altri siti internet non universitari (Tavola 4.12).

Al riguardo è da sottolineare prima di tutto il dato che mostra quanto sia ormai estremamente significativo il ricorso ad internet e in particolare ai *siti internet dell'università di Bologna*. Questo vale in particolare per gli studenti del nord e del sud, per quelli che hanno voti mediamente più alti e sono più giovani. Invece, è decisamente irrilevante il ruolo della *televisione* e delle *radio*, così come quello dei *siti non universitari*, mentre ha un'importanza maggiore il ricorso a *siti internet di altre università*.

Non c'è dubbio quindi che internet stia diventando un mezzo sempre più importante per acquisire informazioni, che avrà un ruolo sempre maggiore e sul quale bisogna verosimilmente investire in termini di potenziamento e miglioramento delle caratteristiche e delle modalità di accesso.

Tavola 4.12: Altri media utilizzati (percentuali)

	Totale	Sì	No	di cui:			
				Trasmissioni televisive o radiofoniche	Internet Università Bologna	Internet altre Università	Altri siti Internet
PROVENIENZA							
Centro	10,7	11,7	9,1	10,7	11,9	14,6	13,6
Emilia Romagna	54,6	50,4	61,0	40,1	50,3	34,8	40,6
Nord	11,4	13,5	8,1	16,6	13,5	20,1	21,5
Sud e isole	23,4	24,4	21,8	32,0	24,4	30,5	24,0
VOTO DIPLOMA							
60-73	35,9	32,2	33,7	32,0	31,9	27,6	28,1
74-86	31,2	29,9	33,5	30,1	30,1	29,4	28,3
87-100	32,9	37,9	32,9	37,6	38,0	43,1	43,4
ETA'							
Fino a 20	75,0	79,2	77,1	78,4	79,4	78,2	81,1
21-23	9,8	9,4	10,1	13,2	9,1	7,9	6,1
24-26	5,0	4,5	4,8	5,3	4,6	5,2	6,8
27-30	3,9	2,4	3,5	0,9	2,3	3,3	0,5
31-40	4,5	3,9	3,2	2,2	3,9	4,1	4,9
Oltre 40	1,3	0,7	1,3	0,0	0,7	1,3	0,5
TOTALE	16.093	9.410	6.684	319	9.232	2.543	572

La richiesta personale di informazioni presso gli atenei è importante per diverse categorie di studenti (Tavola 4.13). In particolare, tra le tipologie di visite considerate (presso la sede dell'ateneo di Bologna, presso sedi di altri atenei, all'URP dell'Università di Bologna) spiccano le visite alla sede dell'università di Bologna, mentre di minore rilievo sono gli altri modi di acquisire informazioni personalmente, come le richieste all'ufficio relazioni con il pubblico dell'università di Bologna o recarsi presso le sedi di altri atenei.

In termini generali possiamo dire che questo tipo di canale informativo ha un significato maggiore per gli studenti che provengono dal Centro Italia, che hanno voti medio-alti.

I più giovani tendono a muoversi di più per acquisire informazioni con visite ad altri atenei, anche se le visite personali ad altri atenei sono circoscritte ad un fenomeno relativamente modesto.

Vale la pena sottolineare che hanno fatto maggiormente ricorso all'ufficio relazioni con il pubblico gli studenti che provengono dal Nord e dal Sud del paese.

In sintesi, emerge che non deve essere trascurata la capacità di accogliere e comunicare efficacemente attraverso contatti diretti, anche se questo canale non è quello più importante; la quota di studenti che ha fatto ricorso a questo mezzo non è certamente da trascurare.

Tavola 4.13: Richiesta personale di informazioni (percentuali)

	Totale	Sì	No	di cui presso:		
				Sedi Università di Bologna	Altri Atenei	URP Università Di Bologna
PROVENIENZA						
Centro	10,7	12,2	8,7	12,3	14,0	5,2
Emilia Romagna	54,6	55,4	54,0	55,9	37,9	55,4
Nord	11,4	11,9	10,5	12,1	21,6	12,6
Sud e isole	23,4	20,6	26,7	19,7	26,5	26,8
VOTO DIPLOMA						
60-73	35,9	33,4	32,1	33,5	26,5	35,6
74-86	31,2	32,4	30,1	31,8	36,9	28,1
87-100	32,9	34,2	37,8	34,6	36,7	36,3
ETA'						
Fino a 20	75,0	75,6	81,6	76,1	82,6	63,1
21-23	9,8	11,1	7,8	11,3	9,5	10,8
24-26	5,0	5,0	4,3	4,5	3,9	10,8
27-30	3,9	3,3	2,3	3,0	1,1	7,7
31-40	4,5	4,1	3,0	4,3	1,5	5,7
Oltre 40	1,3	0,9	1,0	0,8	1,5	1,8
TOTALE	16.093	8.906	7.186	8.169	1.229	388

4.5. Il giudizio sui canali informativi

Una volta individuato il rilievo dei diversi canali informativi, ci siamo posti il problema di capire come questi siano stati giudicati da chi li ha usati. I giudizi che abbiamo richiesto tendono ad appurare il grado di soddisfazione degli utenti riguardo i seguenti attributi: *comprensibilità e esaustività dell'informazione, attrazione della presentazione e curiosità suscitata.*

In sintesi, dall'indagine sono emerse valutazioni abbastanza omogenee. I risultati dettagliati sono riportati nelle tavole dalla 4.14 alla 4.17.

La valutazione è per quasi tutti i canali, tendenzialmente positiva: la classe di valutazione modale è in generale quella della sufficienza, seguita dal giudizio decisamente positivo. Le valutazioni negative sono quasi sempre limitate ad un numero molto ristretto di studenti.

Nel complesso, dunque, si può ritenere che gli studenti abbiano giudicato le fonti informative utilizzate soddisfacenti, anche se si deve aggiungere che sussistono spazi per migliorare l'efficacia di tutti i canali considerati.

La situazione illustrata è valida in generale con qualche differenziazione. Nel caso degli *incontri*, quelli che sono stati giudicati più positivamente sono quelli organizzati presso il nostro Ateneo: tra il 38% e il 45% degli studenti ha dichiarato che questi sono stati molto comprensibili, esaurienti, hanno stimolato la curiosità, ma meno rilevante è stata la loro capacità di attrazione (32%). Oltre a ciò, quote ancora più rilevanti di studenti hanno giudicato sufficienti questi aspetti. Vale la pena di evidenziare che gli incontri presso l'Università di Bologna sono stati considerati molto più soddisfacenti di quelli realizzati presso altri atenei. Anche gli incontri organizzati a scuola non hanno raggiunto i livelli di gradimento di quelli organizzati dall'Ateneo, in particolare risultano meno esaurienti e meno attraenti.

Se consideriamo l'utilizzo di *materiale a stampa* il gradimento complessivo è meno evidente. Spicca generalmente un giudizio di sufficienza. Si nota tuttavia che le fonti di informazione che in questo ambito ricevono il maggior numero di valutazioni molto positive sono le guide non universitarie e gli inserti sulla stampa. Questi giudizi positivi riguardano in particolare la comprensibilità dei messaggi e la loro capacità di attirare l'attenzione, e per le prime si deve sottolineare il giudizio molto positivo rispetto alla curiosità che sanno suscitare in chi le consulta. Tuttavia, anche le guide universitarie vengono giudicate molto positivamente dal 40% degli studenti che ha usato questo canale informativo, meno positivo è il giudizio sul loro livello di completezza e sulla loro capacità di attrazione.

Tavola 4.14a: Giudizio sugli incontri organizzati a scuola

	Comprensibili		Esaurienti		Attrattenti		Curiosità	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Per nulla	57	1,3	133	3,0	258	5,7	176	3,9
Poco	709	15,7	1.249	27,7	1.168	25,9	731	16,2
Sufficientemente	2.393	53,1	2.073	46,0	2.114	46,9	2.064	45,8
Molto	1.191	26,4	910	20,2	900	20,0	1.477	32,8
Del tutto	156	3,5	133	2,9	50	1,1	56	1,2
Non risponde	0	0,0	7	0,1	16	0,4	2	0,0
Totale	4.505	100,0	4.505	100,0	4.505	100,0	4.505	100,0

Tavola 4.14b: Giudizio sugli incontri organizzati presso l'università di Bologna

	Comprensibili		Esaurienti		Attrattenti		Curiosità	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Per nulla	10	0,3	45	1,2	131	3,6	113	3,0
Poco	246	6,7	436	11,8	501	13,6	221	6,0
Sufficientemente	1644	44,5	1611	43,6	1790	48,4	1552	42,0
Molto	1606	43,4	1412	38,2	1194	32,3	1660	44,9
Del tutto	191	5,2	193	5,2	60	1,6	152	4,1
Non risponde	0	0,0	0	0,0	21	0,6	0	0,0
Totale	3697	100,0	3697	100,0	3697	100,0	3697	100,0

Tavola 4.14c: Giudizio sugli incontri organizzati presso altre università

	Comprensibili		Esaurienti		Attrattenti		Curiosità	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Per nulla	23	2,3	35	3,4	125	12,2	77	7,5
Poco	92	8,9	143	13,9	167	16,3	214	20,8
Sufficientemente	541	52,6	488	47,5	483	47,0	443	43,1
Molto	349	33,9	328	31,9	198	19,3	251	24,5
Del tutto	23	2,2	33	3,2	39	3,8	38	3,7
Non risponde	0	0,0	0	0,0	15	1,5	5	0,5
Totale	1028	100,0	1028	100,0	1028	100,0	1028	100,0

Tavola 4.15a: Giudizio sulle guide universitarie delle facoltà

	Comprensibili		Esaurienti		Attrattenti		Curiosità	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Per nulla	48	0,5	201	2,2	613	6,8	383	4,2
Poco	985	10,9	1979	21,9	1961	21,7	1178	13,1
Sufficientemente	4365	48,4	4079	45,2	4376	48,5	4332	48,0
Molto	3161	35,0	2416	26,8	1782	19,8	2873	31,8
Del tutto	449	5,0	320	3,5	216	2,4	222	2,5
Non risponde	14	0,2	27	0,3	73	0,8	33	0,4
Totale	9021	100,0	9021	100,0	9021	100,0	9021	100,0

Tavola 4.15b: Giudizio su altro tipo di materiale informativo distribuito a scuola

	Comprensibili		Esaurienti		Attrattenti		Curiosità	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Per nulla	5	0	33	2	177	13	66	5
Poco	153	11	312	23	289	21	220	16
Sufficientemente	703	52	627	46	546	40	613	45
Molto	423	31	335	25	329	24	441	32
Del tutto	77	6	53	4	9	1	21	2
Non risponde	0	0	0	0	10	1	0	0
Totale	1360	100	1360	100	1360	100	1360	100

Tavola 4.15c: Giudizio su inserti su stampa quotidiana o settimanale

	Comprensibili		Esaurienti		Attrattenti		Curiosità	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Per nulla	33	2,4	28	2,0	72	5,3	69	5,1
Poco	139	10,2	310	22,7	248	18,2	201	14,7
Sufficientemente	688	50,4	604	44,3	541	39,7	568	41,7
Molto	473	34,7	393	28,8	482	35,3	492	36,1
Del tutto	31	2,2	27	2,0	8	0,6	30	2,2
Non risponde	0	0,0	3	0,2	13	0,9	3	0,2
Totale	1364	100,0	1364	100,0	1364	100,0	1364	100,0

Tavola 4.15d: Giudizio su altre guide alla scelta della facoltà

	Comprensibili		Esaurienti		Attrattenti		Curiosità	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Per nulla	14	8,7	14	8,7	27	16,3	23	13,6
Poco	11	6,3	18	10,6	16	9,5	10	6,3
Sufficientemente	77	46,6	89	53,7	64	38,5	45	27,0
Molto	63	38,3	45	27,0	51	30,7	88	53,1
Del tutto	0	0,0	0	0,0	8	4,9	0	0,0
Non risponde								
Totale	166	100,0	166	100,0	166	100,0	166	100,0

Tavola 4.15e: Giudizio su pubblicità e avvisi su stampa

	Comprensibili		Esaurienti		Attrattenti		Curiosità	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Per nulla	20	5,1	26	6,8	62	16,1	24	6,1
Poco	44	11,4	63	16,2	53	13,6	48	12,5
Sufficientemente	185	48,0	191	49,4	186	48,1	160	41,5
Molto	137	35,6	106	27,5	86	22,2	154	40,0
Del tutto								
Non risponde								
Totale	387	100,0	387	100,0	387	100,0	387	100,0

Tavola 4.16a: Giudizio sulle trasmissioni televisive e radiofoniche

	Comprensibili		Esaurienti		Attrattenti		Curiosità	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Per nulla	10	3,1	9	2,7	49	15,4	17	5,3
Poco	53	16,6	63	20,0	49	15,5	50	15,8
Sufficientemente	181	57,0	150	47,2	136	42,8	140	44,3
Molto	66	20,6	85	26,7	71	22,3	102	32,2
Del tutto	3	1,1	6	1,9	3	0,9	3	0,9
Non risponde	5	1,6	5	1,6	10	3,2	5	1,6
Totale	317	100,0	317	100,0	317	100,0	317	100,0

Tavola 4.16b: Giudizio sul sito internet dell'università di Bologna

	Comprensibili		Esaurienti		Attrattenti		Curiosità	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Per nulla	84	0,9	176	1,9	469	5,1	354	3,8
Poco	941	10,2	1768	19,2	1268	13,7	1118	12,1
Sufficientemente	3972	43,0	3527	38,2	4182	45,3	3920	42,5
Molto	3689	40,0	3259	35,3	2925	31,7	3503	38,0
Del tutto	545	5,9	501	5,4	331	3,6	328	3,6
Non risponde	0	0,0	0	0,0	56	0,6	7	0,1
Totale	9230	100,0	9230	100,0	9230	100,0	9230	100,0

Tavola 4.16c: Giudizio sui siti internet di altre università

	Comprensibili		Esaurienti		Attrattenti		Curiosità	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Per nulla	17	0,7	75	2,9	132	5,2	232	9,1
Poco	367	14,4	537	21,1	566	22,3	664	26,1
Sufficientemente	1378	54,2	1260	49,5	1272	50,0	1065	41,9
Molto	708	27,8	595	23,4	491	19,3	502	19,7
Del tutto	49	1,9	42	1,6	46	1,8	57	2,2
Non risponde	24	1,0	35	1,4	35	1,4	24	1,0
Totale	2543	100,0	2543	100,0	2543	100,0	2543	100,0

Tavola 4.16d: Giudizio su altri siti internet

	Comprensibili		Esaurienti		Attrattenti		Curiosità	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Per nulla	0	0,0	10	1,8	57	10,0	44	7,8
Poco	68	11,9	87	15,2	100	17,5	89	15,6
Sufficientemente	269	47,2	276	48,4	182	31,9	188	33,0
Molto	234	41,0	195	34,1	210	36,8	247	43,2
Del tutto	0	0,0	3	0,5	0	0,0	3	0,5
Non risponde	0	0,0	0	0,0	22	3,8	0	0,0
Totale	571	100,0	571	100,0	571	100,0	571	100,0

Veniamo ora alla fonte costituita dagli *altri media*. Poiché in questo ambito si tratta sostanzialmente dell'utilizzo di siti internet dell'Ateneo di Bologna e di quelli di altri atenei, ci soffermeremo solo sul gradimento espresso per questi canali informativi.

Anche in questi casi il gradimento è alto. Il 46% degli utilizzatori dei siti internet dell'Università di Bologna li ha giudicati molto positivamente dal punto di vista della comprensibilità; il 41% li ritiene molto esaurienti, per il 42% suscitano in modo molto forte la curiosità e per il 35% sono molto attraenti. Decisamente più basso è il gradimento per tutti questi caratteri espresso per i siti degli altri atenei.

Infine, consideriamo le *visite personali presso l'Università*. La modalità di maggior successo è certamente la richiesta di informazioni all'URP: il 58% degli utilizzatori di questo canale informativo è molto soddisfatto della comprensibilità delle informazioni fornite dall'URP e un altro 50% le giudica molto esaurienti. Questa modalità di acquisizione delle informazioni è comunque giudicata meno positivamente se si considera il suo grado di attrazione e la sua capacità di stimolare la curiosità degli utenti. Non si distinguono particolarmente per la capacità di soddisfare gli studenti le visite alle sedi o segreterie dell'Università di Bologna, anche se il gradimento relativo che si manifesta nei confronti della stessa modalità presso altri atenei è decisamente inferiore.

Un ultimo aspetto da considerare, a completamento del quadro delineato sulla soddisfazione per l'informazione acquisita con i vari canali informativi, è la valutazione dell'informazione in relazione a diversi aspetti della vita universitaria: contenuti del corso di laurea, sbocchi professionali, docenti e didattica, dotazioni strutturali, organizzazione della facoltà, assistenza agli studenti. Al momento dell'iscrizione all'università, l'informazione disponibile sui contenuti del corso e sugli sbocchi professionali è stata giudicata discreta o ottima dal 45-46% degli immatricolati. L'informazione su altri aspetti non è stata altrettanto soddisfacente, soprattutto per quanto riguarda i docenti e la didattica, le dotazioni strutturali e l'assistenza agli studenti, per i quali la percentuale di immatricolati con informazione nulla o scarsa è pari a circa il 50% e circa il 36% (Fig. 4.1). Le aspettative create da questa informazione sono state in buona misura confermate; la corrispondenza dell'informazione acquisita al momento dell'iscrizione alla realtà sperimentata nei primi mesi è risultata discreta o ottima per il 60% e il 50% degli studenti per

quanto riguarda rispettivamente i contenuti del corso e i docenti e la didattica, un po' meno per l'organizzazione della facoltà e le dotazioni strutturali (la corrispondenza è discreta o ottima per il 45-47% degli studenti), mentre la corrispondenza è stata minore per ciò che riguarda l'assistenza agli studenti (Fig. 4.2).

Tavola 4.17a: Giudizio sulle visite personali presso sedi dell'università di Bologna

	Comprensibili		Esaurienti		Attrianti		Curiosità	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Per nulla	294	3,6	366	4,5	790	9,7	734	9,0
Poco	1178	14,4	1548	19,0	1757	21,5	1100	13,5
Sufficientemente	3491	42,7	3195	39,1	3592	44,0	3555	43,5
Molto	2804	34,3	2609	31,9	1762	21,6	2500	30,6
Del tutto	390	4,8	439	5,4	179	2,2	273	3,3
Non risponde	12	0,2	12	0,2	88	1,1	7	0,1
Totale	8169	100,0	8169	100,0	8169	100,0	8169	100,0

Tavola 4.17b: Giudizio sulle visite personali presso altri atenei

	Comprensibili		Esaurienti		Attrianti		Curiosità	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Per nulla	41	3,3	43	3,5	147	11,9	179	14,5
Poco	166	13,5	214	17,4	292	23,8	284	23,1
Sufficientemente	608	49,4	575	46,8	531	43,1	472	38,4
Molto	353	28,7	343	27,9	222	18,0	254	20,7
Del tutto	41	3,3	32	2,6	18	1,4	19	1,5
Non risponde	21	1,7	21	1,7	21	1,7	21	1,7
Totale	1230	100,0	1230	100,0	1230	100,0	1230	100,0

Tavola 4.17c: Giudizio sulle richieste all'URP dell'università di Bologna

	Comprensibili		Esaurienti		Attrianti		Curiosità	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Per nulla	9	2,3	9	2,3	46	11,7	57	14,7
Poco	35	9,0	29	7,6	42	10,8	46	11,8
Sufficientemente	112	29,0	151	39,0	178	46,0	162	41,7
Molto	175	45,3	138	35,6	90	23,3	98	25,2
Del tutto	51	13,1	55	14,1	27	6,9	21	5,3
Non risponde	5	1,3	5	1,3	5	1,3	5	1,3
Totale	388	100,0	388	100,0	388	100,0	388	100,0

Figura 4.1: Valutazione dell'informazione acquisita su diversi aspetti al momento dell'iscrizione

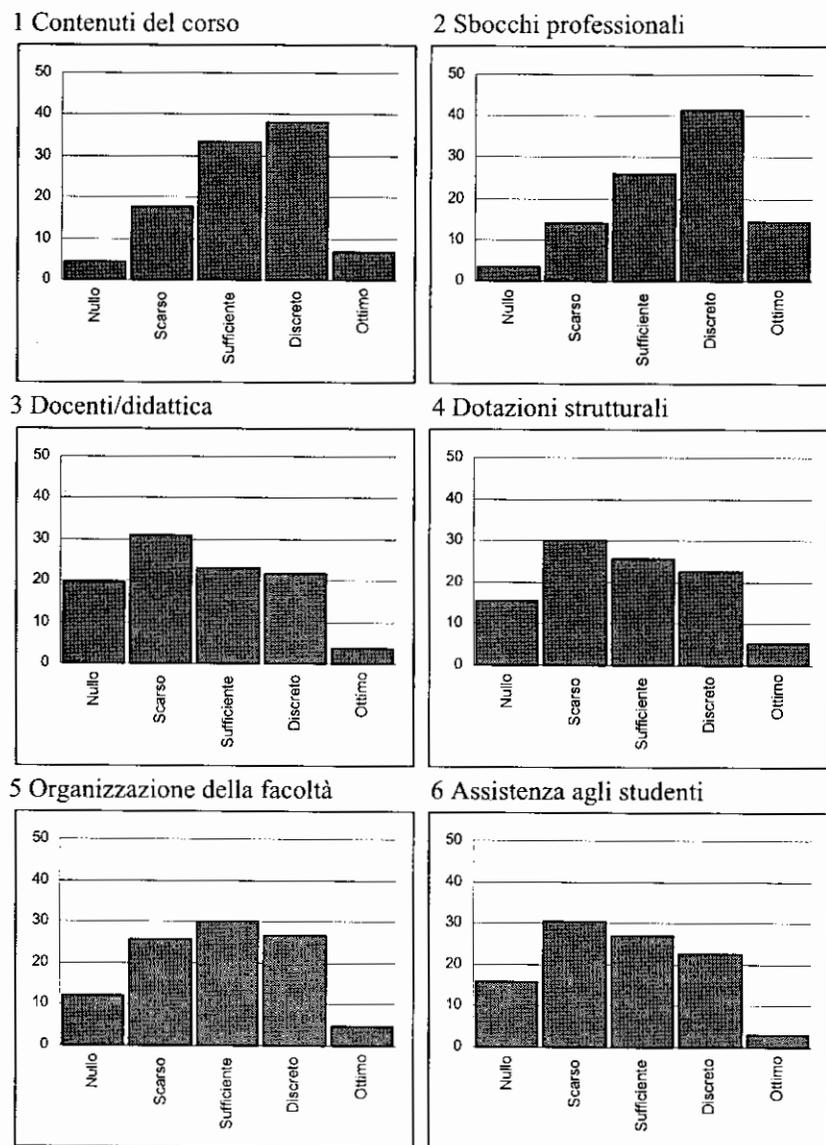
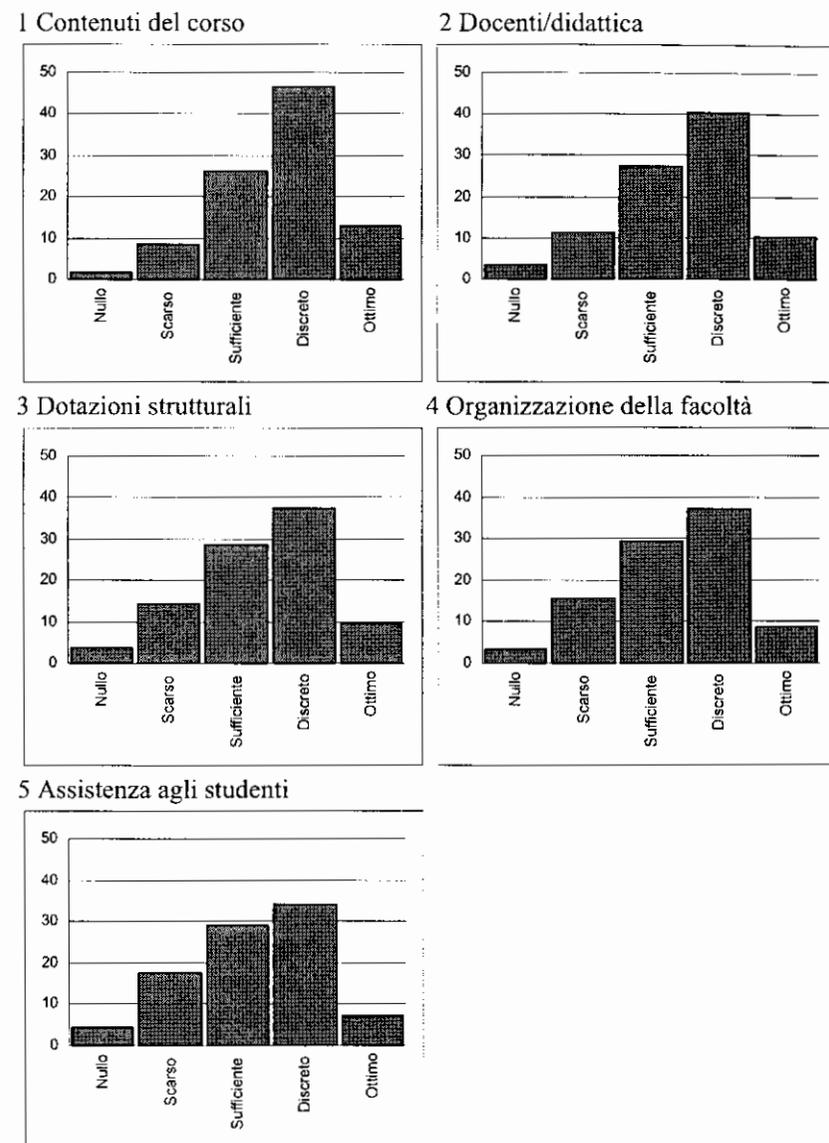


Figura 4.2: Grado di corrispondenza dell'informazione acquisita all'esperienza vissuta nei primi mesi di frequenza



4.6. L'impatto dei canali informativi sulle scelte degli studenti

A conclusione di questa sezione è certamente necessario soffermarsi sull'effetto che i canali informativi hanno avuto nel determinare la scelta effettuata. Infatti, è ben evidente che non basta che gli studenti ricorrano ad uno o più modi per raccogliere informazioni per determinare quanto l'informazione sia stata rilevante nelle scelte che poi sono state effettuate. Non è facile riuscire a separare il ricorso a uno strumento informativo dal suo effetto sulla decisione e quindi è bene precisare che le evidenze che qui di seguito riportiamo riguardano una percezione soggettiva degli studenti sul rilievo che un certo canale informativo ha avuto nel determinare la loro scelta finale.

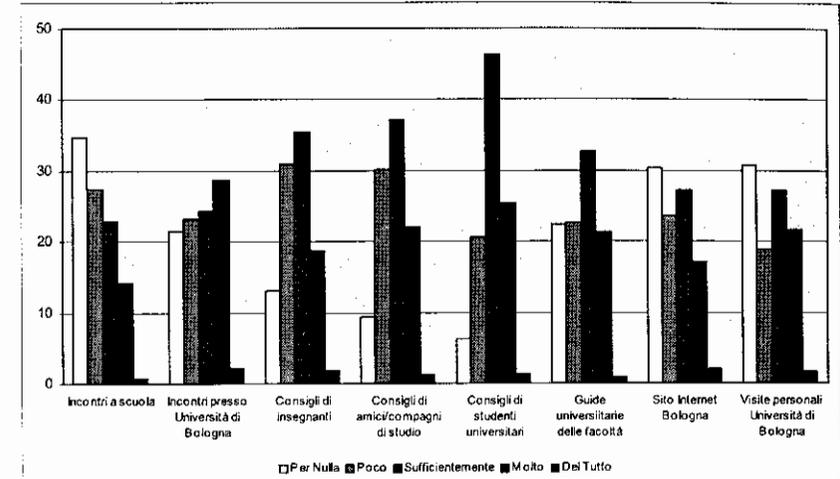
Il quadro sintetico che emerge (Fig. 4.3) mostra un collettivo con comportamenti che sembrerebbero contraddittori. Infatti, pur trovandoci di fronte a un numero elevato di studenti che consulta canali informativi e ad un numero elevato di canali utilizzato da ciascun studente, i casi in cui un canale informativo risulta assolutamente determinante nella scelta riguardano appena il 2% degli studenti.

Si pensi, per esempio, al rilievo che hanno avuto gli incontri a scuola e il ricorso al sito internet dell'Università di Bologna, eppure questi strumenti informativi sono considerati addirittura "non rilevanti" ai fini della scelta dal 62% degli studenti nel caso degli incontri a scuola e dal 54% degli studenti nel caso del sito internet. Più efficaci nell'orientare la scelta sembrano essere stati gli incontri organizzati presso l'università di Bologna, giudicati molto influenti sulla scelta finale dal 28% degli studenti (e da circa un altro quarto giudicati "sufficientemente" influenti). L'altra fonte a cui più spesso ricorrono gli studenti, le guide delle facoltà, hanno sicuramente contribuito ad orientare le scelte effettuate nel 55% dei casi, anche se in misura consistente solo per il 21% di essi, mentre per coloro che ricorrono alle visite all'ateneo di Bologna si osserva un sostanziale equilibrio.

Al contrario, gli studenti sembrano fare maggior affidamento sui consigli di amici o di altri studenti universitari, e in parte, di insegnanti, visto che circa il 59% di coloro che hanno fatto ricorso ai consigli degli amici si è fatto influenzare nella scelta finale e addirittura il 77% di coloro che hanno richiesto consigli ad altri studenti universitari li hanno poi seguiti. Dunque, questa modalità di acquisire informazioni attraverso contatti con amici e altri studenti che hanno frequentato l'ambiente

universitario è certamente rilevante in termini numerici e importante in termini di impatto sulla scelta: l'università è, evidentemente, un bene fiducia.

Figura 4.3: influenza delle principali fonti informative sulle scelte



Informazioni più dettagliate per ogni singola fonte consultata si possono ricavare dalle tavole riportate alla fine della sezione (Tavole 4.18-4.22).

Il quadro che emerge ci mostra che si ricorre a molti strumenti informativi ed è il complesso di queste informazioni che sembra incidere sulla scelta, ma questo non basta, a fronte di questa informazione esiste verosimilmente un altro insieme di fattori importanti. Si tratta delle conoscenze e delle aspettative che si sono venute accumulando nella vita dei nostri giovani, degli orientamenti e delle propensioni soggettive che già in qualche modo sono abbozzate dentro ciascuno di noi. L'informazione raccolta attraverso i canali considerati è certamente rilevante ma prevalentemente come strumento di supporto alla decisione e raramente diventa uno strumento decisivo per la scelta.

Si potrebbe allora, in considerazione di questi risultati, affermare che la migliore pubblicità che l'università può fare, cioè il miglior modo di comunicare quello che fa, è fornire un buon servizio formativo agli studenti. Bisogna anche comunicare quello che si fa e quali sono le alterna-

tive disponibili e il livello reale di servizi offerti, assumendo un'ottica in cui l'informazione dettagliata e corretta prevalga in modo chiaro e definitivo sulla componente persuasiva della comunicazione.

Tavola 4.18: Influenza sulla scelta universitaria degli incontri e servizi di orientamento (percentuali)

	Scuola	Università Bologna	Altre Università	Altrove
Non so	0,3	0,3	1,2	0
Per nulla	34,7	21,5	30,8	26,0
Poco	27,3	23,2	24,9	16,0
Sufficientemente	22,8	24,3	22,9	31,8
Molto	14,2	28,5	18,5	23,0
Del tutto	0,7	2,2	1,7	3,2
Totale	4505	3697	1028	364

Tavola 4.19: Influenza sulla scelta universitaria dei consigli (percentuali)

	Per nulla	Poco	Suffic.	Molto	Del tutto	Non so	Totale
di genitori	15,2	38,7	31,3	13,8	1,0	0,0	3707
di fratelli/sorelle maggiori	10,7	30,5	32,1	24,6	2,2	0,0	1562
di altri parenti	11,7	33,2	35,2	19,5	0,4	0,0	1347
di insegnanti	13,0	30,9	35,5	18,7	1,8	0,1	3097
di amici/compagni	9,5	30,2	36,9	21,9	1,2	0,3	4222
di altri adulti	10,3	24,9	43,8	20,6	0,5	0,0	1345
di altri studenti universitari	6,3	20,7	46,3	25,3	1,3	0,1	3997

Tavola 4.20: Influenza sulla scelta universitari del materiale informativo a stampa (percentuali)

	Guide alle facoltà	Materiale informativo distribuito a scuola	Inserti su stampa	Altre guide	Pubblicità e avvisi su stampa
Non so	0,2	0	0	0	0
Per Nulla	22,3	25,1	24,4	31,8	16,3
Poco	22,6	28,3	27,9	19,5	24,1
Sufficientemente	32,7	29,2	28,9	36,3	38,2
Molto	21,3	17,4	17,9	12,4	20,6
Del Tutto	0,9	0	1,0	0	0,9
Totale	9021	1360	1364	166	387

Tavola 4.21: Influenza sulla scelta universitaria di altri media (percentuali)

	Trasmissioni televise e radiofoniche	Siti internet università Bologna	Siti internet altre università	Altri siti Internet
Non so	4,1	0,3	1,9	0
Per Nulla	26,2	30,3	44,3	26,3
Poco	28,6	23,4	25,1	33,6
Sufficientemente	23,1	27,1	18,9	21,2
Molto	18,0	17,0	8,4	18,8
Del tutto	0	1,9	1,3	0
Totale	317	9230	2543	571

Tavola 4.22: Influenza sulla scelta universitaria delle informazioni richieste presso l'Università (percentuali)

	Visite atenco Bologna	Visite altri atenei	Richieste URP Bologna
Non so	0,9	3,5	2,5
Per Nulla	30,4	32,3	30,5
Poco	18,7	18,0	10,3
Sufficientemente	27,0	26,7	26,8
Molto	21,5	17,2	20,8
Del Tutto	1,6	2,3	9,2
Totale	8169	1230	388

PARTE III

Capitolo 5 - La formazione dell'orientamento delle matricole

5.1. Premessa

L'analisi della formazione dell'orientamento nella scelta universitaria è qui approfondita cercando di mettere in luce gruppi di individui simili rispetto alle modalità di reperimento delle informazioni utili per la scelta universitaria. L'obiettivo di questa impostazione è quello di aiutare a comprendere "cosa e come comunicare" ed individuare chi deve essere il destinatario della comunicazione.

L'individuazione di comportamenti omogenei, distinti e ben caratterizzati aiuta sia a descrivere meglio il fenomeno che stiamo studiando, sia ad adeguare i prodotti informativi e le strategie di orientamento in funzione delle esigenze concretamente manifestate dagli utenti, ovvero a determinare la segmentazione del mercato dei servizi di orientamento.

Nell'analisi si sono approfonditi i profili di risposta rispetto al numero e al tipo dei canali utilizzati, per individuare gruppi di matricole simili dal punto di vista del processo seguito per l'orientamento.

Rispetto ai paragrafi precedenti le tecniche utilizzate in questa sezione sono di tipo multivariato, per tenere conto delle numerose sfaccettature del fenomeno osservato. L'approccio consente di considerare le variabili oggetto di studio *congiuntamente* e quindi di estendere l'analisi univariata o bivariata fino ad ora proposta.

5.2. La segmentazione delle matricole secondo il processo di orientamento

L'individuazione di gruppi omogenei di immatricolati, tra loro distinti e ben caratterizzati permette di approfondire gli aspetti caratteristici dei processi generali di orientamento e rappresenta quindi un passo utile per la definizione di strategie di orientamento e prodotti informativi efficaci.

L'idea è di analizzare come si siano compiuti i processi di orientamento, identificare le associazioni tra questi e le caratteristiche delle matricole ed isolare gruppi di individui con comportamenti simili per cui adottare o migliorare le politiche stesse.

La fase preliminare al raggruppamento è stata la ricerca della struttura latente delle variabili tramite l'applicazione del metodo delle corrispondenze multiple. Il metodo consente di trasformare i dati originari, qualitativi, in punteggi quantitativi (corrispondenti alle proiezioni lineari su uno spazio ortogonale)¹⁴.

La classificazione delle matricole in gruppi omogenei è effettuata tramite l'applicazione di un algoritmo di *cluster* gerarchica ai risultati dell'analisi delle corrispondenze multiple. I metodi di classificazione gerarchica permettono di ottenere una famiglia di partizioni associate a livelli successivi di raggruppamento, che possono essere rappresentate mediante una struttura ad albero. La formazione dei gruppi avviene dai rami (unità elementari) alle radici aggregando le classi risultate più simili ai livelli inferiori¹⁵.

E' opportuno osservare che i metodi in questione appartengono alla classe dei metodi esplorativi che consentono di operare sui dati in assenza di ipotesi, senza quindi la possibilità/necessità di verificarle. Nell'analisi esplorativa le informazioni sono elaborate per descrivere le strutture e le relazioni presenti nei dati, in seguito eventualmente impiegabili nell'ambito di un modello. Pertanto la lettura dei risultati ottenuti con queste tecniche di analisi non è univoca. Per questo motivo in questa sezione si è scelto di presentare uno schema di lettura complessivo, rimandando all'appendice per i risultati analitici.

Il metodo procede raggruppando gli individui più simili rispetto al profilo di risposta osservato per le variabili analizzate. Occorre pertanto chiarire che sono state prese in considerazione le risposte per le seguenti variabili:

1. partecipazione ad incontri di orientamento;
2. richiesta di consigli personali;
3. consultazione di materiale informativo a stampa;
4. utilizzo di internet ed altri media;

¹⁴ Per un'esposizione introduttiva dell'analisi delle corrispondenze, e dell'analisi della struttura latente, rimandiamo al testo Rizzi A., *Analisi dei dati, applicazioni dell'informatica alla statistica*, NIS, Roma, 1989.

¹⁵ Per un approfondimento dell'analisi di raggruppamento gerarchica rimandiamo al testo di Brasini S., Tassinari F., Tassinari G., *Marketing e Pubblicità*, Il Mulino, Bologna, 1999.

5. visite personali presso l'università;
6. numero di canali utilizzati, esclusi i consigli.

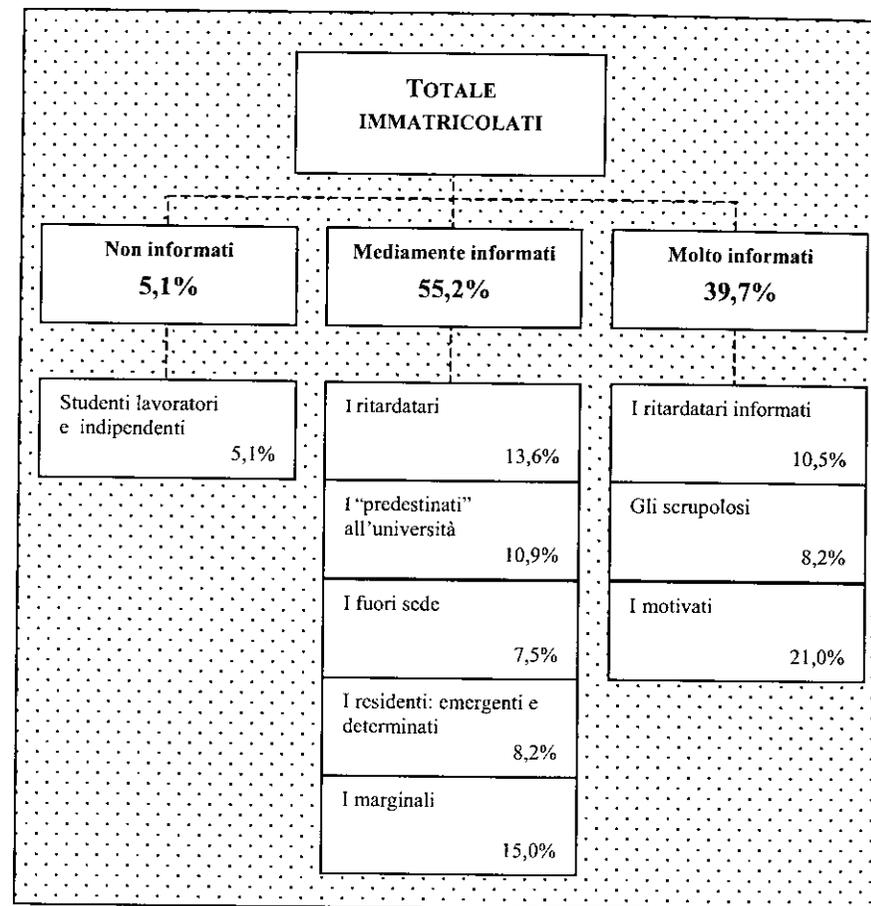
Il primo risultato dell'analisi è che la caratteristica che distingue il collettivo rispetto alle modalità di raccolta delle informazioni per la scelta universitaria è il numero dei canali informativi utilizzati, aspetto che coglie l'intensità con cui si affronta la ricerca di informazioni. Il secondo aspetto ci porta ad individuare una contrapposizione tra comportamenti di ricerca dell'informazione che definiremo *attivi*, rappresentati prevalentemente dalle visite personali nelle diverse sedi universitarie o dalla consultazione delle pagine web, e comportamenti di ricerca delle informazioni che definiremo *guidati o passivi*, rappresentati dagli incontri svolti presso le scuole e l'Università o dalla consultazione del materiale informativo a stampa.

Un risultato generale è che esistono alcune peculiarità degli studenti che paiono strettamente connesse al mancato utilizzo di alcuni canali, che cioè caratterizzano gli studenti che non consultano particolari canali informativi. Questa informazione ci consente di capire "*chi non utilizza che cosa*". E' possibile inoltre distinguere le matricole in base ai *tempi* ed ai *luoghi* dell'orientamento. Chi decide relativamente presto o risiede in regione può frequentare gli incontri di orientamento; chi decide dopo la maturità ricorre, per informarsi, a visite presso le strutture universitarie; infine, chi risiede fuori regione si avvale di materiale a stampa e consulta internet.

Un'altra evidenza generale è che le donne appaiono più attive nella fase di reperimento delle informazioni, cosa che potrebbe indicare sia che sono più incerte dei loro coetanei nella scelta, sia che scelgono dopo aver vagliato più attentamente le diverse possibilità.

La partizione della popolazione di immatricolati che abbiamo individuato è in 9 gruppi (vedi schema 5.1) che si differenziano rispetto alle combinazioni di canali utilizzati e ad alcune rilevanti caratteristiche, e che, a loro volta, si possono ulteriormente aggregare in tre macro-gruppi se si considera esclusivamente l'intensità della ricerca delle informazioni (numero di canali utilizzati).

Schema 5.1: Gruppi di matricole per utilizzo dei canali informativi



Proponiamo nel seguito una descrizione dei profili tipici delle matricole appartenenti ai gruppi individuati riguardo al processo di orientamento.

Studenti lavoratori e indipendenti (5,1%)

Questo gruppo di studenti si distingue nettamente dagli altri, perché è formato da coloro che non hanno utilizzato canali informativi e hanno chiesto consigli in maniera contenuta (35% contro 51% dell'intera popolazione). Il 40% degli appartenenti al gruppo lavora (22% in popolazione). Le immatricolazioni hanno riguardato più che proporzionalmente facoltà tradizionali: Medicina (12% contro 5%), Giurisprudenza (15% contro 9%) ed Ingegneria (17% contro 12%). Sono motivati da prospettive di carriera (31% contro 27%) e in maggioranza uomini. In questo gruppo è compreso un insieme di studenti che abbiamo riconosciuto indipendenti sul piano decisionale o economico (lavoratori).

Al macro-gruppo definito dei mediamente informati appartengono individui che hanno consultato solo 1-2 canali. Si possono individuare 5 tipologie ulteriori di comportamento all'interno di questo gruppo.

1- I ritardatari (13,6%)

Tutte le matricole che appartengono a questo gruppo hanno effettuato *visite presso le strutture dell'Università*, solo il 40% si è informato attraverso il materiale a stampa e il 47% ha chiesto consigli personali. Nessuno ha partecipato ad incontri di orientamento o ha consultato internet.

Gli studenti appartenenti al gruppo provengono, in proporzione superiore alla media (61% contro 51% della popolazione), da scuole tecnico-professionali e hanno deciso il corso cui iscriversi dopo la maturità (64% contro 54%). Spesso appartengono a famiglie in cui il capofamiglia ha un titolo di studio basso (34% contro 25%).

L'etichetta che abbiamo attribuito al gruppo vuole evidenziare soprattutto i tempi della decisione, dettati in gran parte dalla provenienza scolastica e forse anche da quella sociale. I tempi condizionano parzialmente il processo informativo, nel senso che le visite a sedi e strutture

universitarie rimangono lo strumento più accessibile per le persone che decidono relativamente tardi di iscriversi all'università.

Dagli elementi emersi si è indotti ad evidenziare: i) l'esigenza di mantenere servizi informativi attivi nel periodo tra la conclusione della maturità e l'inizio dei corsi, ii) la necessità di sviluppare maggiormente l'intervento informativo nei confronti delle scuole tecnico-professionali.

2- I "predestinati" all'università (10,9%)

Gli individui di questo gruppo consultano prevalentemente materiale a stampa e solo in parte (49%) hanno frequentato gli incontri di orientamento. Hanno, in proporzione superiore alla media, un diploma di maturità liceale (55% contro 49% della popolazione) ed hanno deciso il corso a cui iscriversi durante l'ultimo anno delle scuole superiori (32% contro 27%) o prima dell'ultimo anno (25% contro 17%). Inoltre, sono meno numerosi coloro che hanno già conseguito una laurea (1% contro 4% nella popolazione) e non hanno mai lavorato (90% contro 78%). In percentuale superiore alla media provengono da famiglie con capofamiglia libero professionista (17% contro 13%) o insegnante (8% contro 3%). Spesso sono motivati ad iscriversi per la constatazione della necessità della laurea (19% contro 16%). Dichiarano una conoscenza scarsa o nulla della riforma degli studi universitari (41% contro 35%).

L'etichetta attribuita è dovuta all'idea che, data la provenienza dai licei e dati i tempi di decisione, gli individui del gruppo non abbiano mai messo in discussione l'iscrizione all'università, ma solo la scelta di un corso di laurea piuttosto che un altro.

Per soddisfare le esigenze informative di questi studenti sarebbe necessario predisporre e rendere disponibili tempestivamente presso le scuole le guide dello studente ed altro materiale informativo, con particolare approfondimento delle offerte formative dell'università.

3- I fuori sede (7,5%)

Gli studenti di questa tipologia consultano prevalentemente materiale a stampa ed internet. Sono iscritti nella sede di Bologna (78% contro 73%), e si sono trasferiti da fuori regione per frequentare l'università (65% contro 49%), in particolare dal Sud (35% contro 23%) e dal Nord (14% contro 11%). Appartengono a famiglie con un livello alto di status

educativo (genitore laureato: 34% contro 28%). Dichiarano una discreta conoscenza della riforma (49% contro 43%).

Il gruppo raccoglie, più di tutti gli altri, i cosiddetti "fuori sede", che hanno sfruttato gli strumenti più accessibili a distanza: il materiale a stampa ed internet.

Per questa categoria appare evidente il ruolo importantissimo di Internet per diffondere conoscenze adeguate sull'Ateneo, ampliandone i contenuti e migliorandone la presentazione.

4- I residenti: emergenti e determinati (8,2%)

Gli immatricolati compresi nel gruppo hanno usato gli incontri come strumento di orientamento e, una parte non trascurabile, internet (47% contro 58%); al contrario, pochi hanno fatto ricorso alle visite (28% contro 55%) e nessuno al materiale a stampa. Quasi tutti (89% contro 78%) non lavorano e in gran parte sono residenti in Emilia Romagna (68% contro 55%), un terzo (34% contro 25%) si muove giornalmente per seguire le lezioni. Più della metà ha deciso il corso a cui iscriversi prima della maturità (22% contro 17%) o durante l'ultimo anno di scuola superiore (31% contro 27%). Il 65% ha fatto la pre-iscrizione (53% in popolazione) e il 55% (42% in popolazione) ha confermato la scelta fatta iscrivendosi allo stesso corso. In proporzione superiore alla media il capofamiglia è un operaio (21% contro 17%).

In contrasto con il profilo medio, si iscrivono all'università motivati da aspettative di carriera (31% contro 27%). Il loro giudizio sull'influenza degli incontri a scuola, pure se inferiore a quello sugli incontri presso l'Università di Bologna, è migliore che nella popolazione.

Il profilo, se si escludono i diversi canali informativi utilizzati, assomiglia a quello dei *predestinati all'università*, con una provenienza sociale lievemente più bassa ed una conoscenza della riforma lievemente superiore. La caratterizzazione più tipica di questo gruppo riguarda la specificità geografica, che induce a pensare alla diffusione della cultura universitaria nelle classi sociali medio-basse in bacini di utenza locale, in opposizione alla caratterizzazione scolastica del gruppo precedente.

Anche per questo gruppo risultano importanti gli incontri di orientamento, che sembrerebbero tanto più efficaci quanto più sono svolti prima della conclusione della scuola superiore.

5- I marginali (15,0%)

In questa tipologia troviamo gli studenti che hanno utilizzato come canale informativo internet. Si sono iscritti motivati dalla crescita culturale (53% contro 49%) e non hanno effettuato pre-iscrizione (64% contro 47%). Al gruppo appartiene il 38% del totale delle matricole che si spostano per sostenere gli esami, il 35% dei laureati, il 22% di chi si è iscritto per la difficoltà di trovare lavoro. Il gruppo presenta un profilo di provenienza da famiglie il cui capofamiglia ha un basso titolo di studio.

La caratteristica di questo gruppo potrebbe essere individuata nella scarsa partecipazione alla vita accademica, che è una vera e propria assenza fisica per i non frequentanti e/o i laureati, mentre assume un carattere motivazionale per chi si è iscritto perché non trovava lavoro, cui corrisponde una ricerca limitata di informazioni causata da vincoli di tempo o di impegno.

MOLTO INFORMATI

Nel macro-gruppo delle matricole molto informate che hanno consultato 3-4 canali si possono individuare 3 ulteriori caratterizzazioni ben distinte.

1- I ritardatari informati (10,5%)

Il gruppo dei ritardatari informati è simile a quello dei ritardatari del macro-gruppo precedente ma presenta una maggiore intensità di consultazione dei canali. Inoltre qui prevalgono gli studenti provenienti dalle scuole tecnico-professionali (59% contro 51%); i tempi di decisione sono successivi alla maturità e raramente hanno effettuato test di ingresso e di orientamento (77% contro 66%). Nel processo di orientamento, questi studenti alle visite affiancano la lettura di materiale a stampa e la consultazione delle pagine web, oltre che ricorrere più frequentemente a consigli personali (58% contro 51%).

Una differenza peculiare rispetto al gruppo precedente è costituita dal peso elevato della componente femminile.

2 - *Gli scrupolosi* (8.19%)

Come per il precedente, anche per questo gruppo è possibile rilevare una somiglianza con il gruppo dei "predestinati all'università" con la differenza che gli studenti di questo gruppo fanno un uso più intenso dei canali informativi (escluse le visite). Gli individui appartenenti al gruppo provengono da licei (66% contro 49%), hanno fatto la pre-iscrizione (68% contro 53%), non hanno mai lavorato (89% contro 78%), hanno deciso di iscriversi prima della maturità (39% contro 27%) e in gran parte pensano di continuare gli studi dopo la laurea triennale (71% contro 64%); prevale la componente femminile (60% contro 54%).

Il profilo è identificabile con quello di persone che sono decise a continuare gli studi e si impegnano nella ricerca di informazioni.

3 - *I motivati* (21%)

In questo gruppo confluiscono le persone che hanno usato ad amplissimo raggio i canali informativi disponibili. Le caratteristiche peculiari riguardano la residenza in Emilia Romagna (63% contro 55%), l'aver conseguito una maturità liceale (57% contro 49%), la preponderanza della componente femminile (62% contro 54%). La conoscenza della riforma tra questi studenti è discreta o buona. Appartengono a questo gruppo il 25% degli iscritti nelle sedi di Forlì, Cesena e Ravenna.

5.3. *Alcune conclusioni*

L'analisi delle modalità di utilizzo dei canali informativi evidenzia che vi è stata una diffusa ed intensa consultazione delle fonti da parte degli studenti.

Nel complesso, infatti, gli immatricolati che non hanno fatto uso dei canali informativi ufficiali rappresentano una esigua percentuale della popolazione (5%). Di contro è assai rilevante, pari al 40% del totale, il peso degli individui che hanno utilizzato tutte o quasi tutte le fonti disponibili. Infine, in corrispondenza di una intensità intermedia di reperimento delle informazioni (1-2 canali esclusi i consigli) troviamo più della metà delle matricole (55%).

Emerge, dunque, la comune caratteristica di quasi tutte le matricole di avere utilizzato i canali informativi per l'orientamento universitario spesso in forma combinata per integrare l'informazione; ciò nondimeno

è possibile evincere alcune tipologie di percorsi informativi fondamentalmente condizionati dai *tempi* e dai *luoghi* dell'orientamento.

Non è possibile rilevare un canale sotto-utilizzato perché la complessità delle motivazioni, delle caratteristiche demografiche e culturali degli studenti si compone in una popolazione con comportamenti fortemente segmentati. I canali sono utilizzati e diversamente combinati dai gruppi in funzione delle caratteristiche e delle peculiarità dei gruppi stessi.

L'analisi ha permesso di isolare all'interno dell'intera popolazione nove gruppi relativamente omogenei. L'indicazione generale dunque è per favorire il potenziamento dei differenti canali con l'esortazione ad adattare le modalità di somministrazione delle informazioni alla luce della conoscenza delle caratteristiche dei gruppi che ne fanno parte.

Appendice al capitolo 5.

I RITARDATARI (13,6%)

Variabile	Modalità	% della modalità dentro la classe	% della modalità in popolazione	% della classe dentro la modalità
Incontri	Incontri no	100.00	57.24	23.83
Visite	Visite si	100.00	55.34	24.65
canali escl cons	1-2 canali	100.00	55.27	24.68
altri media	Altri media no	100.00	41.54	32.84
visite unibo	Si	86.11	51.05	23.01
test ingresso orient	No	70.01	65.89	14.49
quanto è maturata scelta	Dopo maturità	64.05	53.80	16.24
Diploma	Altra maturità	60.87	51.07	16.26
corsi extra-scolastici	No	57.59	53.28	14.74
pre-iscrizione	No	54.84	46.76	16.00
Consigli	Consigli no	53.16	49.16	14.75
mat. Stampa	Mat. stampa no	40.23	36.52	15.03
Conoscenza riforma	Scarsa	35.01	30.49	15.67
Consigli insegnanti	No	33.95	31.70	14.61
Lavoro	Si	29.91	21.89	18.64
Provenienza	Sud isole	26.35	23.32	15.41
Titolo genitori + elevato	Medie inferiori	26.21	19.77	18.09
Facoltà	Lett	19.43	16.92	15.66
visite unibo	No	13.89	4.88	38.82
Facoltà	Giuri	11.96	8.82	18.49
Titolo genitori + elevato	Elementari	8.25	4.82	23.34
Lavoro capo-famiglia	Maestro/docente	7.19	5.94	16.52
Titolo studio	Laurea	6.89	3.88	24.20
Facoltà	Economia Forli	6.20	4.18	20.21
Sesso	Femmine	52.7	53.6	13.4
Facoltà	Medicina	6.05	4.91	16.82

I "PREDESTINATI" ALL'UNIVERSITÀ (10,9%)

Variabile	Modalità	% della modalità dentro la classe	% della modalità dentro il gruppo	% della classe dentro la modalità
Mat. Stampa	mat. stampa si	100.00	63.48	17.13
Canali escl cons	1-2 canali	100.00	55.27	19.67
Visite	visite no	100.00	44.66	24.35
Altri media	altri media no	100.00	41.54	26.17
Titolo studio	diploma	99.25	96.12	11.23
Lavoro	no	89.81	78.11	12.50
Guide facoltà	si	88.37	56.05	17.14
Corsi extra-scolastici	no	64.49	53.28	13.16
Lavoro occas	no	59.46	52.76	12.25
Provenienza	ER	59.24	54.76	11.76
Pre-iscrizione	si	59.14	53.04	12.12
Consigli	consigli no	54.86	49.16	12.13
Diploma	class/scient	54.62	48.68	12.20
Incontri	incontri si	49.41	42.76	12.56
Allo stesso corso	si	47.25	42.31	12.14
Test ingresso orient	si	39.98	33.96	12.80
Conoscenza riforma	scarsa	34.04	30.49	12.14
Quanto è maturata scelta	durante ult anno	32.49	27.36	12.91
Titolo genitori + elevato	laurea	31.67	28.47	12.09
Incontri scuola	inc scuola si	31.33	28.12	12.11
Inc UNIBO	si	25.99	22.98	12.29
Quanto è maturata scelta	prima ult. anno	24.59	17.20	15.54
Inc UNIBO	no	23.42	19.98	12.74
Motivazione	Necessità laurea	18.85	15.99	12.82
Incontri scuola	inc scuola no	18.08	15.14	12.99
Lavoro capo-famiglia	lib profession	17.01	13.39	13.81
Facoltà	ingegn	16.33	12.27	14.47
Intenzione +2	no	15.49	13.09	12.87
Guide facoltà	no	11.63	7.43	17.02
Lavoro capo-famiglia	imprenditore	8.75	7.12	13.37
Lavoro capo-famiglia	maestro/docente	7.95	5.94	14.55
Conoscenza riforma	nulla	7.29	4.05	19.59
Sesso	femmine	51.2	53.6	10.4
Facoltà	farm	4.18	2.27	20.01

I FUORI SEDE (7,5%)

Variabile	Modalità	% modalità dentro la clas- se	% modalità dentro il gruppo	% classe dentro moda- lità
Mat. stampa	mat. stampa si	100.00	63.48	11.88
Altri media	altri media si	100.00	58.46	12.91
Incontri	incontri no	100.00	57.24	13.18
Canali escl cons	1-2 canali	100.00	55.27	13.65
Visite	visite no	100.00	44.66	16.89
Internet unibo	si	97.98	57.40	12.88
Guide facoltà	si	86.39	56.05	11.63
Lavoro	no	81.74	78.11	7.89
Sede	Bo	77.85	72.88	8.06
Internet altri	no	72.10	42.65	12.75
Intenzione +2	si	67.50	64.09	7.95
Situazione abitativa	trasferito	65.44	49.21	10.03
Pre-iscrizione	no	59.75	46.76	9.64
Quando è maturata scelta	dopo matur	59.56	53.80	8.35
Lavoro occas	si	51.23	47.24	8.18
Conoscenza riforma	discreta	49.07	42.94	8.62
corsi extra-scolastici	si	47.04	43.02	8.25
Provenienza	Sud isole	34.74	23.32	11.24
Titolo genitori + elevato	laurea	33.60	28.47	8.90
Consigli genitori	no	31.68	28.16	8.49
Internet altri	si	27.90	15.80	13.32
Consigli insegnanti	Si	23.65	19.30	9.25
Facoltà	lett	21.43	16.92	9.55
Lavoro capo-famiglia	lav in proprio	16.61	13.61	9.21
Lavoro capo-famiglia	dirigente/quadro	15.11	11.41	10.00
Provenienza	Nord	14.31	11.29	9.56
guide facoltà	no	13.61	7.43	13.82
allo stesso corso	no	13.15	10.84	9.16
Facoltà	eco rn	10.49	7.48	10.58
Sesso	femmine	47.3	53.6	6.7
Facoltà	eco fo	5.83	4.18	10.51

I RESIDENTI: EMERGENTI E DETERMINATI (8,2%)

Variabile	Modalità	% modali- tà dentro la classe	% modali- tà dentro il gruppo	% classe dentro modalità
Canali escl cons	1-2 canali	100.00	55.27	14.88
Incontri	incontri si	100.00	42.76	19.23
mat. stampa	mat. stampa no	100.00	36.52	22.52
Titolo studio	Diploma	99.16	96.12	8.48
Lavoro	no	88.84	78.11	9.35
Visite	visite no	72.44	44.66	13.34
Provenienza	ER	68.00	54.76	10.21
pre-iscrizione	si	65.18	53.04	10.10
Incontri scuola	inc scuola si	60.81	28.12	17.78
Lavoro occas	no	57.44	52.76	8.95
Allo stesso corso	si	54.94	42.31	10.68
Altri media	altri media no	53.31	41.54	10.55
Consigli	consigli no	52.82	49.16	8.83
Inc UNIBO	si	50.13	22.98	17.94
Titolo genitori + elevato	medie sup	49.89	44.49	9.22
Inc UNIBO	no	49.87	19.98	20.52
Test ingresso orient	si	39.54	33.96	9.57
Incontri scuola	inc scuola no	39.19	15.14	21.28
Conoscenza riforma	scarsa	35.00	30.49	9.44
Sit abitativa	Viaggio per lezioni	34.31	24.71	11.42
Quando è maturata scelta	Durante ult anno	31.39	27.36	9.43
Motivazione	Carriera	30.78	26.69	9.48
Consigli amici	No	29.23	24.66	9.75
Consigli studenti univristari	si	28.74	24.88	9.50
Motivazione	Necessità laurea	24.58	15.99	12.64
Quando è maturata scelta	prima ult. anno	21.84	17.20	10.44
Lavoro capo-famiglia	operaio	20.69	17.48	9.74
Inf internet bo	inetmet bo poco	18.57	13.41	11.39
Facoltà	ingegn	18.15	12.27	12.16
Intenzione +2	no	16.93	13.09	10.64
Lavoro capo-famiglia	imprenditore	11.27	7.12	13.02
Sede	Ce	11.03	6.59	13.75
Facoltà	Economia RN	9.62	7.48	10.58
Facoltà	Medicina	7.08	4.91	11.85
Conoscenza riforma	Nulla	5.38	4.05	10.93
Sesso	Femmine	51.5	53.6	7.9
Facoltà	Economia BO	4.34	2.95	12.09

I MARGINALI (15,0%)

Variabile	Modalità	% della modalità dentro la classe	% della modalità dentro il gruppo	% della classe dentro la modalità
Altri media	altri media si	100.00	58.46	25.64
Incontri	incontri no	100.00	57.24	26.19
Canali escl cons	1-2 canali	100.00	55.27	27.12
Mat. Stampa	mat. stampa no	100.00	36.52	41.05
Internet unibo	si	96.65	57.40	25.24
Internet altri	no	74.14	42.65	26.05
Test ingresso orient	no	72.70	65.89	16.54
Pre-iscrizione	no	64.46	46.76	20.66
Quanto è maturata scelta	dopo matur	62.95	53.80	17.54
Diploma	altra maturità	59.86	51.07	17.57
Consigli	consigli no	58.57	49.16	17.86
Lavoro occas	no	55.18	52.76	15.68
Motivazione	Crescita cult	53.09	48.52	16.40
Lavoro	si	38.40	21.89	26.29
Consigli genitori	no	30.43	28.16	16.20
Intenzione +2	non so	26.19	22.82	17.20
Internet altri	si	25.86	15.80	24.53
Titolo genitori + elevato	medie inf	21.71	19.77	16.46
Facoltà	lett	21.31	16.92	18.88
Lavoro capo-famiglia	operaio	19.81	17.48	16.99
Provenienza	Nord	16.86	11.29	22.38
Intenzione +2	no	15.71	13.09	17.99
Provenienza	Centro	12.34	10.63	17.40
Situazione abitativa:	viaggio per esami	10.83	4.24	38.26
Facoltà	sp fo	9.51	6.99	20.39
Facoltà	eco rn	9.33	7.48	18.72
Titolo studio	laurea	9.14	3.88	35.28
Sede	Rn	9.06	6.64	20.46
Facoltà	sc form	6.47	5.03	19.28
Titolo genitori + elevato	element	6.38	4.82	19.83
Facoltà	eco fo	5.50	4.18	19.70
Conoscenza riforma	nulla	5.31	4.05	19.66
Sesso	femmine	45.6	53.6	12.7
Motivazione	Diff trovare lavoro	3.97	2.69	22.07

STUDENTI LAVORATORI E INDIPENDENTI (5,1%)

Variabile	Modalità	% della modalità dentro la classe	% della mo- dalità dentro il gruppo	% della classe den- tro la moda- lità
Incontri	no	100.00	57.24	8.94
Visite	no	100.00	44.66	11.46
Altri media	no	100.00	41.54	12.32
Mat. Stampa	no	100.00	36.52	14.02
Canali escl cons	no canali	100.00	5.12	100.00
Sede	Bo	79.11	72.88	5.56
Consigli	consigli no	64.78	49.16	6.75
Pre-iscrizione	No	63.43	46.76	6.94
Diploma	Altra maturità	61.45	51.07	6.16
Lavoro	Si	40.30	21.89	9.42
Conoscenza riforma	Scarsa	38.76	30.49	6.51
Intenzione +2	Non so	32.98	22.82	7.40
Lavoro capo-famiglia	Impiegato/interm.	31.57	27.43	5.89
Motivazione	Carricera	30.87	26.69	5.92
Provenienza	Sud isole	30.29	23.32	6.65
Quanto è maturata scelta	Prima ult. anno	27.60	17.20	8.21
Sit abitativa	Abitavo vicino sede	25.07	21.04	6.10
Facoltà	Ingegn	17.19	12.27	7.17
Facoltà	Giuri	14.59	8.82	8.46
Facoltà	Medic	12.15	4.91	12.67
Facoltà	SMFN	11.88	8.87	6.86
Conoscenza riforma	Nulla	10.65	4.05	13.47
Sit abitativa	Viaggio per esami	8.73	4.24	10.53
Lavoro capo-famiglia	Maestro/docente	8.04	5.94	6.93
Sesso	femmine	41.5	53.6	4.0
Titolo studio	Laurea	6.32	3.88	8.34

I RITARDATARI INFORMATI (10,5%)

Variabile	Modalità	% della mo- dalità dentro la classe	% della mo- dalità dentro il gruppo	% della clas- se dentro la modalità
Mat. stampa	mat. stampa si	100.00	63.48	16.45
Altri media	altri media si	100.00	58.46	17.87
Incontri	incontri no	100.00	57.24	18.25
Visite	visite si	100.00	55.34	18.88
Canali escl cons	3-4 canali	100.00	39.61	26.37
Internet unibo	si	98.45	57.40	17.92
Visite unibo	si	91.57	51.05	18.74
Guide facoltà	si	85.82	56.05	15.99
Test ingresso orient	no	76.54	65.89	12.13
Internet altri	no	70.68	42.65	17.31
Quanto è maturata scelta	dopo matur	61.38	53.80	11.92
Diploma	altra maturità	58.74	51.07	12.02
Consigli	consigli si	57.72	50.84	11.86
Sit abitativa	trasferito	53.79	49.21	11.42
Pre-iscrizione	no	53.66	46.76	11.99
Motivazione	Crescita cult	52.54	48.52	11.31
Titolo genitori + elevato	medie sup	50.32	44.49	11.81
Corsi extra-scolastici	si	46.82	43.02	11.37
Consigli insegnanti	no	36.63	31.70	12.07
Consigli amici	si	32.32	26.31	12.83
Consigli genitori	no	32.09	28.16	11.91
Lavoro capo-famiglia	impiegato/interm.	31.24	27.43	11.90
Lavoro	si	29.38	21.89	14.02
Internet altri	si	29.32	15.80	19.38
Provenienza	Sud isole	27.80	23.32	12.46
Consigli genitori	si	26.34	23.09	11.91
Conoscenza riforma	buona	23.98	20.38	12.29
Facoltà	lett	22.96	16.92	14.17
Guide facoltà	no	14.18	7.43	19.94
Provenienza	Nord	13.82	11.29	12.79
Lavoro capo-famiglia	dirigente/quadro	13.50	11.41	12.37
Facoltà	sp fo	10.85	6.99	16.22
Sede	Rn	8.80	6.64	13.85
Visite unibo	no	8.43	4.88	18.03
Facoltà	sp bo	7.06	4.46	16.53
Sit abitativa	viaggio per esami	6.98	4.24	17.19
Sesso	Femmine	60.1	53.6	11.7
Facoltà	ling str	4.74	3.67	13.51

I MOTIVATI (21%)

Variabile	Modalità	% mod. dentro la classe	% mod. dentro il gruppo	% classe dentro la modalità
Visite	Si	100.00	55.34	37.90
Incontri	Si	100.00	42.76	49.05
N Canali	3-4 canali	100.00	39.61	52.95
Titolo studio	Diploma	98.75	96.12	21.55
Visite Università di Bo.	Si	94.00	51.05	38.62
Lavoro	No	87.39	78.11	23.47
Materiale a stampa	Si	87.14	63.48	28.79
Guide facoltà	Si	77.70	56.05	29.07
Pre-iscrizione	Si	69.57	53.04	27.51
Intenzione +2	Si	67.17	64.09	21.98
Incontri scuola	Si	65.56	28.12	48.89
Altri media	Si	64.11	58.46	23.00
Provenienza	Emilia Romagna	63.14	54.76	24.18
Internet Univeristà di Bo.	Si	63.07	57.40	23.04
Consigli	Si	61.30	50.84	25.29
Diploma	Classica -scientifica	56.54	48.68	24.36
Incontri Università di Bo.	Si	55.01	22.98	50.20
Allo stesso corso	Si	54.84	42.31	27.19
Lavoro occasionale	Si	53.76	47.24	23.87
Corsi extra-scolastici	Si	49.08	43.02	23.93
Titolo genitori + elevato	Medie superiori	46.92	44.49	22.12
Conoscenza riforma	Discreta	45.13	42.94	22.04
Internet altri	No	44.49	42.65	21.87
Test ingresso orientamento	Si	38.74	33.96	23.93
Consigli genitori	Si	35.10	23.09	31.88
Quanto è maturata scelta	Durante ultimo anno	35.03	27.36	26.85
Consigli amici	Si	34.46	26.31	27.47
Situazione abitativa	Viaggio per lezioni	31.27	24.71	26.55
Titolo genitori + elevato	Laurea	30.67	28.47	22.59
Consigli insegnanti	Si	30.07	19.30	32.68
Conoscenza riforma	Buona	25.22	20.38	25.96
Situazione abitativa	Abitavo vicino sede	22.70	21.04	22.64
Lavoro capo-famiglia	Lavoratore in proprio	16.05	13.61	24.74
Lavoro capo-famiglia	Libero professionista	14.73	13.39	23.06
Sede	Forlì	12.11	9.63	26.37
Provenienza	Centro	12.08	10.63	23.83
Sede	Cesena	8.08	6.59	25.71
Facoltà	SP Bologna	6.25	4.46	29.37
Facoltà	Lingue e lett. stran.	5.25	3.67	30.03
Sede	Ravenna	4.36	3.29	27.80
Sesso	Femmine	61.8	53.6	24.2

GLI SCRUPOLOSI (8,2%)

Variabile	Modalità	% della modalità dentro la classe	% della modalità dentro il gruppo	% della classe den- tro la moda- lità
Mat. stampa	si	100.00	63.48	12.90
Altri media	si	100.00	58.46	14.01
Visite	no	100.00	44.66	18.34
Incontri	Si	100.00	42.76	19.16
Canali escl cons	3-4 canali	100.00	39.61	20.68
Internet unibo	Si	99.13	57.40	14.15
Titolo studio	Diploma	99.04	96.12	8.44
Guide facoltà	Si	91.29	56.05	13.34
Lavoro	No	89.30	78.11	9.37
Scde	Bologna	78.62	72.88	8.84
Internet altri	No	76.97	42.65	14.78
Intenzione +2	Si	71.24	64.09	9.11
Incontri scuola	Si	71.20	28.12	20.74
Pre-iscrizione	Si	67.75	53.04	10.46
Diploma	Classica - scientifica	66.30	48.68	11.16
Consigli	Si	58.35	50.84	9.40
Inc UNIBO	Si	54.72	22.98	19.51
Sit abitativa	Trasferito	53.38	49.21	8.89
Allo stesso corso	Si	52.94	42.31	10.25
Conoscenza riforma	Discreta	48.66	42.94	9.28
Corsi extra-scolastici	Si	46.55	43.02	8.86
Inc UNIBO	No	45.28	19.98	18.56
Test ingresso orient	Si	42.68	33.96	10.30
Quando è maturata scelta	Durante ultimo anno	38.93	27.36	11.66
Consigli amici	Si	31.82	26.31	9.91
Lavoro capo-famiglia	Impiegato/intermedio	31.05	27.43	9.27
Consigli genitori	Si	30.11	23.09	10.68
Consigli insegnanti	Si	26.40	19.30	11.21
Internet altri	Si	23.03	15.80	11.94
Facoltà	Ingegneria	16.09	12.27	10.74
Allo stesso corso	No	15.16	10.84	11.46
Facoltà	SP Forli	9.70	6.99	11.37
Lavoro capo-famiglia	Maestro/doccente	7.80	5.94	10.76
Sesso	femmine	59.7	53.6	9.1
Facoltà	Scienze formazione	6.89	5.03	11.23