

# METODI CREATIVI IN PRATICA

## UN LABORATORIO APERTO

A cura di Alberta Giorgi, Micol Pizzolati, Elena Vacchelli



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI BERGAMO



# **METODI CREATIVI IN PRATICA UN LABORATORIO APERTO**

A cura di Alberta Giorgi, Micol Pizzolati, Elena Vacchelli



**UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI BERGAMO**

**2023**

**Metodi creativi in pratica. Un laboratorio aperto**  
a cura di Alberta Giorgi, Micol Pizzolati e Elena Vacchelli

Bergamo: Università degli Studi di Bergamo, 2023.

ISBN 979-12-210-4940-4 (PDF)

DOI: 10.13122/979-12-210-4940-4

<https://aisberg.unibg.it/handle/10446/260771>

Il volume è realizzato e rilasciato con licenza Attribution – NonCommercial – Noderivatives (CC BY-NC-ND 4.0) – <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>  
La licenza prevede la possibilità di ridistribuire liberamente l'opera, a patto che venga citato il nome delle autrici e degli autori e senza scopi commerciali; non è possibile la distribuzione di lavori derivati.



© 2023 Autori

Impaginazione grafica  
Elisa Virgili

I quadri di copertina e quarta di copertina sono opera di Carla Mariani, diritti riservati

## INDICE

- p. 9      **Micol Pizzolati e Alberta Giorgi**  
*Prefazione. Metodi creativi in pratica: un laboratorio aperto*
- p. 13      **Alberta Giorgi**  
*Situare l'uso dei metodi creativi in Italia*
- p. 17      **Elena Vacchelli**  
*Il World Café come tecnologia del dibattito*
- p. 23      **Sebastiano Benasso e Luisa Stagi**  
*Chi ben comincia. Strategie di ricerca, comunità e resistenze*
- p. 31      **Monica Massari**  
*Metodi biografici e giustizia sociale*
- p. 41      **Felice Addeo, Vincenzo Esposito e Francesca Romana Lenzi**  
*Game-Based Method: il videogame come metodo.  
Riflessioni da una esperienza di ricerca sugli Hikikomori*
- p. 51      **Francesca Bianchi, Mario Giampaolo e Caterina Garofano**  
*Un videogioco per l'orientamento universitario. Principi di design  
e opportunità di sviluppo*
- p. 63      **Anna Bottesi**  
*Spazi virtuali, r(i)esistenze reali: l'elaborazione di un sito web  
in due comunità indigene brasiliane*
- p. 73      **Cristina Calvi e Enrico Maria Piras**  
*La roleplaying simulation online. Costruire uno spazio digitale  
"coraggioso" per analizzare le interazioni in rete*
- p. 85      **Anna Carreri**  
*(Dis)seminare creativamente: l'esperienza di "family speaking drawers"*
- p. 99      **Elena Castellaccio e Veronica Moretti**  
*Verba manent! Il contributo degli audio-diari nella ricerca sociale*
- p. 105      **Annalisa Dordoni, Brunella Fiore, Maria Grazia Gambardella  
e Sveva Magaraggia**  
*Distanti ma vicine? Fare ricerca sul bullismo con ragazze adolescenti  
durante la pandemia di Covid-19*

- p. 115 **Luigi Gariglio**  
*Esplorare la società autoetnograficamente: una nota autoetnografica sul fare ricerca*
- p. 129 **Costanza Gasparo**  
Un'integrazione di metodi creativi e tradizionali per studiare l'immaginario urbano
- p. 143 **Marco Gaudiosi e Nicola Pannofino**  
*Giochi, finzioni e sospetti. Il role play game come metodo di ricerca nel complotto di "qramai"*
- p. 151 **Raffaella Maiullo**  
*L'uso del bodymapping storytelling nella ricerca sociale: indagine sui processi di socializzazione alla vita sessuale di persone giovani*
- p. 159 **Veronica Moretti e Alice Scavarda**  
*Fumetti e salute: vi presentiamo la graphic medicine!*
- p. 169 **Cristina Ottaviano**  
*Men in movement? Metamorfosi immaginate*
- p. 177 **Greta Persico**  
*Metamorfosi immaginate tra etica ed estetica: metodi creativi e ricerca sociale con persone e gruppi minorizzati*
- p. 187 **Ginevra Pierucci**  
*Foto-geografie della selva urbana: spunti creativi dal campo per la rappresentazione di legami inafferrabili*
- p. 199 **Alma Pisciotta**  
*Esperimenti di sociologia teatrale: tecniche drammatiche per la didattica e la ricerca sociologica*
- p. 209 **Chiara Rabbiosi**  
*Spazio, luogo, mobilità: sperimentare una didattica creativa con lo smartphone*
- p. 219 **Concetta Russo e Alessandra Decataldo**  
*Narrare la nascita prematura: riflessività, interdisciplinarietà e tecniche visuali a confronto*
- p. 227 **Alice Scavarda**  
*"Locked down in my mind": un racconto visuale sulla salute mentale durante la pandemia Covid-19*
- p. 241 **Alessandra Vitullo**  
*Lo studio delle religioni: strumenti e pratiche della ricerca digitale*

- p. 253      **Alberto Zanutto e Roberta Cuel**  
*Match d'improvvisazione teatrale per plasmare l'immateriale  
nelle pratiche di apprendimento organizzativo*
- p. 267      **Alice Zilioli, Alessia Ceresoli e Maria Sangaletti**  
*Visualizzazioni del maschile: narrazioni delle maschilità esplorate  
con la sociologia visuale*
- p. 277      **Micol Pizzolati**  
*Intenti e pratiche della ricerca sociale collaborativa:  
metodi creativi ed equilibri*
- p. 281      **Biografie**



# LO STUDIO DELLE RELIGIONI ONLINE: STRUMENTI E PRATICHE DELLA RICERCA DIGITALE

**Alessandra Vitullo**

Sapienza Università di Roma

## **Introduzione**

Se la tecnologia digitale è sempre più integrata nelle nostre vite quotidiane, questa ha chiaramente moltiplicato anche i contesti comunicativi da studiare, che richiedono agli esperti approcci e strumenti di analisi sempre più innovativi per indagare le intersezioni tra tecnologia, cultura e società. In questo contesto, anche lo studio delle religioni è stato travolto dall'ondata delle ricerche digitali (Dawson e Cowan 2004): siti internet, chat-room, social network, etc. hanno, negli ultimi trent'anni, attirato l'interesse delle scienze religiose, sociali e della comunicazione, le quali hanno cominciato a interrogarsi sugli effetti dell'ambiente virtuale nella costruzione di comunità, autorità e pratiche religiose (Campbell 2010).

Questo contributo si concentrerà, in particolare, sul contesto metodologico della "ricerca digitale" – in continua evoluzione (Cardano e Gariglio 2022) – e su come alcune delle sue tecniche possano essere applicate allo studio dei gruppi religiosi online.

Prima, dunque, di esplorare questo nuovo laboratorio della ricerca sociale è bene fornire alcune coordinate di una delle discipline da questo ospitate, ovvero lo studio delle *digital religion*.

## **1. *Digital Religion*: come e perché studiare le religioni online**

Le ricerche sulle religioni digitali muovono i primi passi dagli studi culturali che si sono occupati di analizzare come la comunicazione religiosa, diffusa attraverso i mezzi di comunicazione di massa, influenzasse le pratiche e le credenze dei fedeli.

A partire dalla metà del Novecento, numerosi sociologi, sollecitati dall'esplosione del fenomeno della telepredicazione, cominciarono, infatti, a interessarsi non solo a come predicatori evangelici come Billy

Graham o Oral Roberts comunicassero attraverso televisioni o radio (Carpenter 1985), ma anche a quale valore determinati gruppi sociali attribuissero ai media che utilizzavano e come questi influenzassero il significato del messaggio religioso che vi veniva trasmesso (Parker *et al.* 1955).

Se questo nuovo approccio teorico aveva sollevato numerosi quesiti su come la comunicazione religiosa di massa avesse mutato la stessa esperienza religiosa negli ultimi trenta anni, le stesse domande se le sono poste coloro che si sono occupati del rapporto tra *new media* e religione (Albanese 1998).

La prima volta che nel cyberspazio si comincia a parlare di religione è il 1978, quando degli studenti dell'Università di San Francisco crearono, all'interno dell'area di discussione virtuale chiamata *CommuniTree*, un Bulletin Board System (BBS) dal nome *Create Your Own Religion*. Anche se il BBS chiuse solo dopo appena quattro anni, il sociologo Rheingold (1993) riuscì ad osservare le interazioni che vi erano avvenute, documentando le prime forme di attività religiosa online e coniando così il termine "comunità virtuale".

Da quel momento in poi la vivace presenza delle religioni online cominciò ad attirare l'attenzione degli studiosi (Vitulo 2021), fino a che nel 1992, degli americani presbiteriani creano la prima vera congregazione virtuale cristiana, *The First Church of Cyberspace*, all'interno della quale, attraverso l'uso di testo e ipertesto, i fedeli potevano scambiare preghiere e leggere sermoni. Con il passar degli anni nacquero moltissime realtà simili (*Alpha Church, Buddanet, Church of Fools*, etc.), che, oltre al testo, cominciarono a sfruttare la varietà di forme espressive che internet offriva: video, foto, audio, grafica 3D.

Dagli anni '90 in poi, dunque, gli studiosi delle comunità religiose virtuali cominciarono a riflettere su come i fedeli costruissero le loro interazioni, credenze e pratiche religiose in rete e su come l'intersezione tra pratiche religiose online e offline modificasse sia alcune pratiche religiose che le modalità di utilizzo delle tecnologie.

Nel prossimo paragrafo, quindi, si offriranno alcuni esempi di tecniche e strumenti della ricerca digitale che hanno permesso ai ricercatori di osservare come le tradizionali categorie delle religioni, quali rito, comunità, identità, autorità, etc., si trasformino nel momento di passaggio all'ambiente virtuale, sollevando non poche questioni sia dal punto di vista teorico che metodologico: le religioni online rappresentano una nuova sfida per gli studiosi della postsecolarità? Quali strumenti e pratiche della ricerca digitale si adattano meglio a questo nuovo "spazio" di ricerca?

## **2. Applicare la ricerca digitale alle *digital religion***

Gli studi sulle *digital religion* sono chiaramente strettamente dipendenti dall'applicazione di metodologie digitali di ricerca e da tutto il dibattito che intorno ad esse ruota. Studiose e studiosi delle *digital religion*,

infatti, fanno continuamente i conti con la ricerca del metodo più efficace utile ad esplorare un fenomeno estremamente multiforme e variabile come quello della religiosità/spiritualità in rete.

Una recensione critica della letteratura che dall'interno di questa disciplina si è occupata di sistematizzare gli ambiti di applicazione dei metodi digitali (Tsuria *et al.* 2017) evidenzia tre principali tendenze: (a) quella che include nelle ricerche digitali tutti gli studi che hanno come oggetto l'ambiente virtuale; (b) quella che riconosce come ricerche digitali quelle che utilizzano strumenti digitali di analisi; e infine (c) quelle ricerche che tengono in considerazione la cornice concettuale da cui parte l'osservatore, ovvero l'approccio agli obiettivi e ai presupposti della ricerca tramite una prospettiva che include gli studi sui media.

Ma cosa significa nel dettaglio questa tripartizione? L'ambiente, in relazione alla ricerca digitale, fa riferimento a quegli studi che pongono l'accento sul *setting* all'interno del quale si svolge la ricerca; prestando attenzione allo spazio in cui i dati della ricerca hanno origine (Scheifinger 2016). Per Hine (2000) porre attenzione all'ambiente digitale non significa concentrarsi solo sulla "location", bensì soprattutto sui dati al suo interno: le relazioni tra gli utenti, la loro comunicazione, o le informazioni su un gruppo specifico.

I casi di studio che riguardano le comunità religiose online chiaramente illustrano questa prospettiva. Le comunità religiose online si trovano, infatti, solitamente in una sorta di *continuum* e la conoscenza di entrambe le sfere, on e offline, in cui i gruppi religiosi si muovono è a volte indispensabile al conseguimento degli obiettivi della ricerca.

La seconda prospettiva, invece, considera le ricerche digitali in base agli strumenti utilizzati per raccogliere i dati, questi possono includere i più svariati dispositivi: dalle interviste svolte tramite piattaforme di videocall, alle app utilizzate per acquisire registrazioni. Quando si parla di strumenti digitali della ricerca, la distinzione riguarda, infatti, l'origine degli strumenti. Rogers (2010) ha sottolineato questa differenza, distinguendo strumenti "digitalizzati" da strumenti "nativamente digitali", indicando con i primi quegli strumenti che sono nati nell'offline e che sono successivamente stati adottati anche nell'online (interviste, questionari); mentre con i secondi gli strumenti ideati e creati appositamente per la raccolta dati su internet (database, software).

Un interessante esempio di applicazione di strumentazione nativamente digitali nel campo dello studio delle religioni è, ad esempio, l'uso del motore di ricerca Technorati fatto da Teusner (2013). Technorati raccoglie informazioni dai blog classificandoli in base alla loro popolarità (numero di citazioni, permalink, etc.); Teusner lo ha impiegato per studiare i blog relativi a tematiche religiose, ottenendo così una classifica degli autori più influenti all'interno della blogosfera delle chiese cristiane in Australia.

Infine, la terza categoria considera i presupposti teorici e gli obiettivi con cui una ricerca digitale viene impostata, ovvero il *frame* epistemologico attraverso il quale il ricercatore comprende la propria

1. H. Campbell (2010) riadatta alla dimensione religiosa di internet gli studi sul *Social Shaping of Technology*, nati alla fine degli anni Ottanta e che consideravano le proprietà della tecnologia come il risultato ottenuto dall'interazione tra la tecnica, l'ambiente e gli attori sociali.

2. A tal riguardo un esempio potrebbe essere il *Ko-sher phone*, si veda Vitullo (2021).

ricerca. Ad esempio, lo studio delle pratiche digitali di un gruppo religioso può essere fatto tramite il *frame* del Religious Social Shaping of Technology<sup>1</sup> (Campbell 2010), che analizza come, all'interno di alcune comunità, tecnologia e credenze si contaminino dando vita a nuove forme di religiosità tecnologicamente mediata<sup>2</sup>.

Avendo, dunque, chiara la definizione di ricerca digitale intesa come ambiente, strumento, e *frame*, approfondiamo ora cosa significhi svolgere ricerca sulle religioni digitali attraverso strumenti digitali.

### **3. Le tecniche della ricerca delle religioni online: possibilità e rischi**

Nel campo delle religioni digitali sono principalmente tre gli strumenti di indagine utilizzati per studiare le comunità religiose online: l'analisi testuale, le interviste e l'etnografia; ovvero quegli stessi strumenti che ritroviamo maggiormente applicati anche nella metodologia della ricerca qualitativa non virtuale. Chiaramente in questo passaggio dall'offline all'online lo studioso ha il dovere di ripensare e riadattare tali strumenti con l'obiettivo di mantenerne la validità, evitando quei rischi non previsti nel loro utilizzo nella dimensione offline e che il veloce e continuo mutamento della dimensione online rende meno prevedibili.

*L'analisi testuale online.* Il testo è chiaramente l'elemento predominante del web. In breve, possiamo individuare tre macrocategorie dell'analisi testuale: l'analisi ermeneutica, l'analisi retorica e critica e l'analisi qualitativa del contenuto (Fairclough 2003).

L'analisi ermeneutica si concentra sull'interpretazione del significato inteso, o estratto, da uno specifico testo. Questo approccio richiede la lettura ravvicinata del testo e la considerazione sia dei simboli utilizzati, prendendo in esame ogni parola, che una visione d'insieme (il tema trattato, il contesto, l'autore, etc.). L'analisi retorica richiede invece una lettura più dettagliata dei testi, poiché si interessa di più agli strumenti retorici utilizzati dall'autore, alla solidità delle argomentazioni, o nel caso dell'analisi critica, all'analisi dei suoi significati sociali e politici più ampi. L'analisi qualitativa del contenuto adotta, invece, un approccio più tematico, concentrandosi sulla ripetizione di parole e temi originali che emergono dal testo, o da un insieme di testi. Questo metodo è utilizzato solitamente per analizzare grandi quantità di testi, poiché aiuta nella ricerca di ripetizioni, sistematizzando la creazione dei significati intorno a un tema.

Ciascuno di questi metodi tradizionali di comprensione e utilizzo della parola scritta è stato impiegato fin da subito nelle analisi testuali *online*. Del resto, fin dalle sue fasi iniziali, internet era un mezzo basato marcatamente sulla scrittura. Sebbene audio, immagini e video si siano rapidamente intrecciati con la parola scritta *online*, molte piattaforme internet (siti web, blog, forum, chat e siti) tuttora presentano in prevalenza forme di contenuto testuale.

La multimedialità dei testi presenti sul web ha ovviamente anche portato dei cambiamenti nei modi in cui l'analisi testuale deve essere

ripensata (Dong 2015). L'analisi di un testo online potrebbe riferirsi, infatti, anche ad immagini, icone, video e audio e quindi richiedere una combinazione tra la retorica testuale e visiva (Shifman 2012; 2013). Inoltre, quando si utilizza l'analisi testuale online, è necessario prestare ulteriore attenzione alla variabilità della costruzione del testo da parte degli autori: i riferimenti ipertestuali (testi completati da testi esterni), l'instabilità (modifiche o eliminazioni di parte del testo), l'intertestualità (stesso testo in più versioni), la collaboratività (più autori per uno stesso testo), sono solo alcune delle varianti che devono essere considerate quando si approccia un testo online.

Un importante esempio di analisi testuale applicata allo studio delle religioni online è sicuramente il lavoro di Helland (2000). Helland, infatti, esaminando i testi online relativi ad alcuni gruppi religiosi cristiani che si ritrovavano su chat-room e siti web, è arrivato alla formulazione della fondamentale distinzione tra *religion online* e *online religion*, indicando con le prime le pratiche religiose che dall'offline vengono trasportate online; mentre con le seconde quelle pratiche religiose che si sviluppano esclusivamente nell'online.

Interessanti sono anche ricerche più recenti, come quelle condotte nel progetto Hatemeter (Laurent 2020) che, invece, utilizzano strumenti di analisi automatica dei testi, rintracciando nelle ricorrenze di *hashtag* e parole chiave su Twitter i pattern delle espressioni islamofobe online (Vitullo 2019).

Analizzare i testi dei gruppi religiosi online non significa, dunque, solo analizzare le scritture sacre riprodotte digitalmente, ma anche studiare le interazioni tra fedeli, il loro rapporto con l'autorità, la percezione dello spazio pubblico e privato di espressione, per comprendere la costruzione e delimitazione dei loro spazi virtuali.

*Le interviste online.* Le interviste sono forse uno dei metodi di ricerca più popolari utilizzati dalle scienze sociali. Definiamo ampiamente l'intervista come un incontro in cui una parte fa domande o dialoga con un'altra, documentando quella conversazione per raccogliere informazioni su un determinato argomento (Dingwall 1997). I dati possono essere raccolti utilizzando conversazioni domanda-risposta, o conversazioni guidate, tra due o più persone, su argomenti di interesse specifici, o generali e solitamente il successo del colloquio dipende dalle capacità di comunicazione dell'intervistatore (Cardano e Gariglio 2022). Come per le interviste offline, anche le interviste online presentano generalmente tre tipologie: strutturate, semi-strutturate e non-strutturate (Tracy 2013). Chiaramente tutti questi diversi tipi di interviste svolgono un ruolo importante nella conduzione della ricerca nel contesto digitale, anche se viene a mancare uno degli elementi fondamentali della loro esecuzione, ovvero la prossimità fisica tra intervistato e intervistatore.

Markham (1998) è stata una tra le prime ad aver colto la criticità di questo elemento: il ritardo nei tempi di reazione tra domande e risposte, la possibilità di fraintendimenti del significato – soprattutto

qualora si tratti di un'intervista scritta – le interruzioni di segnale che limitano la spontaneità di reazione, sono solo alcune delle principali criticità che minacciano il successo dell'intervista online. D'altra parte, l'autrice coglie anche i vantaggi che derivano dal condurre interviste online: l'agilità con cui si possono raccogliere e salvare le informazioni, la facilità di reperimento degli intervistati e soprattutto la possibilità di aggirare i problemi relativi alla mobilità e alle distanze geografiche dei partecipanti.

Seppure con le dovute difficoltà e riadattamenti, negli ultimi decenni, la ricerca digitale ha sicuramente dimostrato la validità delle diverse tipologie di interviste anche nei contesti digitali. L'indebolimento dell'efficacia delle possibilità comunicative espresse in un colloquio diretto può, infatti, essere bilanciata dagli strumenti impiegati per realizzare il colloquio e dalla preparazione dell'intervistatore, che deve tener conto delle eventuali problematiche collegate all'impossibilità di osservare direttamente e completamente i suoi intervistati (Salmon 2010).

Tuttavia, numerose sono anche quelle ricerche digitali che si basano sia su interviste online che offline, anche con l'obiettivo di controllare, o correggere, eventuali problemi legati all'esecuzione delle interviste virtuali. Questa tecnica mista, permettendo l'osservazione dell'intervistato anche nel suo setting quotidiano, chiaramente rinforza la validità della raccolta delle informazioni (Campbell 2012a; 2012b). In questo ultimo caso, però, il ricercatore deve prestare attenzione a proporre a tutti i partecipanti le stesse condizioni dell'intervista, siano queste online o offline. È fortemente sconsigliato, infatti, realizzare un campione ibrido dove ci sono partecipanti che hanno fatto solo interviste online ed altri solo offline.

L'intermediazione, o meno, dello schermo nell'intervista può, infatti, alterare i rapporti di potere tra intervistato e intervistatore, condizionando l'intensità dell'espressione delle emozioni da parte dell'intervistato. Quest'ultimo, infatti, potrebbe tenere dei comportamenti o delle reazioni che difficilmente emergerebbero in un'intervista di persona, o viceversa (Catterall e Maclaran 2002).

I diversi tipi di strutturazione delle interviste che si possono realizzare riflettono chiaramente i livelli di flessibilità e anche di necessità che si possono sperimentare nel processo di ricerca, che diventano ancora più variabili negli ambienti comunicativi di cui dispone il web. Oltre, infatti, a concepire l'intervista nel suo setting online più tradizionale, come nelle piattaforme di videochiamata, le interviste online possono svolgersi sui social media, sulle realtà virtuali, sui videogiochi online, nelle chat-room, o nei forum (Piela 2015). Bisogna, però, tenere a mente che con l'aumentare degli scenari a disposizione, aumenta anche la probabilità che i partecipanti possano nascondere o dissimulare la propria identità. Chiaramente questo problema si relativizza a seconda degli obiettivi della nostra ricerca, ovvero se la validità della ricerca si basa su un reale feedback dell'offline, o sulla sola rappresentazione di

pure dinamiche virtuali (Williams e Copes 2005).

Sebbene le preoccupazioni per la possibilità di comportamenti ingannevoli tenuti dai partecipanti durante le interviste online rimanga un tema aperto, l'intervista resta una tecnica preziosa per i ricercatori che utilizzano strumenti digitali. Le persone, infatti, possono mentire o dire la verità in tutti i contesti, siano questi online, che offline, tramite Skype, o in un colloquio di persona. La validità del metodo qualitativo, del resto, si basa in buona parte sulle capacità dell'osservatore di sviluppare rapporti di fiducia con i propri informatori, nel suo saper gettare le basi per un'interazione franca e aperta, o nel comprendere quando le circostanze non lo permettono (Giorgi Giorgi, Pizzolati e Vacchelli 2021).

Numerosi sono gli studi che nel campo delle religioni digitali hanno prediletto l'intervista. Campbell (2005, p. 78) nello studio di quattordici comunità cristiane online afferma, infatti, di aver proseguito le interviste anche nel setting offline degli intervistati al fine sia di verificare i dati raccolti online sui membri che osservare più complessivamente come internet ha modellato il loro coinvolgimento con la comunità offline.

Nel lavoro etnografico da me condotto (Vitullo 2021) sia presso la chiesa cristiana non-denominazionale, LifePoint Church, che presso la comunità spirituale di Damanhur, le interviste offline ai partecipanti hanno permesso di ricostruire un quadro complessivo di validazione e di comprensione del percorso che queste due realtà avevano fatto per costruire la loro presenza in rete. Inoltre, le interviste strutturate in presenza hanno permesso di stabilire un rapporto di fiducia coi partecipanti concedendomi l'accesso ad ambienti virtuali non visibili pubblicamente, ovvero a gruppi Facebook privati.

Chiaramente è difficile differenziare queste modalità di intervista – soprattutto quando si tratta di interviste semi-strutturate e soprattutto non-strutturate – all'interno di gruppi che condividono determinati luoghi ed esperienze, da un lavoro di osservazione e conoscenza più ampio di tutti i contesti on/offline che circondano questi gruppi. Ma qui, chiaramente, entriamo in un altro ambito della metodologia, quello etnografico, il quale merita uno spazio dedicato.

*L'etnografia online.* La ricerca etnografica cerca di fornire un quadro qualitativo-interpretativo approfondito delle analisi delle interazioni sociali; sottolinea la partecipazione del ricercatore nella comunità studiata attraverso l'osservazione partecipante e si basa sulla capacità del ricercatore di osservare, raccogliere, interpretare e analizzare i dati (Geertz 1973).

L'inizio della metà degli anni Novanta rappresenta, chiaramente, un momento di forte espansione per il passaggio dell'etnografia dall'offline all'online (Markham 1998; Wittel 2000). L'ambiente online ha dato al ricercatore una nuova prospettiva di osservazione dell'interazione dei singoli e delle comunità al di fuori del loro ambiente offline (Garcia *et al.* 2009) e il metodo etnografico ha da subito guadagnato la sua validità negli spazi online, ritenuti validi ambiti di indagine in sé e per sé (Horst e Miller 2013).

Nel dibattito sui metodi digitali, spesso si fa riferimento all'etnografia come al prodotto ottenuto dalla somma di una serie di metodi e strumenti d'indagine (interviste, sondaggi, lavori d'archivio e note sul campo), dove l'osservazione partecipata è la sua caratteristica distintiva (Boellstorff 2013). Chiaramente come l'etnografia offline anche quella online è un tipo di analisi parziale, che documenta attraverso strumenti o ambienti digitali (Hine 2000) la vita quotidiana così come viene vissuta, costruita e interpretata da gruppi (Boellstorff *et al.* 2012).

In questo contributo si fa riferimento all'"etnografia online" come al termine generico che indica l'uso di questi strumenti e prospettive nello studio dell'ambiente online. Tuttavia, è bene ricordare che non è questo il termine che viene utilizzato dalla maggior parte degli studi del campo. Come Dominguez *et al.* (2007, p. 3) hanno sostenuto, infatti, questo approccio metodologico è stato ampliato e riformulato attraverso nuove proposte di etnografia (digitale, in/su/attraverso internet, connettiva, in rete, cyber) che comunque mantengono un dialogo con la forma etnografica tradizionale.

In questa serie di definizioni, è interessante quella formulata da Boellstorff *et al.* (2012), che in generale, hanno distinto due tipi di studi etnografici online: quelli dell'"etnografia del virtuale", e quelli dell'"etnografia virtuale", dove la differenza risiede nelle caratteristiche dell'ambiente studiato. L'etnografia del virtuale studia, infatti, i "mondi virtuali" definiti dagli autori come piattaforme *multi-user* che creano un senso di realtà (*worldness*), che continua ad esistere anche se gli utenti si disconnettono. L'etnografia virtuale studia, invece, l'ambiente virtuale come spazio dove gli utenti collaborano alla costruzione di una parte della realtà, la cui esistenza in determinate forme e caratteristiche, dipende anche dalle capacità di agency dell'utente. In sostanza i social network, le chat-rooms, i forum e alcuni giochi online rientrano negli studi dell'etnografia virtuale, mentre le pagine online di un quotidiano nell'etnografia del virtuale.

La definizione di "etnografia digitale" è invece usata da quegli studi che enfatizzano l'impiego delle nuove tecnologie nel settore etnografico, piuttosto che sull'ambiente in cui viene condotto lo studio. Ducheneaut *et al.* (2010) e Murthy (2008; 2011) descrivono una serie di strumenti che potrebbero essere inclusi in questa definizione di fare ricerca: questionari online, video digitali, social network, siti web, blog, penne digitali, strumenti e software di visualizzazione e raccolta dati.

Secondo questa visione, l'etnografia digitale può essere condotta anche esclusivamente offline, la differenza, infatti, risiede solo nella scelta degli strumenti (Murthy 2011).

Sebbene esistano chiare differenze tra "etnografia digitale" ed "etnografia (del) virtuale", il terreno comune tra le due resta il coinvolgimento del digitale nello studio delle interazioni umane, cosa che solleva chiaramente nuove questioni relative all'etica della ricerca (McKee e Porter 2009). Questioni che riguardano in primis i confini

sfocati tra la dimensione pubblica e privata delle informazioni raccolte online (ad esempio sui profili social), o la condivisione o l'archiviazione di queste informazioni su piattaforme digitali la cui sicurezza e privacy sfugge a volte al totale controllo del ricercatore. Gli etnografi, infatti, possono utilizzare dati che non sono direttamente condivisi con loro nel momento in cui stanno conducendo la loro ricerca, ma che derivano da un'osservazione di un ambiente di cui l'utente molto spesso non è consapevole della sua dimensione pubblica. Dati che possono essere utilizzati senza il consenso diretto degli utenti, ma con quello indiretto delle piattaforme su cui questi si ritrovano.

Spetta, dunque, al ricercatore definire la linea di demarcazione tra informazioni che possono essere utilizzate perché condivise direttamente e consensualmente con lui, da quelle invece prodotte mentre il ricercatore era assente dal campo, in quel limbo a volte confondente tra sfera pubblica e privata.

Nello studio delle religioni online, il lavoro di Hutchings (2011) è un interessante esempio di intersezione tra etnografia online e offline. Hutchings, studiando per quattro anni le attività online e offline di cinque chiese cristiane ha potuto evidenziare quali elementi persistevano, o mutavano, nella loro costruzione della comunità, delle pratiche religiose, delle relazioni personali, nel momento di passaggio dall'offline all'online. La ricerca etnografica online alternata a quella offline, infatti, ha permesso di comprendere processi più ampi interni alla comunità religiosa, rendendo ancora più evidente come le due dimensioni non possano essere considerate distinte e separate, ma condizionanti e contaminanti l'una l'altra, come del resto accade per la vita quotidiana di tutti noi.

### **Alcune considerazioni finali**

La ricerca digitale, dunque, pur evolvendosi in continuazione<sup>3</sup>, non indebolisce la validità dei tradizionali metodi di analisi, che, se ripensati con le dovute attenzioni, possono arricchire di nuovi contenuti il campo delle scienze umane, in tutte le sue discipline. Oltre agli strumenti, numerose sono, infatti, anche le definizioni stesse di che cosa significhi fare ricerca digitale, a seconda che si ponga enfasi sull'ambiente, sugli strumenti, o sulla prospettiva teorica adottata dal ricercatore.

Da questa pluralità, le ricerche sulle *digital religion* e tutte le discipline che simultaneamente guardano al cambiamento del fenomeno religioso, possono solo che trarne giovamento, sia da un punto di vista teorico che pratico. Il riadattamento virtuale degli strumenti tradizionali di indagine della ricerca qualitativa per il coinvolgimento creativo degli utenti che popolano questa nuova dimensione della realtà, resta, infatti, un tema più che mai vivo all'interno del dibattito sociologico e in particolar modo anche in quello degli studi sulle *digital religion*. La ricerca della sistematizzazione di un solido assetto metodologico in questa disciplina deve, infatti, condurre lo studioso, anche il più scettico, a non considerare queste ricerche solo come una bizzarria

3. Si vedano a titolo di esempio i lavori di analisi visuale di YouTube di Radde-Antweiler e Zeilner (2015) o quelli sul crowdfunding online di Springer *et al.* (2016); oppure sugli strumenti di raccolta di big-data tramite questionari online di Singh (2016).

delle scienze umane, piuttosto invitarlo a rintracciare tra le innovazioni e le discontinuità di questi fenomeni, le eventuali continuità, almeno per porsi il quesito se questa “nuova” frontiera degli studi sul religioso altro non sia che un nuovo capitolo di una rinnovata fenomenologia del sacro nelle società postsecolari (Rosati 2015).

## Bibliografia

- Albanese C. (1998) *America: Religion and Religions*, Florence (KY): Wadsworth Publishing.
- Boellstorff T. (2013) “Rethinking digital anthropology”, in Horst, H.A., Miller, D. (a cura di), *Digital anthropology*, New York: Routledge, pp. 39-60.
- Campbell H. (2005) *Exploring religious community online: We are one in the network*, New York: Peter Lang.
- Campbell H. (2010) *When Religion Meets New Media*, New York: Routledge.
- Campbell H. (2012a) “Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society”, *Journal of the American Academy of Religion*, 80, 1, pp. 64-93.
- Campbell H. (2012b) “How Religious Communities Negotiate New Media Religiously”, in Campbell H. (a cura di), *Digital Religion*, New York, Peter Lang, pp. 81-96.
- Cardano M., L. Gariglio (2022) *Metodi qualitativi. Pratiche di ricerca in presenza, a distanza e ibride*, Bologna: Il Mulino.
- Catterall M., P. Maclaran (2002) “Researching Consumers in Virtual Worlds: A Cyberspace Odyssey”, *Journal of Consumer Behavior*, 1, 3, pp. 228-238.
- Carpenter J. (1985) “Tuning the Gospel: Fundamentalist Radio Broadcasting and the Revival of Mass Evangelism”, *Mid-America American Studies Association*, Urbana: University of Illinois.
- Dawson L., D. Cowan (2004) *Religion Online. Finding Faith on the Internet*, England: Emerald Publishing Limited.
- Dingwall R. (1997) “Accounts, interviews and observations”, in Dingwall R. e G.E. Miller (a cura di), *Context and method in qualitative research*, London: Sage, pp. 51-65.
- Domínguez D., A. Beaulieu, A. Estalella, E. Gómez, B. Schnettler, R. Read (2007) “Virtual ethnography”, *Forum Qualitative Social Research*, 8, 3, pp. 3-7.
- Dong L. (2015) *Qualitative Text Analysis: A Guide to Methods, Practice & Using Software*, New York: Sage.
- Ducheneaut N., N. Yee, V. Bellotti (2010) “The Best of Both (Virtual) Worlds: Using Ethnography and Computational Tools to Study Online Behavior”, *Ethnographic Praxis in Industry, Conference Proceedings*, 1, pp. 136-148.
- Fairclough N. (2003) *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*, London-New York: Taylor & Francis.
- Gallagher K., A. Wessels, B.Y. Ntelioglou (2013) “Becoming a Networked Public: Digital Ethnography, Youth and Global Research Collectives”, *Ethnography and Education* 8, 2, pp. 177-193.
- Garcia A.C., A.I. Standlee, J. Bechkoff, Y. Cui (2009) “Ethnographic Approaches to the Internet and Computer-Mediated Communication”, *Journal of Contemporary Ethnography*, 38, 1, pp. 52-84.
- Geertz C. (1973) *The Interpretation of Cultures*, New York: Basic Books.
- Giorgi A., M. Pizzolati, E. Vacchelli (2021) *Metodi creativi per la ricerca sociale. Contesto, pratiche, strumenti*, Bologna: Il Mulino.
- Helland C. (2000) “Online-Religion/Religion-Online and Virtual Communitas”,

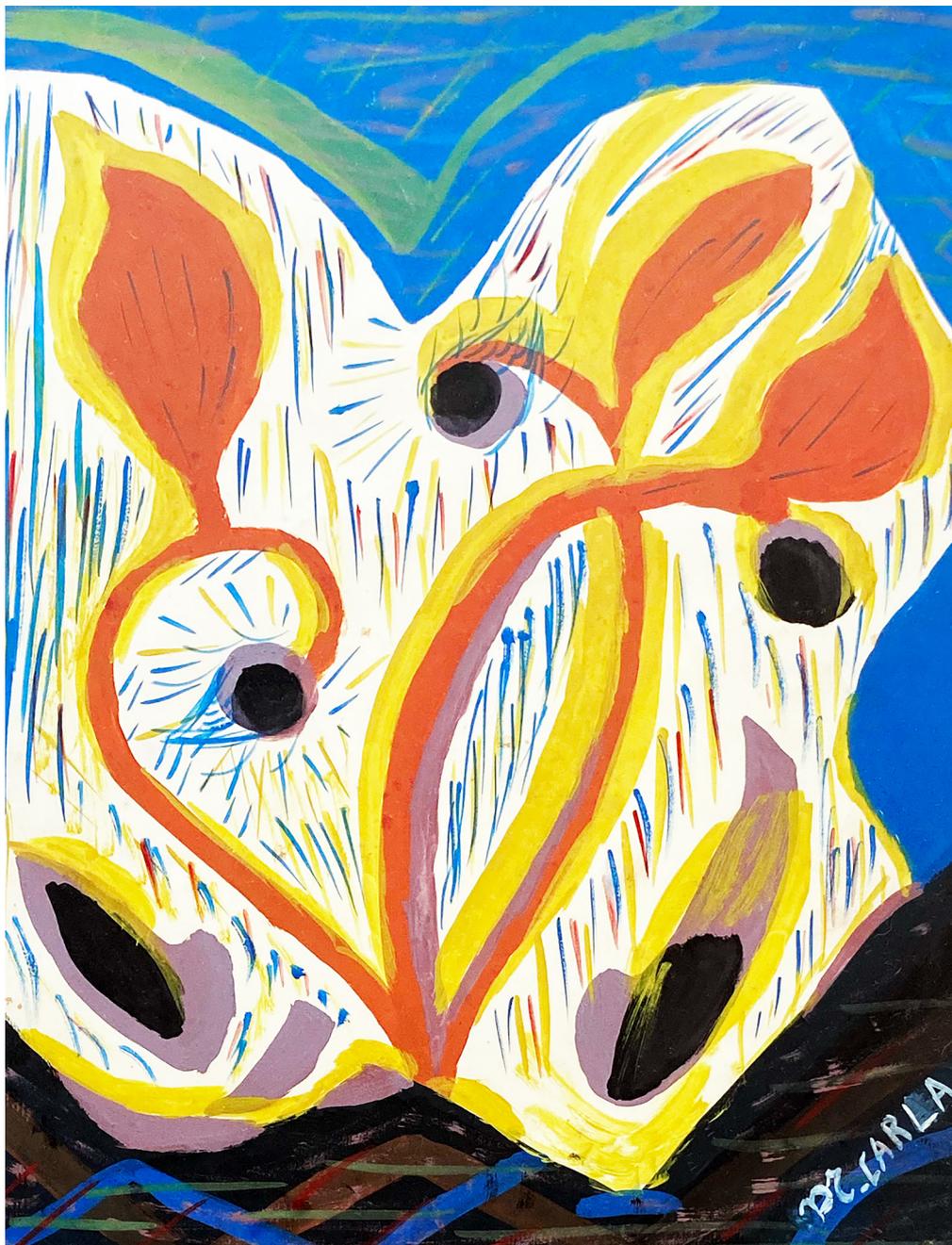
- in Dawson, L., Cowan, D. (a cura di) *Religion Online. Finding Faith on the Internet*, England: Emerald Publishing Limited, pp. 205-224.
- Hine C. (2000) *Virtual Ethnography*, London: Sage.
- Horst H.A., D. Miller (2013) *Digital anthropology*, New York: Routledge.
- Hutchings T. (2011) "Contemporary Religious Community and the Online Church", *Information, Communication & Society*, 14, 8, pp. 1118-1135.
- Laurent M. (2020) "Project Hatemeter: helping NGOs and Social Science researchers to analyze and prevent anti-Muslim hate speech on social media", *Procedia Computer Science*, 176, pp. 2143-2153.
- Markham A.N. (1998) *Life online: Researching real experience in virtual space*. Altamira: Plymouth.
- McKee H.A., J.E. Porter (2009) *The Ethics of Internet Research: A Rhetorical, Case-Based Process*, New York: Peter Lang, New York.
- Miller D., H.A. Horst (2012) "The Digital and the Human: A Prospectus for Digital Anthropology", in H.A. Horst e D. Miller (a cura di), *Digital Anthropology*, New York: Routledge, pp. 3-35.
- Murthy D. (2008) "Digital Ethnography: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research", *Sociology*, 42, 5, pp. 837-855.
- Murthy D., (2011) "Emergent Digital Ethnographic Methods for Social Research", in Hesse-Biber, S. N. (a cura di), *Handbook of Emergent Technologies in Social Research*. Oxford: Oxford University Press, pp. 157-179.
- Parker E.C., D.W. Barry, D.W. Smythe (1955) *The Television-Radio Audience and Religion*, New York: Harper's Publishing.
- Piela A. (2015) "Videoconferencing as a Tool Facilitating Feminist Interviews with Muslim Women Who Wear the Niqab", in S. Cheruvallil-Contractor e S. Shakkour (a cura di), *Digital methodologies in the sociology of religion*, London: Bloomsbury Academic, pp. 27-38.
- Radde-Antewler K., X. Zeilier (2015) "Methods for Analyzing Let's Plays: Context Analysis for Gaming Videos on YouTube", *Gamvironments*, 2, pp. 100-137.
- Rheingold H. (1993) *The Virtual Community*, New York: Harper.
- Rogers R. (2010) "Internet Research: The Question of Method. A Keynote Address from the YouTube and the 2008 Election Cycle in the United States Conference", *Journal of Information Technology & Politics*, 7, 2-3, pp. 241-260.
- Rogers R. (2013) *Digital Methods*, Cambridge (MA): MIT press.
- Rosati M. (2015) *The Making of a Postsecular Society: A Durkheimian Approach to Memory, Pluralism and Religion in Turkey*, Farnham: Ashgate.
- Salmon G. (2010) "Learning Innovation for the Twenty-First Century", in E. Ulf-Daniel, D. Schneckenberg (a cura di), *Changing Cultures in Higher Education: Moving Ahead to Future Learning*, New York: Springer, pp. 27-41.
- Scheifinger H. (2016) "Studying Digital Hinduism", in S. Cheruvallil-Contractor, S. Shakkour (a cura di), *Digital methodologies in the sociology of religion*, London: Bloomsbury Academic pp. 71-81.
- Shifman L. (2012) "An Anatomy of a YouTube Meme", *New Media & Society*, 14, 2, pp. 187-203.
- Shifman L. (2013) *Memes in Digital culture*, Cambridge (MA): MIT Press.
- Singh J. (2016) "Young Sikhs Religious Engagement Online", in S. Cheruvallil-Contractor, S. Shakkour (a cura di), *Digital methodologies in the sociology of religion*, London: Bloomsbury Academic pp. 83-96.
- Springer V., P. Martini, J. Richardson (2016) "Online Crowdsourcing Methods for Identifying and Studying Religious Groups as a Special Population", in S. Cheruvallil-Contractor, S. Shakkour (a cura di), *Digital methodologies in the sociology of religion*, London: Bloomsbury Academic pp. 27-38.
- Teusner P.E. (2013) "Formation of a Religious Technorati: Negotiations of Authority Among Australian Emerging Church Blogs", in Campbell H. (a cura di), *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, New York: Routledge, pp. 182-189.

- Tracy S.J. (2013) *Qualitative Research Method: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact*, Oxford: Blackwell.
- Tsuria R., A. Yadlin-Segal, A. Vitullo, H. Campbell (2017) "Approaches to Digital Methods in Studies of Digital Religion", *The Communication Review*, 20, 2, pp. 73-97.
- Vitullo A. (2019) "The Online Intersection among Islamophobia, Populism, and Hate Speech: An Italian Perspective", *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 10, 1, pp. 95-114.
- Vitullo A. (2021) *I religionauti. Studiare l'homo religiosus al tempo del web*, Brescia: Morcelliana.
- Williams J.P., H. Copes (2005) "How edge are you?: Constructing Authentic Identities and Subcultural Boundaries in a Straightedge Internet Forum", *Symbolic Interaction*, 28, 1, pp. 67-89.
- Wittel A. (2000) "Ethnography on the move: From field to net to Internet", *Forum Qualitative Sozialforschung*, 1, 1, <https://doi.org/10.17169/fqs-1.1.1131>





**METODI CREATIVI IN PRATICA. UN LABORATORIO APERTO**  
A cura di Alberta Giorgi, Micol Pizzolati, Elena Vacchelli



ISBN 979-12-210-4940-4



9 791221 049404