



**SAPIENZA**  
UNIVERSITÀ DI ROMA

Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale  
Scuola di dottorato *Mediatrends*  
Dottorato di ricerca in Scienze della Comunicazione  
XXV Ciclo

**Giovani, media e civic engagement.**  
*La rete da luogo di socialità a spazio di attivazione  
civica?*

**Supervisione scientifica**  
prof.ssa Franca Faccioli

**Coordinatore**  
prof. Mario Morcellini

**Candidata**  
Serena Fabrizio



A Davide,  
il mio porto sicuro.



## INDICE

### **Introduzione**

**p. 9**

### **I Capitolo**

#### **Essere cittadini oggi: identità, valori e pratiche** p. 17

1. *Sul concetto di "cittadinanza": alcune riflessioni* p. 20

1.1 La cittadinanza è in crisi? p. 29

1.2 Il cittadino contemporaneo tra individualismo e  
cosmopolitismo p. 34

2. *Società civile e partecipazione: l'esercizio della cittadinanza* p. 39

2.1 Identità, valori e fiducia: per una cultura civica p. 44

2.2 Capitale sociale e reti di relazioni p. 48

2.3 La cultura civica degli italiani p. 54

2.4 Forme e pratiche del *civic engagement* p. 60

### **II Capitolo**

#### **Media e *civic engagement*: nodi e prospettive** p. 69

1 *"Media vivendi": tra pluralismo e visibilità* p. 71

1.1 Il lato oscuro degli spazi mediati: visibilità è  
partecipazione? p. 77

2. *Le sfide del digital engagement* p. 80

2.1 Verso una cittadinanza digitale? p. 83

3. <i>Le pratiche medialità in Italia: alcuni dati</i>	p. 87
3.1 I giovani e Internet: la “cyber quotidianità”	p. 94

### **III Capitolo**

#### **Giovani in Rete tra socialità e *civic engagement*** p. 101

1. <i>Il gioco dell'identità tra sociale e personale</i>	p. 104
1.1 Relazionalità e esperienze digitali	p. 110
1.2 Online e offline: due facce della stessa esperienza?	p. 113
2. <i>I luoghi della socialità e della condivisione</i>	p. 115
2.1 Condividere relazioni: i Social Networks	p. 120
2.2 Condividere contenuti: il “ <i>video sharing</i> ”	p. 123
2.3 Condividere esperienze: i blog	p. 127
3. <i>Verso la partecipazione? Tracce di <i>civicness</i> online</i>	p. 132
3.1 Il civic web: alcuni spunti da ricerche	p. 140

### **IV Capitolo**

#### **Giovani, Rete e *civic engagement*: una ricerca** p. 147

1. <i>Il disegno della ricerca</i>	p. 147
2. <i>Lo strumento di indagine</i>	p. 150
3. <i>I principali risultati</i>	p. 154

3.1 Essere cittadini: tra il dire e il fare	p.156
3.2 Rete e <i>civic engagement</i> : legami possibili	p.191
3.3 Osservazioni conclusive	p.203
<b>Conclusioni</b>	<b>p. 207</b>
<i>Bibliografia</i>	p. 211
<i>Appendice</i>	p. 225



## Introduzione

Con l'affermarsi della *Welfare Community*, non è più solo lo Stato a garantire il benessere della "comunità", ma quest'ultima viene sempre più coinvolta, attraverso le forme di rappresentanza più adeguate, per contribuire all'attuazione delle politiche pubbliche. Viene pertanto sollecitata la "partecipazione" civica, vale a dire:

tutte quelle numerose forme e modi attraverso cui i cittadini, singolarmente o a gruppi, direttamente o indirettamente, prendono parte ai processi decisionali dei pubblici poteri. (Rescigno 2005, p.328)

In questo contesto concetti come quelli di "inclusione", "coesione" ed "ascolto" divengono centrali nei rapporti tra cittadini e amministrazioni, e ampliano la prospettiva verso l'evoluzione di una "democrazia partecipata" non più legittimata esclusivamente dal diritto di voto o, più in generale, dall'attivismo politico tradizionale.

Negli ultimi anni se, da un lato, si è registrato in Italia<sup>1</sup> un progressivo calo dell'interesse verso la politica e le

---

<sup>1</sup> Cfr. Istat Rapporto sulla situazione sociale del paese (2013a);

forme tradizionali di coinvolgimento (partecipazione a dibattiti, al voto, iscrizioni ai partiti) da parte della collettività, dall'altro, emerge un progressivo moltiplicarsi di associazioni e movimenti impegnati in ambito civico<sup>2</sup>. In questo scenario la commistione tra risorse pubbliche e private favorisce lo sviluppo di "reti di solidarietà", che, oltre a facilitare l'attivazione di processi di inclusione sociale, possono rivelarsi strumenti indispensabili per le amministrazioni, per poter individuare linee di azione efficaci per il benessere collettivo.

Se da recenti indagini (Istat 2013b) è possibile notare un generale incremento delle pratiche legate all'associazionismo tradizionale, di contro focalizzando l'attenzione sulle fasce più giovani della popolazione si nota un'inversione di tendenza.

Dallo scenario delineato emerge in Italia l'apparente tendenza dei giovani a mostrarsi indifferenti rispetto alle

---

Aspetti della vita quotidiana (2013b)

<sup>2</sup> Si fa riferimento ai principali movimenti nati negli ultimi anni attorno a temi di interesse pubblico come, per esempio, i Movimenti per l'Acqua pubblica, il movimento Se Non Ora Quando per la tutela di diritti delle donne, le mobilitazioni contro il nucleare; si tratta di esperienze di attivazione della cittadinanza volte a portare nel dibattito politico alcuni temi importanti per la collettività, ma marginali nell'agenda pubblica.

questioni di pubblico interesse nei luoghi tradizionali del confronto, e si riscontra un livello di partecipazione civica basso, con risultante scarsa consapevolezza dei loro diritti e doveri in quanto “cittadini”.

Ma cosa vuol dire essere cittadini e partecipare attivamente nel dibattito pubblico oggi? Tali pratiche vanno ridefinite alla luce dei nuovi contesti di socializzazione e confronto presenti negli spazi “mediati”? Quando parliamo di *civicness* giovanile, quale ruolo hanno le pratiche comunicative e relazionali, sempre più digitali, nella ridefinizione delle azioni civiche? Questi alcuni interrogativi che fanno da sfondo alla riflessione che si articola nei prossimi capitoli, ed il cui obiettivo è quello di delineare alcuni aspetti del dibattito sociologico attorno ai temi della cittadinanza, in particolare giovanile, nella società contemporanea, evidenziando i nodi del rapporto tra individualità e società, tra *civicness* e *civic engagement* e come questi concetti impattano con i media digitali.

I giovani, che vivono nel mezzo delle contraddizioni e dei mutamenti che caratterizzano questa epoca storica, riflettono, nelle pratiche e nei vissuti, i principali nodi del dibattito contemporaneo. Da qui muove il percorso del mio lavoro di tesi nel tentativo di ricostruire la complessità del vissuto giovanile sociale e civico in

relazione a quello digitale con lo scopo di offrire nuovi spunti di riflessione sul tema.

Il focus della ricerca in particolare è quello di riflettere il grado di attivazione civica da parte dei giovani in Rete ed al di fuori di essa, e riflettere sulle modalità attraverso cui essi si confrontano su questioni di pubblico interesse. Sullo sfondo, per poter inquadrare in modo più esaustivo le pratiche, darò conto di alcune risultanze emerse dall'analisi di alcune dimensioni che hanno un impatto sul coinvolgimento civico (valori, fiducia nelle istituzioni, coscienza civica o senso civico). Tale percorso si intreccia con una riflessione sulle nuove forme di impegno civico e sulle definizioni di *civic engagement*, con particolare riferimento al ruolo delle tecnologie nella costruzione di pratiche di *civicness* (Bennet, 2008; Buckingham, 2000, 2007). D'altra parte l'impiego di internet da parte dei giovani è sempre più significativo: l'ultimo rapporto Censis/Ucsi del 2013 evidenzia che tra i giovani, i fruitori di internet arrivano al 90,4% e di questi il 75,6% è iscritto a Facebook. In questi spazi essi possono attivarsi su determinati temi, costruendovi attorno da semplici momenti di confronto e "conversazione" ad articolate ed innovative iniziative di partecipazione (es. manifestazioni, flash mob).

La vivacità delle discussioni che si generano attorno ad un video postato su YouTube o attorno alla nascita di un gruppo o di un'iniziativa su Facebook o Twitter, denota la necessità da parte di chi "popola" la Rete di interrogarsi e confrontarsi sui contenuti che circolano in essa, problematizzandone il consumo e seguendone il percorso attraverso le relazioni che si attivano attorno ad essi. La domanda principale che muove l'interesse di ricerca è incentrata sul rapporto tra giovani, pratiche digitali e *civic engagement*. La Rete può facilitare un risveglio della sensibilità civica dei giovani, offrendo nuovi spazi e modalità di attivazione seppur differenti rispetto alle forme tradizionali di coinvolgimento? L'obiettivo è, dunque, quello di individuare da un lato il grado di attivazione civica online e offline dei giovani oggetto della ricerca. Dall'altro individuare eventuali legami tra attivazione digitale e attivazione civica.

I primi tre capitoli della tesi sono focalizzati sulla definizione del quadro teorico che fa da sfondo al percorso di analisi, attraverso l'individuazione delle principali letture del concetto di *civic engagement* in rapporto alle forme di attivazione di partecipazione civica ed al ruolo che i media (in particolare le tecnologie

della comunicazione) possono avere nella definizione di esse.

Il **primo capitolo** è dedicato in particolare alla definizione, attraverso un excursus teorico, dei concetti di cittadinanza (Arendt, 1958; Marshall, 1950; Kymlicka, 1995), cultura civica e capitale sociale (Coleman, 2005; Putnam, 1993; Bourdieu, 1980). Le definizioni proposte vengono problematizzate rispetto allo scenario della modernità contemporanea, attraverso l'introduzione di alcune prospettive ridefinitorie (Bauman, 2001, 2002, 2008; Donati, 2000, 2008; Dahlgren 2009, 2013) del concetto di cittadinanza. All'interno di questo scenario, si colloca una più specifica riflessione sulle dimensioni della cultura civica (Sciolla, 2004), ed alle sue componenti caratterizzanti (identità, valori, fiducia) con particolare riferimento al contesto italiano.

Il **secondo capitolo**, presenta alcune riflessioni ed un approfondimento sull'ambivalente ruolo dei media nella costruzione della *civiness* (Lalli, 2008; Dahlgren, 2009; Papacharissi, 2010) anticipando il tema centrale del progetto di questa tesi: come le tecnologie contribuiscono a ridefinire gli spazi e le pratiche di confronto pubblico. In particolare sono stati approfonditi

alcuni aspetti riguardanti le potenzialità offerte dai media per la costruzione di uno “spazio pubblico mediato” (Silverstone, 2007; Thompson, 1995; Sorrentino, 2008) e delle opportunità di sviluppo e criticità connesse a questa prospettiva.

Il **terzo capitolo** si concentra maggiormente sul ruolo della Rete nella costruzione dell’identità e della socialità giovanile (Boyd, 2008; Weber e Mitchell, 2008; Giaccardi, 2010) e nelle possibili forme di attivazione di interesse ed impegno civico, con riferimento ad alcuni approcci teorici (Bennet 2008; Rheingold 2008) ed ad alcuni spunti offerti da ricerche sul “civic web” (Montgomery, 2004; Centre for the Study of Children, Youth and Media 2009).

In particolare nella prima parte del capitolo sono ricostruite le nuove dinamiche di relazione e socializzazione dei giovani attraverso la Rete e le prospettive offerte da queste pratiche per un coinvolgimento nella società civile. Prima di analizzare potenzialità e criticità legate a un “utilizzo civico” di Internet, si riportano alcune riflessioni sul delicato rapporto che attraverso la Rete si dipana tra soggettività e socialità. In seguito, con riferimento alle pratiche di condivisione/creazione di contenuti e relazioni che

caratterizzano alcuni spazi del web (i Social Media), sono stati individuati alcuni spazi attraverso i quali tali attività concretizzano ed in parte problematizzano le riflessioni teoriche presentate (Social Networks e la condivisione di relazioni, YouTube/video sharing e la condivisione di contenuti, blog e la condivisione di esperienze).

Nel **quarto capitolo**, alla luce dello scenario delineato, viene presentato uno studio empirico che si propone di ricostruire un “identikit” dei giovani *Civic Engaged* ed il loro vissuto della Rete attraverso una web survey rivolta a giovani tra i 19 e i 29 anni. Sono state identificate le principali dimensioni di analisi sulla cui base sono state costruite le domande del questionario (area del coinvolgimento civico, area dei consumi mediali).

Nella prima parte a partire dall’analisi dei risultati della rilevazione viene delineato il rapporto tra i giovani intervistati ed alcuni aspetti legati al coinvolgimento civico (valori, fiducia, senso civico, pratiche civiche).

Nella seconda parte i profili emersi dallo scenario del civic engagement sono riletti attraverso la lente della Rete e di alcune pratiche digitali.

## I Capitolo

### Essere cittadini oggi: identità, valori e pratiche

La vita umana è caratterizzata dalla continua tensione tra l'essere "in privato" e l'essere "in comune" afferenti a due sfere di attività più propriamente legate alla famiglia (legami forti) nel primo caso, ed alla vita politica nel secondo caso (Arendt 1958 – ed. 2009). Tra i due ambiti ne è presente un terzo, legato alla sfera della socialità attraverso cui si dipanano quei "legami deboli" che definiscono le reti di relazioni in questo terzo contesto. Se in passato, il cittadino era definito tale nel momento in cui agiva nello spazio pubblico, nel tempo la linea di confine rispetto alla sfera privata si è progressivamente ridotta, fino ad arrivare all'attuale tendenza alla sovrapposizione tra i due ambiti.

Hanna Arendt, in, *Vita Activa*, così descrive questa condizione:

L'emergere della società dall'oscura interiorità della casa alla luce della sfera pubblica ha non solo confuso l'antica demarcazione tra il privato e il politico, ma ha anche modificato, fino a renderlo irricognoscibile, il

significato dei due termini e la loro importanza per la vita dell'individuo e del cittadino. (Arendt, 1958 – ed. 2009, p. 28)

Con l'avvento della società di massa un successivo cambiamento è avvenuto nei rapporti tra sfera pubblica e sfera sociale (intesa come società che ha inglobato i singoli gruppi sociali sotto l'ombrello di un'unica comunità), in quanto quest'ultima ha raggiunto quel riconoscimento giuridico e politico che determina il suo controllo sulla sfera pubblica.

Nello stesso tempo il concetto stesso di "privato", se in passato coincideva con l'ambito della famiglia e delle attività legate alla sua gestione, nel tempo acquista una nuova componente, l'interiorità, riferita alla cura della persona nella sua individualità.

Nella modernità attuale, il rapporto tra le tre sfere dell'agire umano si opacizza, e nello stesso tempo acquista fluidità; con il termine "opacità" mi riferisco alla sempre maggiore difficoltà di distinzione e di comprensione delle dinamiche che si creano all'interno delle tre sfere (privata, pubblica, sociale). La fluidità invece riguarda la continua modificazione delle caratteristiche dei tre ambiti d'azione e la perdita di confini "solidi" tra essi.

In questo scenario è dunque sempre più complesso definire le peculiarità dell'agire dell'uomo "cittadino" e comprendere il rapporto che si dipana con quello dell'uomo "individuo".

Per Hanna Arendt (1958) l'equilibrio tra pubblico e privato è stato ulteriormente indebolito dal sempre maggiore sviluppo della dimensione sociale come spazio in cui rendere pubblici i propri interessi privati, ma non necessariamente attraverso un percorso collettivo. Il sociale dovrebbe intervenire all'interno di questo binomio proponendosi non come un momento di superamento, ma di sintesi delle due sfere di azione. Gli ideali, infatti, di una società civile (Ibidem) sono proprio incardinati in questa tripartizione equilibrata tra privato, pubblico e sociale.

Lo scopo di questo capitolo è quello di riflettere su alcuni nodi che emergono nel definire i concetti di "cittadinanza", "cultura civica", "capitale sociale" e *civic engagement*, concetti strettamente legati alle questioni sin qui introdotte, e comprendere la dialettica della loro appartenenza alle sfere d'azione considerate. Ho scelto di concentrarmi, più che su un dettagliato excursus dei processi storici, politici e sociali attraverso cui ricostruire la progressiva modificazione della relazione tra tali concetti e le tre dimensioni, su una riflessione trasversale

circa i principali mutamenti che intervengono, nella modernità attuale, nella relazione tra di essi. Nella seconda parte del capitolo l'accento verrà posto sul ruolo dei media nella ridefinizione degli equilibri tra le tre sfere e sulle prospettive ed i nodi relativi alla possibile convergenza e possibile sovrapposizione tra privato, pubblico e sociale.

Questa prima parte della tesi presenta alcuni nodi fondamentali per la definizione del mio percorso di ricerca e che rappresentano nell'ultima parte del lavoro alcune delle dimensioni di analisi dell'indagine svolta; mi riferisco in particolare alle principali riflessioni sulle caratteristiche del cittadino contemporaneo, ed attraverso quali forme esso agisca (*civic engagement*).

### *1. Sul concetto di "cittadinanza": alcune riflessioni*

Prima di comprendere il significato attuale della parola "cittadinanza" è necessario dare conto di alcune definizioni generali: la prima è quella alla base delle antiche e moderne democrazie, secondo cui è cittadino, colui che ha il diritto di partecipare ai processi di governo popolare. La parola "cittadino" deriva dal latino *civis* con riferimento al contesto di appartenenza,

la città-stato dell'età repubblicana; la semantica del termine lo collega a quello greco di *polis* i cui appartenenti i *polites* erano coloro che la governavano, i cittadini stessi. Nel corso delle diverse epoche storiche le accezioni di "cittadino" e "cittadinanza" acquisiscono significati sempre più complessi ed astratti rispetto alla visione greco/romana e essi si legano sempre più strettamente con un altro termine-chiave della sfera civica: quello di democrazia. Aristotele definiva la cittadinanza come una caratteristica imprescindibile dell'essere umano, la sua essenza, pur vivendo in un contesto politico-sociale in cui non a tutti poteva essere garantito tale privilegio. Per molto tempo la riflessione sulle proprietà e sulle caratteristiche intrinseche del concetto di "cittadino" è rimasta confinata sul piano filosofico, fino ad arrivare alle prime concettualizzazioni politico-giuridiche.

In un'accezione più moderna, quando si parla di "cittadinanza" lo si fa da un punto di vista giuridico: i cittadini sono coloro che sono riconosciuti legalmente come membri di una democrazia. In questo senso c'è una stretta connessione con la propria "residenza" all'interno di una "nazione" e, quindi, la propria nazionalità.

Il pensiero politico moderno ci ha lasciato in eredità due principali letture del concetto di cittadinanza, la prima legata alla partecipazione e al coinvolgimento nella società civile (modello repubblicano), l'altra collegata allo stato giuridico ed ai diritti dell'essere cittadino di uno Stato (modello liberale). Sulla base di questa seconda concezione nel pensiero politico inglese del XVI secolo, hanno avuto origine le prime teorizzazioni sui diritti dei cittadini (Locke, Hobbes).

Oltre alle due dimensioni della "partecipazione" e dei "diritti", per definire meglio la cornice concettuale entro cui si colloca quest'approccio, devono essere introdotte anche quelle di "doveri" ed "identità"; in questa rappresentazione concettuale i diritti ed i doveri appartengono certamente alla dimensione formale, mentre la partecipazione e l'identità a quella sostanziale.

Oltre a questi due principali filoni di riflessione (repubblicano e liberale) che caratterizzano la società moderna, vanno considerati anche quelli che fanno riferimento al cittadino della seconda modernità. Mi riferisco alla visione multiculturalista di Touraine (1997), al comunitarismo di Kymlicka (1995) e alla riflessione di Bauman sulla "cittadinanza liquida".

Ognuno di questi approcci interpretativi è il frutto di una sintesi o di un'evoluzione dei precedenti, in un

processo di ridefinizione continua delle caratteristiche e delle pratiche che definiscono l'essere cittadino; infatti alcuni autori (Papacharissi 2010, Dalghren 2009) considerano la cittadinanza come un processo fluido che accompagna i mutamenti storico-sociali e riflette i continui cambiamenti nel rapporto tra individuo e società.

Vediamo brevemente come si articolano le diverse riflessioni che caratterizzano il rapporto tra individuo, *civicsness* e società.

Tra gli esponenti del cosiddetto "filone liberale" Marshall (1950), in particolare, evidenzia la compresenza, nella definizione del concetto di cittadinanza, di tre elementi caratterizzanti: quello sociale, quello politico e quello civile. I diritti legati alle tre sfere della società civile, sono quelli che principalmente tutelano il "cittadino" nei confronti delle istituzioni pubbliche di riferimento. Nel corso del tempo si è assistito ad una progressiva e sempre più netta demarcazione fra i tre elementi citati ed i rapporti tra gli stessi e gli interlocutori istituzionali, in quanto le funzioni dello Stato, si sono caratterizzate per una sempre maggiore "differenziazione" delle sfere di influenza e di azione. Peraltro secondo il pensiero di Marshall, che riprende a sua volta alcune

concettualizzazioni di Maitland (Maitland and Fisher, 1908), l'evoluzione del concetto di cittadinanza è caratterizzata da un duplice processo, da egli definito di "fusione geografica" e "separazione funzionale" tra i tre elementi costitutivi.

La nascita e l'evoluzione dei diritti legati alle tre dimensioni (sociali, civili e politiche) può essere localizzata in periodi storici differenti ed in rapporto alla progressiva differenziazione e separazione delle funzioni politiche, civili e sociali, tra i diversi organi dello Stato Moderno. Nell'ambito del pensiero repubblicano, tra gli autori più recenti cui si deve una lettura del concetto di cittadinanza in stretta relazione con quello di "comunità civile", va certamente considerato Robert Putnam (1993, 2001) che nei suoi lavori più significativi restituisce una riflessione articolata sulla relazione tra società civile, capitale sociale e comunità civile. Secondo il pensiero dell'autore la cittadinanza deve essere caratterizzata da una coscienza dei propri diritti e doveri e da una tendenza all'aggregazione ed alla costruzione di relazioni e di scambi di valori ed esperienze per poter contribuire con le istituzioni, la cui gestione della cosa pubblica non può più essere esclusiva.

La coscienza civica, un bene cui nei suoi studi, in particolare nel contesto italiano, Putnam assegna un ruolo fondamentale per la costruzione del “capitale sociale”, può essere alimentata solo dalla condivisione di obiettivi e valori, da tolleranza e solidarietà (Ibidem, 1993). La comunità civile è più forte, laddove è caratterizzata da un tessuto di relazioni ampio e diversificato, in cui i legami con le amministrazioni del territorio sono garantiti dalla presenza di tutti gli interlocutori e da una conoscenza condivisa delle problematiche e delle azioni pubbliche.

I maggiori mutamenti che hanno riguardato le teorie sulla cittadinanza si sono avuti negli ultimi cinquant'anni con l'affermarsi del “comunitarismo” e, in reazione ad esso, del “pluralismo radicale”; due approcci che partono entrambi dalla volontà di prendere le distanze da alcuni degli assunti delle due più classiche scuole di pensiero (liberalismo e repubblicanesimo).

Tali posizioni che comportano un ripensamento del concetto di “cittadinanza” in relazione a nuove dimensioni interpretative, vanno lette rapportandole ai profondi cambiamenti avvenuti nel tessuto sociale a causa della crisi del Welfare State da un lato, e delle conseguenze della globalizzazione dall'altro. La nuova dimensione globale e culturale attraverso cui esso va

riletto, ha comportato la necessità di ridefinirlo soprattutto nei suoi legami, con la nazionalità. In alcuni contesti, come ad esempio quello europeo, non è più possibile associare la cittadinanza esclusivamente all'appartenenza ad uno Stato, in quanto essa si manifesta su due livelli, nazionale e sovranazionale.

Accanto a questa nuova distinzione tra le dimensioni "cittadinanza" e "nazionalità", emerge anche una nuova diversificazione tra diritti dei cittadini e diritti umani; accanto alla legge che tutela i diritti dei primi, vengono introdotte tutta una serie di direttive e raccomandazioni (es. a livello europeo) per la tutela anche di coloro che non necessariamente sono riconosciuti legalmente tali. Queste forme di internazionalizzazione di norme prima esclusivamente nazionali, sancisce il progressivo disgregarsi della distinzione tra appartenenti-non appartenenti allo stato di diritto, su cui poggiava la definizione giuridico-liberale di "cittadinanza".

Nell'ultimo secolo, il termine cittadinanza ha assunto un terzo, più ampio e comune, significato, in riferimento a gruppi di persone, associazioni, unite da una condivisione non esclusivamente politica o istituzionale. Si può essere cittadino del proprio quartiere, del luogo di studio (scuola, università) così come di una più ampia comunità.

Nella stessa definizione di diritti secondo l'approccio del comunitarismo, va operata una distinzione tra "diritti individuali" e "diritti collettivi" (Kymlicka, 1995); i primi riguardano il rapporto del singolo nei confronti del proprio gruppo di appartenenza ed i secondi riguardano le relazioni tra più gruppi e tra un gruppo e la società nel suo complesso. Spesso le due realtà entrano in contrapposizione tra loro poiché l'individuo può sentirsi limitato nei suoi diritti rispetto a quelli collettivi rappresentati dagli interessi e dalla volontà del gruppo di appartenenza o della società in cui vive.

Autori come Touraine (1997), e lo stesso Kymlicka (1995) parlano di "multiculturalismo", anche se in questa sede viene riportata una definizione di Bauman che, con particolare chiarezza, propone un'interessante lettura di questo modello di società:

"Multiculturalismo", in breve significa separare la cittadinanza dall'appartenenza culturale dei cittadini [...] significa trasformare tale appartenenza in una questione privata, che non influisce in alcun modo sui diritti pubblici. Inoltre "multiculturalismo" significa presupporre che la diversità culturale non ostacoli, e tanto meno impedisca, la partecipazione alla vita pubblica dei cittadini. (2008, p. 198)

Nella sua immagine di società multiculturale l'autore vede tutti i limiti legati ad un'eterogeneità di culture

separate tra loro, con il risultato di creare degli ibridi che non rappresentano la realtà delle culture contemporanee.

Risulta chiaro da questa riflessione, che nel pensiero dei collettivisti certamente prende il sopravvento, per dirla con le parole di Marshall, l'elemento sociale del concetto di cittadinanza (Marshall, 1950). Ma questa concezione legata ad un'idea di comunità legittimata rispetto al cittadino-singolo nell'azione pubblica viene problematizzata da Bauman secondo cui il "multicomunitarismo":

cancela a priori la possibilità di una comunicazione e di uno scambio significativi e reciprocamente vantaggiosi tra culture (2008, p. 199).

Inoltre aggiunge che esso:

non può, senza cadere in contraddizione, riconoscere al cittadino il ruolo di principale agente pubblico. L'unico agente pubblico legittimo è la comunità. Il corpo di leggi destinato a regolamentare la convivenza delle comunità è visto come aggregato di privilegi orientati alla comunità (Ibidem).

Il rischio è quello prima accennato, di annullare i diritti del singolo a favore di quelli del gruppo di appartenenza, rinunciando alla "libertà di autodeterminazione" in favore di un effimero senso di

sicurezza e di appartenenza ad una collettività che riduce la sfera di azione dei suoi componenti.

## 1.1 La cittadinanza è in crisi?

Una riflessione più ampia attualmente si interseca con quella di Bauman sulla fragilità del concetto stesso di “cittadinanza”, intesa nella sua concezione moderna; la crisi dei principali assetti politici, e dei rapporti tra istituzioni e società, sembrerebbe determinare una sorta di black out nei processi di costruzione di un’identità civica condivisa. Le cause come sopra accennato sono certamente dovute a problematiche sia interne alle nazioni sia esterne, in quanto le problematiche economiche, sociali e culturali a livello micro e macro si intrecciano ed influenzano reciprocamente; i sistemi di controllo e gestione tradizionali non sono in grado attualmente di controllare tali emergenze e questa fragilità e spaesamento dei governanti si ripercuote inevitabilmente sui legami con la società civile.

La crisi delle forme tradizionali di cittadinanza e di relazione con il sistema politico tuttavia, deve esser letta anche in un’ottica di possibile rinnovamento e

ridefinizione, alla luce di un nuovo assetto globale, del concetto stesso e dei rapporti tra istituzioni e cittadini. Alcuni autori (Donati 2000) ripropongono un'attenta analisi dei principali fattori di crisi della cittadinanza, attraverso paradigmi interpretativi legati a due differenti prospettive: quella "sistemica" e quella "soggettivistica". Nel primo caso:

osservando i fenomeni dal lato del sistema politico-amministrativo, la crisi della cittadinanza è dovuta al sovraccarico di aspettative, funzioni e compiti riposti nella classe politica e nello Stato, e alla conseguente chiusura auto-referenziale operata dal sistema politico-amministrativo in base alle proprie esigenze "funzionali". (Ibidem, p. 15)

Le conseguenze di questo fenomeno produrranno un progressivo aumento del distacco dalla società civile e una sempre maggiore chiusura verso la dimensione "macro" del sistema politico-amministrativo, alienandosi anche rispetto ai rapporti di forza globali che sempre più influiscono sul contesto "micro".

Secondo la prospettiva "soggettivistica" invece:

la crisi della cittadinanza è dovuta sia alla crescente privatizzazione della vita sociale (cioè ad una soggettivizzazione che sfocia nel narcisismo), sia all'esplosione

dei particolarismi e dei “localismi”. Nell’un caso come nell’altro, si osserva una crescente incapacità delle sfere di società civile a riconoscersi nelle istituzioni politiche e quindi a organizzare azioni collettive volte al bene comune. (Ibidem)

Anche in questo caso la costruzione di una società civile basata su istanze localistiche, contribuisce comunque alla crisi dei rapporti tra Stato e cittadino.

Forse la crisi di tale concetto e dei significati ad esso correlati, va ricondotta anche alla sua tradizionale cornice interpretativa di riferimento, strettamente legata al contesto giuridico, piuttosto che a quello sociologico. Se nella tradizione moderna le principali riflessioni sulla cittadinanza si esaurivano sui due principali filoni precedentemente citati (liberale e repubblicano), tuttavia la prospettiva di analisi era sempre legata al rapporto individuo-nazione, e dunque alla regolamentazione dei rapporti tra i due attori in termini giuridico/economici.

Nello scenario contemporaneo tale impostazione entra in crisi proprio perché gli attori che intervengono all’interno del contesto di riferimento sono meno “etichettabili” e le regole stesse, alla base delle relazioni tra i soggetti, devono essere rilette in una prospettiva più globale. La cittadinanza non necessariamente deve essere considerata come uno status acquisito ma può

essere ripensata come il risultato di un agire civico, ed a questo riguardo Peter Dahlgren parla di “civic agency” (2009). In questa nuova prospettiva, la cittadinanza va riletta come una componente necessaria per definire le “azioni pubbliche” degli individui che contribuiscono a loro volta a definire la società civile attraverso le reti di relazione (Crossley, 2001) ed il costante intrecciarsi tra la propria individualità e la dimensione collettiva dell’esistenza.

Di contro però, questo emergere sempre più incalzante, della dimensione privata nelle relazioni sociali ed il peso sempre maggiore che assumono le istanze particolaristiche all’interno del dibattito civico, denotano una difficoltà di fondo nella definizione di obiettivi e percorsi comuni:

la domanda politica tende a spostare l’accento dalle richieste tradizionali di maggiore uguaglianza, di liberazione dallo sfruttamento e di una più equa distribuzione delle risorse, verso richieste di riconoscimento dei propri diritti alla propria differenza in condizioni naturali e sociali che assicurino la realizzazione del proprio ideale privato di vita. (Crespi, 1992)

Il continuo intrecciarsi tra istanze individuali e dimensione collettiva si inserisce in una dimensione non

più solo economico-politica, legata dunque alla ricerca del benessere e della sicurezza sociale. Le battaglie per i diritti e i grandi movimenti di protesta richiamano alla definizione e riconoscimento giuridico di diritti legati alla dimensione privata dell'individuo (es. divorzio, aborto).

In questo senso la relazionalità assume un ruolo centrale nel dispiegarsi dei rapporti tra agire privato ed agire pubblico, poiché attraverso i cosiddetti "beni relazionali" l'individuo può partecipare al dibattito pubblico e condividere le sue istanze con la comunità. Il rischio di questa rivalutazione e preminenza della soggettività nei confronti della collettività può essere quello di portare ad un sempre maggiore scollamento tra istanze civili e azione politico-istituzionale, poiché le prerogative particolaristiche possono prendere il sopravvento sulla necessità di individuare un "bene comune" verso cui orientare le azioni pubbliche.

## 1.2 Il cittadino contemporaneo tra individualismo e cosmopolitismo

Cosa implica dunque essere cittadini nell'epoca contemporanea, in uno scenario globalizzato in cui i confini tra le culture e le "cittadinanze" perdono sempre più consistenza e "solidità"?

Il precedente paragrafo si conclude con una breve riflessione sulle più recenti accezioni del concetto di "cittadinanza", riferite ai cambiamenti portati dalla seconda modernità, da alcuni definita "liquida" (Bauman, 2002), da altri autori "riflessiva" (Giddens, 1994) i cui tratti determinanti sono il dinamismo, la variabilità e il cambiamento. In questo scenario in continuo mutamento e caratterizzato da incertezza e insicurezza causate da un indebolimento dei punti di riferimento tradizionali (lo Stato, la comunità), l'essere cittadino assume molteplici significati, in quanto non rimanda più esclusivamente ad un legame con il proprio "locus" di appartenenza. L'essere considerati "locali" in questa nuova realtà globalizzata viene considerato come un segno di inferiorità perché "limitante" ed anacronistico (Bauman 2008, p. 5); la "distanza" tratto significativo della distinzione tra le società e le appartenenze viene progressivamente annullata dai

processi di modernizzazione, per cui la nozione stessa di “confini” viene ridiscussa e ridefinita in un’ottica transnazionale (vedi il caso della costituenda Unione Europea o degli organismi internazionali). La dimensione globale pone il cittadino tra due opposte tendenze: da un lato quella orientata al recupero ed alla valorizzazione della propria individualità per poter meglio interpretare il cambiamento e rafforzare i propri diritti nei confronti della società globale; dall’altro la necessità di trovare sicurezza e comprensione, ma soprattutto tutela nelle maglie di una collettività che va ricostruita attraverso una nuova definizione di contenuti e specificità che tengano conto dei cambiamenti in atto. A metà tra queste due polarità, Bauman vede la condizione attuale del “cittadino globale” come caratterizzata da una tendenza al prevalere della libertà individuale a scapito di un indebolimento della collettività (Bauman 2008, p. 10). Le questioni pubbliche si riducono a nient’altro che il riflesso di quelle private:

[...] le sole lagnanze a trovare espressione nella sfera pubblica sono le angosce e i tormenti privati che, comunque, non si trasformano in questioni pubbliche solo per il fatto di essere esibiti pubblicamente. (Ibidem p. 10-11)

Contrariamente, secondo l'autore, la libertà dell'individuo dovrebbe emergere, ed essere a sua volta garantita, proprio dalla collettività con cui egli deve comunque necessariamente rapportarsi.

In questa complessa scenografia di rapporti tra individuo e società, emerge un concetto che va problematizzato alla luce di quanto fino ad ora detto: quello di "appartenenza". Il cittadino in quanto tale esiste nel momento in cui appartiene ad una nazione, ad un territorio, di cui rispetta le leggi e partecipa nella costruzione del benessere politico/sociale/ economico. Ma nel momento in cui emergono dei "poteri globali" (Ibidem p. 171) che sovrastano quelli della nazione, essa si trova impotente nel fornire strumenti e nell'agire per tutelare la propria cittadinanza:

I parametri decisivi della condizione umana vengono definiti in ambiti situati fuori della portata delle istituzioni dello stato-nazione. I poteri che presiedono alla preservazione e al cambiamento di tali condizioni sono sempre più globalizzati, mentre gli strumenti di controllo e d'influenza del cittadino, per quanto efficaci possano essere, rimangono confinati in una dimensione locale. (Ibidem, p. 171)

A questa situazione di incertezza, causata da questa fragilità e opacità di punti di riferimento per l'individuo, l'unica condizione che può infondere una nuova

sicurezza risiede nell'appartenenza o adesione alla comunità.

L'appartenenza ad una comunità, in uno scenario così intriso di "inconsapevole isolamento" e di diffidenza verso gli "estranei" che ci abitano accanto, viene vissuta come un sogno irrealizzabile, come un faticoso obiettivo da raggiungere in quanto unico modo per superare il senso di inadeguatezza ed impotenza verso gli eventi.

Tuttavia il vero limite nel raggiungimento di tale utopico traguardo sta proprio nell'inconciliabilità tra la condizione iper-individualista attuale (autonomia, diritto all'autoaffermazione) con le logiche apparentemente collettiviste (Bauman 2001, p. 17) su cui muove la struttura comunitaria.

Altri autori (Miller 2007, Beck, 2003) vedono nello scenario globalizzato delle prospettive per riflettere su un nuovo concetto di cittadinanza, legato soprattutto all'identità culturale piuttosto che all'appartenenza territoriale.

Il tentativo è quello di superare, attraverso una visione più aperta e "negoziale", i limiti del locus e della comunità propriamente intesi; alla continua dialettica tra pubblico e privato si aggiunge quella tra globale e locale con cui le prime due dimensioni si intrecciano inevitabilmente.

As citizenship departs from the geographic locus of National identity, it becomes sensitized to civic cultures, routines, and expectations of multiple origins. The effects of globalization on civic duty are experienced by citizens who live a translocal life sharing physical connections to a multiplicity of locations, as well as by more geographically fixed citizens who must familiarize themselves with cultures that contemporary media environments bring them in direct contact with. (Papacharissi 2011, p. 98)

La visione cosmopolita della società contemporanea si radica sul concetto di “cittadinanza globale” possibile attraverso un network di spazi pubblici attraverso cui è possibile comunicare e partecipare a discussioni e movimenti transnazionali.

Non necessariamente questa forma di cittadinanza rappresenta tuttavia una risposta efficace alla frammentazione ed al progressivo processo di parcellizzazione delle identità.

Tutti i limiti della prospettiva cosmopolita possono essere ritrovati nella riflessione di Bauman sull’ambivalenza del rapporto tra individualità e collettività, seppur esasperati, nella dimensione globalizzata.

## 2. *Società civile e partecipazione: l'esercizio della cittadinanza*

Nella società contemporanea, assistiamo ad una progressiva e sempre più repentina convergenza tra lo spazio pubblico e lo spazio privato, con l'evidente conseguenza di una possibile sovrapposizione tra interesse privato e "interesse generale". In questo scenario, nell'esercizio delle pratiche civiche e della partecipazione al dibattito pubblico, la componente "privatistica" può acquisire un maggior peso nella scelta di perseguire uno scopo individuale piuttosto che il "bene comune". Tale condizione è certamente favorita dal sempre maggiore scollamento tra la società civile e le istituzioni che non sono più in grado di cogliere le istanze provenienti da essa, perché più preoccupate di riorganizzare le proprie funzioni alla luce dei mutamenti economici e politici degli assetti globali. La progressiva distanza che si sta generando tra cittadino e Stato, determina una crescente disaffezione del primo nei confronti del secondo soggetto; questa condizione caratterizza in modo più o meno eguale, differenti nazioni e contesti a livello globale.

Si sta assistendo ad una progressiva crisi delle principali democrazie occidentali, il cui sintomo più evidente sta

nella povertà e nel costante declino della partecipazione politica dei cittadini, caratterizzata da fenomeni come il calo della partecipazione elettorale, il progressivo disinteresse verso le questioni pubbliche, la crisi dei grandi partiti non più sostenuti da una robusta base di iscritti.

Una delle maggiori cause della crisi della democrazia vanno imputati alle promesse disattese che il sistema politico/istituzionale non ha realizzato (Bobbio 1984), tra cui quella che in particolare riguardava la costruzione di una cittadinanza consapevole ed informata, ma soprattutto la realizzazione di una profonda e radicata cultura civica (Bobbio, 2004). Un cittadino che conosce i propri diritti e doveri, la struttura della società in cui è inserito, le problematiche che insistono nel dibattito pubblico, è dotato di quelle capacità che possono permettergli di partecipare attivamente e contribuire al miglioramento della vita civile, sociale, economica e politica del proprio paese.

Il rischio insito nell'apparente apatia e indifferenza nei confronti delle questioni pubbliche come spiega la Sciolla, nasconde due insidie:

La prima è che vengono a mancare gli stimoli al cambiamento e le istituzioni (come il parlamento, il sistema giuridico, la pubblica amministrazione) e i

partiti politici risultano sempre più delegittimati ed autoreferenziali. La seconda è che l'apatia potrebbe anche essere scambiata per un vago consenso, mentre alla sua origine sono stati evidenziati fattori diversi: la delusione intrinseca alle stesse aspettative, il malfunzionamento delle istituzioni politiche; infine fattori sociali e culturali, che riguardano i valori sociali, la sfera morale e i caratteri della vita civile. (2004, p. 24)

Da un lato questo squilibrio può esser letto come sintomo di uno stato di salute ottimo della democrazia, proprio perché il rapporto tra cittadini e governi non è appiattito sulla totale acquiescenza, ma la credibilità e il rispetto nei confronti delle istituzioni viene continuamente messo in discussione da più parti della società civile. Rispetto a precedenti momenti storici in cui il cittadino, con meno strumenti e conoscenze a disposizione, tendeva ad accettare acriticamente l'operato della classe politica, certamente nello scenario attuale è più facile "smascherare" i vizi e le pecche del loro operato.

Per dirla con le parole di Colin Crouch (2003 – ried. 2009, p. 17-18), se da un lato la classe politica tenta da più fronti di manipolare le preferenze degli elettori, dall'altro è pur vero che la necessità di farlo nasce dalla maggiore preoccupazione e incertezza circa le loro

opinioni ed i loro comportamenti. L'autore però vuole, ben specificare, che questa forma di "attivismo" legata allo smascheramento ed alla feroce critica dei costumi e delle azioni pubbliche dei politici, non va ascritta tra le virtù "positive" della cittadinanza<sup>3</sup>. La costruzione di un'identità e una cultura civica forti e condivise, dovrebbero far emergere il modello positivo di attivazione della cittadinanza, poiché esso rappresenta le "energie creative della democrazia" (Ibidem).

Se nel rapporto con le istituzioni prevale l'attivazione "negativa" dei cittadini, in altri contesti è possibile rintracciare quelle forme di partecipazione che contribuiscono al benessere ed all'arricchimento della democrazia, come nel caso dei grandi movimenti per la difesa dei diritti umani, alle mobilitazioni a favore delle cause sociali ed all'impegno per lo sviluppo sostenibile

---

<sup>3</sup> Secondo l'autore vanno distinti due concetti di cittadino attivo, quello positivo si riferisce a "quando gruppi e organizzazioni di persone sviluppano insieme identità collettive, ne percepiscono gli interessi e formulano autonomamente richieste basate su di esse che poi girano al sistema politico". L'accezione negativa secondo l'autore fa riferimento all'attivismo come forma di protesta fine a se stessa e cioè "quando lo scopo principale della discussione politica è vedere i politici chiamati a render conto, messi alla gogna e sottoposti a un esame ravvicinato della loro integrità pubblica e privata". (Crouch, 2009, p. 18)

presente anche in alcuni contesti locali del nostro paese. Queste considerazioni avvalorano ancora di più le riflessioni sulla compresenza, nel contesto attuale di due forme di democrazia e di esercizio della cittadinanza: una più legata alle dinamiche tra cittadino e classe politica, nettamente in crisi; l'altra invece più concentrata su una visione macro dei rapporti tra individui-cittadini del mondo e questioni di carattere sovranazionale. Questo modo di concepire il rapporto tra cittadino e società, intesa in senso globale, dà luogo a nuove forme di partecipazione e attivazione che si concentrano o su un bene comune "globale", non più quindi delimitato dai confini della propria nazione, o su un bene comune "locale" in cui gli interlocutori sono i territori di appartenenza. Di qui lo sforzo di rinnovamento che, ad esempio in Italia con le ultime elezioni amministrative, ha riportato l'attenzione sul ruolo attivo della cittadinanza nel sostegno di un programma politico e culturale condiviso e proveniente "dal basso".

Per poter comprendere i mutamenti in corso e rintracciare la presenza o assenza di una "cittadinanza attiva" nello scenario pubblico, è necessario definire alcune parole-chiave che sottendono l'esercizio stesso della partecipazione civica, anche allo scopo di poter

rintracciare eventuali latenze o tendenze nello scenario internazionale ma soprattutto in quello italiano. Nelle prossime pagine saranno introdotti alcuni presupposti del *civic engagement* quali: lo sviluppo e la crescita di un'identità e quindi di cultura civica, il ruolo delle competenze civiche e delle reti di relazioni nella costruzione del capitale sociale. Questo approfondimento ha lo scopo di introdurre quelli che si ritiene siano i presupposti e le condizioni del *civic engagement*, oggetto di sempre maggiori riflessioni teoriche, e che nell'ultima parte del paragrafo verrà analizzato specificamente.

## 2.1 Identità, valori e fiducia: per una cultura civica

Negli studi sulle trasformazioni della società civile e sul rapporto tra cultura politica e cultura civica, emerge una tendenza a far coincidere i due ambiti, in particolare l'approccio repubblicano attraverso il contributo di Putnam (1993), che considera tre caratteristiche fondanti della "comunità civica": la *civicness*, la fiducia reciproca ed il tessuto associativo. In particolare riguardo a quest'ultimo aspetto, nei suoi studi sulla tradizione civica in Italia, l'autore evidenzia il

ruolo educativo delle associazioni civili nella costruzione di una coscienza civica. Inoltre il ruolo del tessuto associativo è proprio quello di tramite tra gli interessi individuali e le istanze collettive, permettendo attraverso le ramificazioni delle relazioni, che attraverso di esso si generano, di proporsi come tramite ed in alcuni casi come “mediatore” tra il singolo cittadino e lo Stato.

Un altro aspetto evidenziato da altri autori (Dahlgren, 2009) e considerato necessario per assicurare una fattiva partecipazione dei cittadini alla vita pubblica, riguarda la possibilità di sviluppare una “cultura civica” attraverso tutte quelle risorse culturali messe a disposizione dal tessuto sociale, politico, del paese e sempre più accessibili attraverso i media. Quando si parla di cultura e comunità civica, tuttavia, questi due termini vanno associati a un presupposto fondamentale “il senso di appartenenza” e dunque ad un’identità comune e condivisa (come può essere quella nazionale ad esempio). Il sostegno e la presenza attiva all’interno della propria comunità dovrebbe infatti sottintendere un attaccamento anche affettivo allo Stato da intendersi come il risultato di una condivisione di norme, tradizioni e valori comuni, al di là delle contrapposizioni e differenze contingenti. In relazione a questo aspetto dunque, è necessario leggere con attenzione tutti i

processi storici attraverso i quali si è costruita un'identità nazionale o un processo di integrazione di valori e tradizioni, per poter capire le motivazioni e le cause di uno squilibrio o di una mancata realizzazione di un'identità civica condivisa. La coesistenza di una dimensione nazionale (o spesso globale) e di una "iper-locale" di appartenenza dell'individuo, genera forme di identità "multiple", come nel caso di realtà frammentate territorialmente come l'Italia, in cui le dimensioni nazionale e locale sono entrambe compresenti nell'identità civica degli individui.

Un altro fattore fondante della coesione sociale e civile, riguarda la presenza di un'etica pubblica e di valori condivisi, per l'influenza che possono avere sull'agire degli individui e sul loro grado di partecipazione civica. Alcuni studi (Sciolla, 2004) mettono in luce, attraverso l'analisi di fonti statistiche europee ed internazionali, i principali cambiamenti dei valori morali e civili nella società italiana.

Una prima dimensione da considerare è certamente quella del "civismo" (Ibidem) con cui si intendono tutti quei comportamenti indirizzati al perseguimento del bene pubblico; siamo nell'ambito del rispetto delle regole e di quei doveri ascritti alle forme tradizionali di cittadinanza. La seconda dimensione è quella legata alla

difesa di diritti individuali, e definita “cultura dei diritti”, ambito certamente più legato al recupero del ruolo dell’individuo (come singolo) all’interno della società.

In differenti paesi il civismo e la cultura dei diritti sono egualmente presenti all’interno della popolazione, ma articolati in modo differente rispetto ad alcune variabili strutturali come l’età o il grado di istruzione.

Dal quadro delineato emerge dunque, una “cultura civica” caratterizzata da una differenziazione interna sulla base delle caratteristiche sociali, generazionali e di genere della popolazione.

Tuttavia oggi è possibile assistere a esperienze e azioni che rispecchiano una “pratica comune dei diritti” (Rodotà, 2012) come i movimenti rivoluzionari del Medio Oriente partiti da una spinta comune di difesa della libertà di espressione e della democrazia, i Movimenti Occupy, che agitano i paesi occidentali contro le disuguaglianze economiche e sociali.

La terza dimensione legata alla cultura civica, è la fiducia diffusa, considerata fondamentale per l’attivazione di relazioni e di collaborazione tra i componenti della comunità. Tuttavia è difficile riuscire a delineare tale concetto spesso ascritto ad una sfera non del tutto razionale dell’agire, viste le incertezze che

possono essere legate alla sua presenza-assenza. Da più ricerche emerge un certo legame tra il grado di associazionismo e quello di fiducia nella società (Newton e Norris, 2000; Stolle, 2001); nel rapporto con le istituzioni, invece, essendo il legame più astratto, ci si limita a sperare nel buon esito della fiducia riposta, ed in genere più tale investimento viene disatteso più tende a crescere la disaffezione verso di esse.

In questo scenario un possibile “antidoto” proposto dagli studiosi per aumentare la fiducia verso le istituzioni e verso altri soggetti presenti nel contesto pubblico, è costituito dal capitale sociale, inteso come presupposto irrinunciabile per la creazione di reti di relazioni fondate su fiducia, cooperazione e condivisione di obiettivi.

## 2.2 Capitale sociale e reti di relazione

Nell’attuale assetto dei rapporti tra cittadini e società civile, emerge con forza la spinta verso forme di partecipazione al dibattito pubblico attraverso l’aggregazione tra più soggetti e la creazione di reti di relazioni. Partecipare significa dotarsi degli strumenti e delle competenze nonché conoscenze adeguate per poter

portare la propria voce all'interno dell'arena pubblica e cooperare con le istituzioni mediando tra l'interesse collettivo e quello privato. Scopo di tali forme di aggregazione è quello di concorrere alla creazione di capitale sociale. Tale concetto viene definito da diversi autori in modi per lo più complementari. In questa sede verranno prese in considerazione alcune definizioni. Secondo Coleman:

[...] l'organizzazione sociale costituisce il capitale sociale, rendendo possibile l'ottenimento di obiettivi che in sua assenza non potrebbero essere conseguiti, se non a un costo molto superiore. (ed. it. 2005, p. 390)

Putnam offre due considerazioni in due momenti diversi della sua riflessione, la prima secondo cui il capitale sociale è:

[...] l'insieme di quegli elementi dell'organizzazione sociale - come la fiducia, le norme condivise, le reti sociali - che possono migliorare l'efficienza della società nel suo insieme, nella misura in cui facilitano l'azione coordinata degli individui" (Putnam 1993, p. 169).

Mentre successivamente, aggiunge che esso può essere definito anche come il risultato di:

connessioni fra individui-reti sociali e le norme di reciprocità e fedeltà che nascono da loro (ed. it. 2004, p. 9).

Infine una concezione di matrice individualista, che ben si accorda con la dimensione dicotomica che ha caratterizzato il percorso di riflessione proposto in questo capitolo, è quella espressa da Bourdieu secondo cui:

le capital social est l'ensemble des ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un *réseau durable de relations* plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissance et d'interreconnaissance: ou [...] à *l'appartenance à un groupe*. (1980, p. 2)

In Italia il tema del capitale sociale è al centro di diverse ricerche che ne sottolineano aspetti di specificità; Putnam sottolinea in particolare una sostanziale difficoltà a concettualizzare una dimensione così profondamente empirica (Putnam 1993; 2001).

Tra i tentativi più recenti in campo sociologico, vi è l'ipotesi di accostarlo allo studio delle "reti sociali" secondo un approccio che riprende il pensiero di Simmel (1996). Secondo l'autore, la società nel suo complesso è caratterizzata da un costante processo di differenziazione sociale e moltiplicazione delle "cerchie sociali".<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Per un approfondimento del tema Cfr.: Simmel G. (1996); Simmel G. (1998)

Una riflessione significativa ai fini delle argomentazioni sin qui proposte è quella presentata da Donati (2008) che, seguendo lo stesso approccio “relazionale” attraverso il quale introduce il concetto di “cittadinanza societaria”, propone un’idea di capitale sociale come “qualità delle relazioni sociali” piuttosto che come una qualità individuale o di altre strutture sociali (es. associazioni).

In particolare egli afferma che:

Capitale Sociale, allora è quella forma di relazione che opera la valorizzazione di beni o servizi attraverso scambi che non sono né monetari, né politici, né clientelari, né di puro dono, *ma scambi sociali di reciprocità*.  
Laddove la reciprocità non è un “dare per avere (*do ut des*), ma è uno scambio simbolico... (Ibidem)

Sempre secondo l’autore vengono distinte due forme di capitale sociale: quello primario, proprio delle relazioni informali, quello secondario proprio delle relazioni formali (Donati 2008).

Nel suo studio sul ruolo del capitale sociale in Italia, vengono individuate delle cerchie sociali specifiche riferite al primo tipo (famiglia, parentela, comunità degli amici, vicini e colleghi di lavoro); per il secondo tipo si considerano i componenti dell’associazione di appartenenza e le istituzioni con cui ci si relaziona.

All'interno di ciascuno dei due tipi vengono individuate due distinte dimensioni che lo definiscono concretamente: quella della fiducia e quella dell'aiuto reciproco.

Dalle definizioni considerate emerge una prospettiva comune, quella che considera il capitale sociale come un aspetto qualitativo delle relazioni sociali che caratterizzano la struttura della società civile. Essa stessa a sua volta è caratterizzata dalla presenza di reti di gruppi e di relazioni che utilizzano il capitale sociale per poter agire all'interno di quegli spazi pubblici di discussione, nei quali i cittadini si confrontano su opinioni e convinzioni (Habermas 1994). In queste considerazioni emerge con forza la dimensione di "valore" legata alle relazioni che concorrono alla costruzione di reti di condivisione di contenuti e pratiche che si inseriscono nel dibattito pubblico.

La possibilità di agire nello spazio pubblico è legata strettamente alla dimensione comunicativa, attraverso la parola, ed a quella relazionale, garantita da una reciprocità dialogica.

Ma le reti di relazione e di partecipazione possono indebolirsi laddove il capitale sociale non sia adeguatamente sviluppato, come nel caso di alcune

regioni italiane individuate da Putnam (1993). nel corso della sua indagine sulla tradizione civica nel contesto italiano.

La radicalizzazione dei processi di individualizzazione può indebolire la partecipazione civica nella sua dimensione sia politica che sociale, ma anche il disequilibrio tra presenza istituzionale e presenza civile può portare ad una prevalenza di interessi privati mascherati dall'azione organizzata collettiva.

Spesso laddove emergono le maggiori contraddizioni tra interesse pubblico ed interesse privato, il ruolo della comunità e delle reti di relazione dovrebbe essere proprio quello di mediare tra le due dimensioni ed assicurare il giusto equilibrio nella tutela di entrambe. Il rapporto tra individualismo e cittadinanza rappresenta uno dei principali nodi delle riflessioni sulla società contemporanea; intendere il Capitale Sociale come il prodotto delle relazioni e dunque dell'equilibrio tra soggettività e collettività può rappresentare un'opportunità per sciogliere alcune criticità legate alle definizioni classiche di tale concetto.

Questi aspetti problematici vanno comunque considerati per comprendere l'importanza di una co-presenza e cooperazione equilibrata tra tutti i soggetti, pubblici e privati, che animano il dibattito pubblico.

Alla luce di queste considerazioni generali vediamo nello specifico alcune riflessioni ed analisi a partire da ricerche, seppur non recenti, molto significative ed ancora attualissime in relazione al rapporto tra italiani e aspetti del coinvolgimento civico.

### 2.3 La cultura civica degli italiani: tra frammentazione e localismi

Dalla ricerca di Putnam sulle tradizioni civiche italiane (1993) sono trascorsi venti anni; nella sua riflessione viene dato molto peso al ruolo dell'associazionismo civico nella costruzione e nel rafforzamento di legami e identità civica. Egli si interroga principalmente sulla relazione tra civismo o cultura civica e efficienza delle istituzioni politiche nelle differenti Regioni italiane. Il quadro che emerge dai suoi studi è quello di un paese profondamente frammentato dal punto di vista territoriale, e caratterizzato da una forte tendenza al localismo; la fotografia dell'Italia in quegli anni rimanda l'immagine di un paese caratterizzato da forti differenze tra Nord, Centro e Sud riguardo all'identità ed alle tradizioni civiche.

Studi e ricerche internazionali recenti sulla cultura civica e in particolari sui valori legati al civismo, permettono di ricavare un quadro esaustivo dello scenario italiano, anche inserito in una prospettiva globale<sup>5</sup>. In particolare con riguardo ai concetti di identità, valori civici e fiducia, ci si soffermerà solo su alcuni indicatori che sono risultati utili per la definizione dell'indagine empirica presente nell'ultima parte della tesi:

1. Orgoglio nazionale e senso di appartenenza (Identità).
2. Civismo vs libertarismo (Valori civici).
3. Fiducia verso gli altri, verso le istituzioni, verso il parlamento (Fiducia).

---

<sup>5</sup> In particolare si fa riferimento all'analisi che Loredana Sciolla fa a partire dai dati degli studi dell'European Values Survey (1981-1999) e della World Values Survey (1981, 1995-1997), che si focalizzano sul tema dei valori. Poiché non è stato possibile accedere alla consultazione diretta dei risultati delle indagini dell'European Value Survey e della World Value Survey meno recenti né alle più recenti del 2008 si fa riferimento all'analisi del Report a cura di Loredana Sciolla (2004) allo scopo di ricostruire l'andamento delle principali componenti della comunità civica (valori, identità, morale, fiducia) in Italia.

1. Per quanto riguarda l'identità collettiva, un primo carattere fondante e coesivo è certamente caratterizzato dal riconoscimento nazionale; in Italia sono numerosi i contributi teorici che riconoscono una debolezza di fondo a questo riguardo. Dall'analisi di Loredana Sciolla (2004) se si considera l'indicatore "orgoglio nazionale", emerge una tendenza all'aumento (si passa dal 31 % di "orgogliosi" nel 1981 al 39,7% nel 1999), anche se dalla comparazione con altri paesi resta forte il divario (negli USA il dato raggiunge il 79,4%). Se si rapporta il dato generale con le variabili età/istruzione, dai dati emerge una crescita direttamente proporzionale rispetto all'età e inversamente proporzionale rispetto all'istruzione.

Spostando l'attenzione sui dati relativi al sentimento di appartenenza (il secondo indicatore considerato) questo rimane invece piuttosto stabile nel tempo (28 % ) ed il suo livello scarso ben rispecchia la tendenza della popolazione a sentirsi appartenente a collettività geograficamente più localizzate rispetto al "tutto" in cui rientra la dimensione nazionale.

In particolare, spostandoci nel contesto nazionale vengono considerati tre indici di identificazione: quella locale, quella nazionale e quella sovranazionale. Dai dati citati da Loredana Sciolla emerge un incremento del localismo nelle regioni del centro-sud nel 1999 rispetto al

1990 in cui si posizionavano sui livelli più bassi. Un netto calo nei dieci anni considerati, subisce l'ambito sovranazionale che si attesta tra l'11% nel Sud e Isole ed il 19% dell'Italia centrale (a scapito dei tassi relativi al 1990 tra il 18% e il 28%).

2. In relazione alla dimensione dei valori civili, Loredana Sciolla (2004) individua due fattori di cui già si è accennato nei paragrafi precedenti, questi sono il "grado di civismo" ed il "libertarismo". Le indagini rivelano la presenza in Italia di un grado più elevato del primo rispetto al secondo collocandosi nella stessa area degli USA. Il civismo tende a crescere proporzionalmente con l'età (dal 45% nei giovani al 79% negli anziani) a differenza degli altri paesi, il divario tra le generazioni tende ad aumentare negli anni. Nei giovani emerge il massimo grado di libertarismo (66%) evidenziando la tendenza, più in linea con il vissuto giovanile, ad una maggiore attenzione verso la sfera individuale dei valori legata, come afferma Sciolla, a:

una dimensione di difesa dei diritti della persona e della sua libertà di scelta per quanto riguarda la sessualità, il corpo, in generale la libertà di poter disporre di sé, quando ciò non lede la libertà altrui di comportarsi diversamente (Ibidem, p. 105).

Nella distribuzione geografica dei dati all'interno del paese, emerge un'inversione di tendenza tra le dimensioni del civismo e del libertarismo. Se nel 1990 emergeva una contrapposizione tra Nord libertario e Sud più orientato al civismo; nel 1999 questa condizione subisce un livellamento netto, tanto che le differenze tra le due aree del paese si attenuano in modo significativo.

3. Quando si parla di fiducia considerata la componente soggettiva, che riguarda l'ambito più generale legato alla sfera sociale, l'idea di fondo ruota attorno alla tendenza a cooperare di più quando si ha un atteggiamento fiducioso nei confronti della società in generale. In Italia, per quanto riguarda l'aspetto della "fiducia verso gli altri" i dati mostrano una tendenza alla crescita tra il 1981 e il 1999, anche se va considerato che il dato di partenza mostra dei livelli molto bassi. L'aspetto più critico riguarda la fiducia verso le istituzioni ed il Parlamento: in entrambi i casi l'Italia si posiziona su livelli molto bassi anche se emerge una leggera tendenza alla crescita peraltro contraria a quella di altri paesi come gli USA e la Francia ad esempio che, pur partendo da livelli molto alti, manifestano un calo notevole in entrambi gli indicatori di fiducia considerati. Entrando nel dettaglio del contesto territoriale italiano, la fiducia interpersonale, cresciuta nel decennio 1981-1990 cala nel

periodo successivo; in relazione alla distribuzione geografica tende ad aumentare nelle regioni del Centro-sud e del Centro ed a diminuire notevolmente nell'area Nord-est del paese. Da questo quadro emerge la tendenza all'attenuarsi delle differenze geografiche, anche se in termini negativi (la fiducia generalizzata diminuisce nelle aree in cui prima aveva un tasso più elevato).

Riguardo ai dati sulla fiducia verso le istituzioni si conferma il divario fra Centro-nord (percentuali più basse) e Centro-sud (percentuali più alte), anche se nelle zone del Centro-nord negli anni il tasso aumenta leggermente, contribuendo ad una attenuazione del distacco tra le due parti del paese.

Il quadro generale che emerge dalle indagini considerate sembra dunque tutt'ora confermare in parte i nodi già individuati dalle ricerche di Putnam, confermando che nel tempo, le istituzioni e la società civile non sono state pienamente in grado di ricucire lo strappo che dall'Unità d'Italia caratterizza il rapporto tra Stato e cittadini. Le difficoltà sono da riscontrarsi soprattutto nel rapporto tra locale e nazionale, a riprova della fragilità da un lato del senso di appartenenza generale della cittadinanza e, dall'altro, dell'insufficiente impegno delle istituzioni pubbliche nel coinvolgimento civico degli italiani e nella

costruzione di una cultura civica più solida rispetto al passato.

Un punto di partenza può essere quello di costruire nuove forme di partecipazione e fornire strumenti (*civic skills*) che permettano di accrescere tutte le componenti che caratterizzano i rapporti tra cittadini e società.

## 2.5 Forme e pratiche del *civic engagement*

Nelle pagine precedenti sono stati puntualizzati alcuni aspetti che considero determinanti per attivare una partecipazione da parte degli individui alle sfide della società civile (tutela dei diritti, decisioni pubbliche, iniziative di sensibilizzazione su temi di interesse generale). Essere cittadini ed esercitare il proprio ruolo richiede una consapevolezza adeguata della propria identità, delle proprie abilità in relazione alle azioni da intraprendere, ed un senso di appartenenza alla comunità in cui si vuole agire e con cui interagire. Un cittadino disinteressato e estraneo rispetto al proprio contesto civico non sarà in grado di “abilitarsi” per poter agire; dunque anche la dimensione affettiva non deve mai essere sottovalutata tra le *civic skills* per poter agire nella società civile. Infatti l’espressione che negli ultimi

anni è entrata nel dibattito sociologico e concettualizza i termini dell'attivazione civica è quella di *civic engagement* a cui più autori fanno riferimento (Dahlgren 2009, Coleman e Blumler 2009) esaltando l'importanza della dimensione *affective* dell'attivazione civica.

Diversi sono gli autori che negli ultimi anni hanno definito questo concetto, in questa sede sono stati individuati alcune riflessioni ed alcune articolazioni delle dimensioni che fanno riferimento ad esso, utili per focalizzare nello mio studio empirico il percorso di analisi entro cui definire gli indicatori di coinvolgimento e attivazione civica.

In generale quando si parla di *civic engagement* si fa riferimento a quelle pratiche di coinvolgimento nella vita sociale, civile, politica che contribuiscono al benessere di una società democratica; questo concetto ha assunto sempre maggiore rilevanza soprattutto in relazione al crescente fenomeno di "balcanizzazione"<sup>6</sup> degli interessi individuali ed alla progressiva frammentazione della sfera pubblica. Attraverso il coinvolgimento civico l'individuo si sente parte integrante della comunità in cui vive ed agisce, rafforzando le reti di relazione,

---

<sup>6</sup> Instabilità e frammentazione, termine mutuato dal contesto geopolitico

responsabilizzandosi rispetto alle problematiche presenti nel dibattito pubblico e contribuendo alla creazione di capitale sociale. Tale forma di attivazione della cittadinanza, pur rispettando la legittimità del ruolo delle istituzioni di governo, si fonda sulla necessità di realizzare delle attività (di carattere politico, sociale, civico) allo scopo di promuovere ed alimentare la solidità di una democrazia.

Nonostante la “popolarità” e frequenza d’uso di tale espressione nei contesti anglofoni, in realtà, il *civic engagement* difficilmente è stato definito in modo articolato, da un punto di vista teorico; molto spesso si è manifestata la tendenza a tradurlo in una serie di indicatori operativizzandone il significato (Levine, 2007).

Nelle principali ricerche sul *civic engagement*, in particolare nel contesto americano, si fa riferimento alla categorizzazione proposta da alcuni autori (Keeter, 2002) secondo cui tutte le iniziative e azioni che si riferiscono a tale ambito possono essere ricondotte a 19 indicatori che rientrano in tre macro dimensioni:

– *Community participation*

Appartenenza o collaborazione con associazioni di volontariato (area del non profit); partecipazione nelle

decisioni e nella soluzione di problemi che coinvolgono la comunità.

– *Political engagement*

Voting, iniziative individuali di sostegno politico, partecipazione a campagne elettorali.

– *Political voice*

Partecipazione a forme di protesta, boicottaggio di politiche o prodotti, manifestazioni di dissenso, adesione a petizioni.

Secondo Keeter (Ibidem), il *civic engagement* si realizza quando si attiva una delle pratiche cui si riferiscono i 19 indicatori individuati a seguito di indagini sulle forme di partecipazione attiva dei cittadini americani. Secondo altri autori (Levine, 2007) tale elenco dovrebbe includere anche forme di coinvolgimento civico meno convenzionali, soprattutto in rapporto alle mobilitazioni giovanili, che spesso si attuano attraverso la partecipazione a mobilitazioni transnazionali, atti di dissenso civile ecc. Secondo altri anche la conoscenza delle questioni pubbliche e la fruizione ed aggiornamento su notizie e informazioni di interesse pubblico dovrebbero rientrare nell'area del *civic engagement* (Levine lo definisce “*cognitive*” o “*mental*”).

Tuttavia in generale, da queste visioni emerge una tendenza a “leggere” il *civic engagement* in modo unidirezionale, senza valorizzarne anche la dimensione di dissenso e di azione critica nei confronti del dibattito pubblico<sup>7</sup>.

La scelta interpretativa di questi autori<sup>8</sup>, inoltre, è quella di inglobare la dimensione dell’azione politica nelle pratiche del *civic engagement*, e questa scelta è frutto di posizioni che alimentano un vivace dibattito sul rapporto tra civic e political engagement.

In questa sede si è scelto di seguire un approccio differente (Flanagan e Faison, 2001; Zukin et al. 2006; Dahlgren 2009) che distingue la dimensione civica da quella politica in quanto:

“civic engagement” is often defined precisely as a form of voluntary activity aimed toward solving problems in the community and helping others, while “political engagement” is reserved for activity orienting toward influencing governmental action in some way. (Dahlgren, 2009, p.58)

---

<sup>7</sup> Aspetto questo che nella definizione della mia ricerca ho voluto tenere in considerazione per inquadrare in una prospettiva più esaustiva le pratiche civiche.

<sup>8</sup> Cfr. anche Verba, 1995; Coleman e Blumler, 2009

Una schematizzazione interessante è quella sintetizzata da Pattie, Seyd e Whiteley (2004) che individuano quattro modelli legati all'attivazione civica distinguendoli in base alle teorie della scelta (o della massima utilità)<sup>9</sup>.

Nello schema di questi autori considero in particolare i due modelli legati al ruolo dei media nella società civile. Il primo basato sul *cognitive engagement* prevede che le conoscenze che alimentano la consapevolezza del proprio ruolo nella società derivino dalle notizie acquisite attraverso i mezzi di comunicazione.

Il secondo modello sul capitale sociale vede nei media la causa della "distrazione" degli individui dalle questioni pubbliche.

Un'altra lettura utilizzata per definire il quadro concettuale di questa tesi è quella proposto da Peter

---

<sup>9</sup> il *cognitive engagement* focalizzato generalmente sugli incentivi legati all'azione, il *civic voluntarism model* legato alle motivazioni che spingono gli individui a essere coinvolti civicamente, l'*equity-fairness model* riguarda il rapporto tra status sociale e senso di giustizia e spiega lo sviluppo delle forme di partecipazione civica non convenzionali e non legali, il *social capital model* pone l'accento sull'importanza della credibilità e della fiducia sociale per la creazione di reti di relazioni locali.

Dahlgren per definire la *civic agency* che secondo l'autore sottende al "citizens' engagement" (2009, p. 102).

L'approccio analitico considera alcuni componenti della cultura civica presupposto dell'attivazione civica: la cultura civica, il capitale sociale, le competenze, i valori, la fiducia e l'identità.

Ogni aspetto sopra elencato si intreccia con gli altri poiché la cultura civica determina la costruzione di un'identità civica, ed i valori determinano il grado di fiducia e l'impulso all'agire ed all'attivarsi per il benessere della comunità.

In questo scenario il ruolo dei media, nella trasformazione dei processi coinvolgimento civico è certamente un ulteriore nodo parte della più ampia riflessione sulle prospettive attuali e future del *civic engagement*.

Come lo stesso Peter Dahlgren afferma:

Today the interactive media allow for many innovations where citizens are "making space" for democracy, thereby extending and transforming public spheres. The media matrix makes possible new kinds of civic practices, while at the same time demanding new skills beyond the traditional ones required for citizenship, in particular, the use of the media to identify specific issues for engagement, and for making

the connections and developing networks of issue lattices. (2009, p. 124)

Quando si parla di *civic engagement*, in particolare in relazione alle nuove generazioni, i presupposti individuati dagli autori precedentemente citati, vanno problematizzati alla luce del nuovo contesto di relazione e di apprendimento determinato dalla presenza sempre più importante della Rete nelle “vite sociali” dei giovani. Attraverso quali percorsi di informazione e condivisione dei contenuti e delle notizie è possibile riscontrare l’attivarsi di un interesse civico verso la propria comunità o le problematiche relative alla società civile nel suo complesso?

Come si sviluppa, attraverso le maglie della socialità e della relazionalità giovanile, un’attenzione sempre più consapevole verso le questioni di più ampio interesse (diremo pubblico) che porta in alcuni casi all’attivarsi civicamente?

La Rete ha ridefinito sia gli spazi delle relazioni sociali, accentuando l’aspetto di connettività e superando i confini fisici della realtà. Ma le potenzialità del web quando si associano a concetti come quelli di “cultura”, “democrazia” e “partecipazione” possono mostrare anche un lato oscuro, come afferma Balkin:

The digital revolution makes possible widespread cultural participation and interaction that previously could not have existed on the same scale. At the same time, it creates new opportunities for limiting and controlling those forms of cultural participation and interaction. The digital age makes the production and distribution of information a key source of wealth. Therefore it creates a new set of conflicts over capital and property rights (2004 p. 2).

Nel capitolo successivo verrà proposta una riflessione sul ruolo dei media nella costruzione di una cultura della partecipazione con particolare riferimento agli aspetti con i quali la “rivoluzione digitale” ha rimesso in discussione i tradizionali rapporti tra cittadini e mezzi di comunicazione.

## II Capitolo

### **Media e *civic engagement*: nodi e prospettive**

Alcuni dei fattori che contribuiscono alla partecipazione civica sono legati a concetti quali “fiducia nella comunità”, “competenze civiche”, “appartenenza alla comunità”. È un luogo comune ritenere che i consumi mediali, in particolare la fruizione di televisione (stimata in termini di ore di consumo), tendano a distrarre il cittadino dalla vita partecipativa e dal coinvolgimento civico. Una delle principali argomentazioni su cui si fondano tali posizioni riguarda una percezione negativa degli effetti che il tempo speso davanti alla televisione ha su una più accentuata “privatizzazione del loisir” e sulla progressiva riduzione dei momenti di relazione e confronto nella comunità di appartenenza.

I media del resto sono parte integrante dei piaceri quotidiani e le funzioni di intrattenimento, informazione ed educazione si compenetrano, in molti casi

sovrapponendosi, fino a smussare i confini che ne delimitano i contenuti ed i linguaggi.

La presenza del medium tra individuo e società ne ha lentamente trasformato il rapporto: il primo si trasforma da “produttore” delle relazioni ad “osservatore” esterno ad esse. Altre argomentazioni, di approccio più “positivistico” sul ruolo dei media nella costruzione di un nuovo spazio pubblico globale, accolgono, non senza criticità, le potenzialità legate alla possibilità di sviluppare degli spazi di confronto pluralizzati in cui possono emergere anche istanze minoritarie e prospettive di attivazione della cittadinanza in una dimensione globale. Tra gli autori che offrono spunti interessanti per avviare la riflessione sull’idea di uno “spazio pubblico di confronto civico globale” va considerato Roger Silverstone che, attraverso i suoi studi sul ruolo dei media nella costruzione di uno spazio di confronto pubblico globalizzato, la *mediapolis* (2007), si sofferma su alcuni concetti, quali quelli di “visibilità”, “pluralismo” e “cosmopolitismo”, che verranno approfonditi nelle pagine successive, per comprendere le potenzialità legate all’azione mediata, in termini di attivazione civica. Un secondo contributo di analisi del ruolo dei media nella costruzione di nuove tipologie di

spazi pubblici di confronto, è certamente quello di John B. Thompson che propone alcune significative letture del ruolo dei media nella ridefinizione, non solo degli spazi di dibattito e confronto pubblico, ma anche degli strumenti per agire nell'arena pubblica e politica. Il prossimo paragrafo, a partire dalle considerazioni sui temi sopra citati, è focalizzato su una riflessione anche critica sui temi della visibilità e della partecipazione, nodo particolarmente presente nel dibattito sociologico attuale.

### 1. *“Media vivendi”: tra pluralismo e visibilità*

Con la globalizzazione si è fatto strada un concetto che ben si sposa con la vocazione ideale dei media, mi riferisco al “pluralismo”, da intendersi in tutte le declinazioni possibili. Anche se apparentemente nella dimensione globale, il superamento dei confini territoriali, la creazione di movimenti transnazionali e la presenza di un'economia “multinazionale” sembrano voler omogeneizzare culture e vissuti. Di contro emerge con forza la tendenza a recuperare le differenze e a renderle maggiormente visibili globalmente. In questo i media possono rendere immediatamente visibili le

differenze che caratterizzano i mondi di vita e permettere alle azioni individuali di superare i limiti delle interazioni faccia a faccia.

Significativa a questo riguardo è la definizione di Ulrich Beck del concetto di cosmopolitismo:

Esso non implica spietatezza [...] il cosmopolitismo non parla un'unica lingua, ma si esprime attraverso numerosi linguaggi, grammatiche, idiomi. [...] Viviamo, per nascita, contemporaneamente in due mondi, due comunità – nel cosmo (cioè la *natura*) e nella *polis* (cioè la città/stato). Per essere più precisi l'individuo è radicato in *un cosmo* ma vive in città *diverse*, in territori diversi, diverse etnicità, gerarchie, nazioni, religioni. Ciò non genera esclusione, piuttosto produce una forma di appartenenza plurale inclusiva. Significa che, per natura, tutti gli esseri umani sono uguali, ma appartengono a diversi stati, organizzati in unità territoriali (*polis*). (Beck, 2003, p. 6).

Nel mondo “postmoderno” dunque, alcune condizioni continuano ad essere presenti, come la tensione tra le culture, la ricerca costante dell'equilibrio tra creatività e tradizionalismo e tra differenza ed uguaglianza. In questo scenario il ruolo dei media può essere quello di agire per la creazione di uno spazio pubblico globale condiviso in cui siano mantenute le linee di demarcazione tra territori e mondi di vita, svolgendo il

ruolo di media-azione tra le istanze del pluralismo e della diversità (Silverstone, 2007).

In questo scenario si fa strada il concetto di *mediapolis* a cui fa riferimento Silverstone per intendere quello “spazio pubblico mediato in cui il mondo appare”, non più legato ad un contesto territoriale specifico, ma che si caratterizza come luogo deterritorializzato che riproduce però nella sua struttura le caratteristiche della polis greca (Ibidem).

Nella *mediapolis* la comunicazione può avvenire in modo multiplo e plurale, e si fonda sulla corresponsabilità tra produttore e consumatore; al suo interno si realizza il pieno riconoscimento delle differenze culturali.

Tuttavia va preso atto dello stato ancora embrionale dello sviluppo di questo spazio pubblico mediato, e va tenuto conto di tutte le criticità legate al contesto in cui agiscono i media ed alle istanze sempre più “industriali” a cui fanno riferimento.

Sin dallo sviluppo dei primi mezzi di comunicazione di massa, si è sviluppata attorno ad essi una macchina produttiva che ha raggiunto un'estensione sempre più globale; di contro lo svilupparsi dei processi di globalizzazione ha contribuito a sviluppare ulteriormente la comunicazione come risorsa commerciale sempre più appetibile. Ciò che rendeva la

comunicazione di massa indipendente e libera dai vincoli dello stato e degli interessi politici (vedi l'esempio della stampa in epoca ottocentesca), con lo sviluppo delle imprese commerciali su larga scala, diventa la sua principale insidia: il controllo del privato. Non è più lo stato dunque che minaccia l'indipendenza e la pluralità di fonti e notizie in circolazione, ma l'industria mediale stessa, che seguendo le logiche del profitto, non favorisce lo sviluppo di quel pluralismo e della differenziazione che dovrebbero caratterizzare la mediapolis di cui parla Silverstone. Com'è possibile, a questo punto, riuscire a creare le condizioni perché si rinnovi uno spazio pubblico di confronto che non dipenda né dalle istituzioni né dal mercato? Thompson per rispondere a queste domande propone di realizzare un "pluralismo regolato" (1995) e cioè:

La creazione di una cornice istituzionale che faccia posto a una pluralità di società medialì indipendenti e ne assicuri l'esistenza. È un principio che prende sul serio l'insistenza del liberalismo classico sulla libertà di espressione e l'importanza di istituzioni medialì indipendenti dal potere statale, ma che inoltre riconosce che, lasciato a se stesso, il mercato non assicura necessariamente le condizioni di libertà di espressione, né promuove la diversità e il pluralismo nella sfera della comunicazione. (Thompson, 1995, p. 334).

Attraverso una regolamentazione legislativa l'industria mediale dovrebbe risultare del tutto separata sia dal potere statale che commerciale, ponendosi al di fuori delle rispettive cerchie di influenza. L'obiettivo deve essere sempre quello di coltivare la diversità anche se essa viene espressa attraverso minoranze all'interno dello scenario mediatico, in uno spazio che deve porsi al di là dello Stato proprio perché i suoi confini trascendono l'ambito locale.

Quando parliamo però di vita pubblica e spazio pubblico mediato è necessario far riferimento ad un altro aspetto che, soprattutto nell'attualità, va considerato all'interno dello scenario mediatico: la visibilità, in stretta connessione del resto con "l'apparire". Se nelle forme tradizionali di dibattito, caratterizzate dalla compresenza dei soggetti, il riconoscimento delle proprie opinioni e dei propri interessi avveniva attraverso un confronto localizzato temporalmente e spazialmente, oggi questa condizione è completamente cambiata. Ora il confronto e le rivendicazioni si sono spostate sul terreno della visibilità sui media, poiché attraverso di essa avviene il riconoscimento dell'esistenza di questioni considerate minoritarie. Attraverso i mezzi di comunicazione è possibile

nell'immediato rendere visibile il quotidiano, riverberandone le immagini a livello globale, e trasformando una scena che in precedenza sarebbe rimasta "invisibile" in un simbolo sociale o politico attorno al quale creare un movimento od una protesta. Attraverso la televisione gli individui acquisiscono familiarità con le realtà rappresentate e con cui in molti casi non verranno mai a contatto fisicamente nel corso della loro vita.

Prima dell'avvento dei media la visibilità di persone o eventi era legata soprattutto alla condivisione di un contesto comune, una questione diveniva pubblica nel momento stesso in cui avveniva davanti ad una pluralità di persone fisicamente presenti (Thompson, 1995, p. 177). Lo sviluppo della comunicazione di massa ha determinato l'avvento di forme di "pubblicità mediata" in cui non è più la compresenza il nodo della condizione di pubblica visibilità.

## 1.1 Il lato oscuro dello spazio mediato: visibilità è partecipazione?

Sono numerose le ricerche che evidenziano il ruolo ambivalente dei media nella creazione e rafforzamento del capitale di relazioni sociali che contribuiscono alla costruzione di una cultura partecipativa. Lo stesso Putnam (1993), autore ampiamente citato nei paragrafi precedenti, sottolinea nei suoi studi nel contesto americano e italiano, la tendenza a “ritirarsi” dagli spazi di relazione sociale e di dibattito pubblico in favore di un ripiegamento in una dimensione privata.

Gli studi di McLeod (1996) negli Stati Uniti hanno riscontrato che la stampa con i suoi contenuti informativi e l’attenzione verso la comunità tendeva a riattivare o amplificare l’interesse civico e l’attenzione al contesto locale. L’autore sottolinea come l’orientamento verso una forma di informazione più vicina all’intrattenimento (come la televisione) può comportare che l’individuo sia solo fruitore e non più produttore di contenuti. In particolare gli studi sugli usi e gratificazioni dei media (Katz, Blumler, Gurevitch, 1974) hanno individuato due funzioni appartenenti ad essi in relazione alle aspettative dei fruitori: quella di

“information and surveillance” e quella di “entertainment and diversion”. Le motivazioni legate alla prima funzione sono certamente quelle che tendono a rafforzare la conoscenza e la partecipazione civica; mentre quelle legate alla seconda sono state oggetto di critiche da parte di autori come Putnam, che considerano l'intrattenimento come il responsabile dell'allontanamento degli individui dalla “vita comunitaria”.

Secondo alcuni anche in questi casi, laddove il fruitore è motivato a seguire le vicende di attualità, l'informazione prerogativa dei media *mainstream*, tende a riprodurre artificiosi spazi di dibattito, a cui lo spettatore partecipa passivamente illudendosi che i contenuti di cui fruisce contribuiscano a formare una coscienza civica (Thompson, 1995; Sorrentino, 2008).

Lo spazio pubblico mediato a cui ci si riferisce è tale in quanto orientato ad una dimensione di condivisione collettiva degli argomenti e delle questioni dibattute o è tale solo in termini di visibilità dei messaggi veicolati a scopo privatistico (Habermas, 1984; Privitera, 2001)? A questo riguardo alcuni sociologi ritengono che tale artificiosità presente nelle arene di dibattito mediatizzate contribuisca a costruire “un'opinione pubblica artificiosa” (Lalli 2008); tali contenitori non appaiono come:

spazi plurali in cui si ripropone l'interfaccia tra società civile e istituzioni, ma dominio simbolico e "governo" generalizzato dei quadri possibili delle rappresentazioni (Lalli, 2008, p. 73).

Tuttavia, nuove istanze provenienti da aree del sociale e dell'istituzionale offrono la possibilità di ricostruire spazi di dibattito attraverso nuove forme di interazione con il cittadino non considerato più solo come "audience", ma come interlocutore attivo.

A questo riguardo certamente le nuove tecnologie, in particolare la Rete, possono ridefinire gli spazi stessi di dibattito e permettere la costruzione di nuove dinamiche di relazione e di condivisione di contenuti di interesse pubblico. Nelle pagine successive verrà proposto un approfondimento sulle opportunità offerte dagli ambienti digitali di ridefinire le dinamiche tra produttori e fruitori di contenuti in termini di una maggiore compresenza e condivisione delle pratiche orientate al bene comune.

## 2 *Le sfide del digital engagement*

Un ruolo non indifferente nella riattivazione dei cittadini “verso una sensibilità ed attenzione civica” è quello svolto dalle tecnologie. Da un’indagine condotta da Shah e McLeod (2001) emerge che l’uso di internet da parte dei cittadini americani per reperire informazioni influenzava maggiormente la fiducia e la propensione alla partecipazione civica rispetto alle forme tradizionali di fruizione delle notizie e delle questioni legate al dibattito pubblico (stampa e televisione).

La Rete, secondo questo approccio di studio, offre la possibilità di poter costruire una propria agenda delle notizie e delle informazioni, attraverso una lettura critica e trasversale delle problematiche macro e micro e permette di poter incrementare l’attenzione verso temi di interesse pubblico.

Attraverso le nuove tecnologie non è solo possibile acquisire in modo critico e personalizzato informazioni e contenuti, ma si attivano anche nuove modalità di interazione volte a costruire una vera e propria cultura partecipativa.

Quando si parla dei nuovi media, dunque, va abbandonata l’idea che essi siano esclusivamente canali di persuasione in cui l’efficacia del messaggio è legata

esclusivamente alla “potenza del segnale”. Al loro interno si costituiscono dei veri e propri spazi di scambio di esperienze e conoscenze attraverso una continua selezione di esperienze e rappresentazioni della realtà.

In questi nuovi ambienti “mediati” le possibilità di relazione si ampliano e complessificano progressivamente, intrecciando e sovrapponendo costantemente la dimensione privata e quella pubblica (come nel caso dei Social Media).

Infatti, come ci ricorda Meyrowitz:

i media elettronici tendono a fondere molte situazioni sociali precedentemente separate, a confondere la linea di confine tra comportamenti pubblici e privati e a rompere il legame, un tempo dato per scontato, tra posizione fisica, e “posizione” sociale. (1993, p.121)

Secondo Sorrentino questi “ambienti” contribuiscono anche ad “addensare” (2008) i rapporti sociali rendendo

[...] le situazioni sociali più opache, meno chiaramente definibili attraverso costruzioni di senso e attribuzioni di significato univoche e chiare. (Ibidem, p.9)

La densità informativa, sempre secondo l’autore, necessita sia da parte dei fruitori che dei produttori di contenuti, uno sforzo di comprensione maggiore; inoltre la rapidità stessa attraverso cui si generano e si deteriorano le notizie da un punto di vista quali-

quantitativo, determina un continuo processo di selezione che comporta un rischio di sostanziale semplificazione dei significati.

L'aumento delle informazioni a disposizione avviene sia da un punto di vista quantitativo, dunque, sia in relazione alla velocità con cui si diffondono; inoltre l'immediatezza e la pervasività dei media elettronici rende molto più semplice la fruizione dei contenuti a disposizione:

Oggi, le informazioni sono molto più condivise dai diversi settori della popolazione. Ciò che molti individui apprendono e sperimentano attraverso i media elettronici dipende relativamente poco dall'età, dal tipo di istruzione e dalla posizione sociale [...] a differenza di quanto accade con i libri, le élite non possono usare la televisione per comunicare solo tra loro e su di loro. (Meyrowitz, 1993, pp. 134-136)

La presenza di una "audience attiva", che infrange il concetto di spazio elitario, è proprio ciò che assicura allo spazio mediato la possibilità di tradursi in uno spazio di confronto pubblico.

Per poter intervenire nello spazio mediato sia in termini di articolazione di un dibattito e di un confronto pubblico, sia in termini di produzione o selezione dei contenuti, è necessario saper comprendere il linguaggio

e le regole che sottendono il sistema. Poiché gli ambienti mediali, in particolare quelli tecnologici, hanno delle regole di condotta e dei codici di comportamento ben definiti, bisogna dotarsi di competenze e conoscenze adeguate per poterli “abitare” senza il rischio di venirse estromessi, o di perdersi al loro interno.

## 2.1 Verso una cittadinanza digitale?

Il concetto di cittadinanza dunque assume con il tempo e le trasformazioni globali contorni sempre più labili e significati sempre più complessi. Come già detto, questa fluidità di significati che si accompagna con i mutamenti della società, ben caratterizza l’idea di un cittadino che convive tra molteplici identità (Dahlgren 2013) ed un continuo rimodellamento delle proprie abilità in funzione dei nuovi contesti sociali, dell’evoluzione dei processi comunicativi e delle nuove forme di relazione con la società civile. Questa condizione è il prodotto e produce a sua volta nuove forme di comunicazione e relazione con il proprio mondo di appartenenza (e anche con altri). La complessità dell’agire contemporaneo rispecchia la “densità” delle pratiche comunicative mutate dalle

tecnologie digitali, che hanno incanalato le potenzialità di nuove esigenze di partecipazione e attivazione non più esclusivamente mediate da altri soggetti (la classe politica).

Il cittadino contemporaneo non è più solo colui che controlla (*monitorial citizen*) l'operato della classe politica e delle istituzioni locali e centrali (Schudson 1998), ma può entrare nella sfera d'azione pubblica e interagire e partecipare direttamente.

Internet in particolare può contribuire a ridefinire non solo l'identità civica dell'individuo, che attraverso le conoscenze e le relazioni che stabilisce in Rete può arricchire le proprie conoscenze e competenze, ma anche le pratiche civiche che, attraverso il coinvolgimento in gruppi e movimenti attraverso la Rete, si ampliano e aprono la strada a nuove conoscenze e competenze (Dahlgren 2009).

Sono molteplici gli esempi di efficace connubio tra Rete e movimenti di sensibilizzazione o di protesta: il caso già citato della Primavera Araba non va considerato solo in un'ottica riduttiva di "Social Media Revolution", attribuendo ai Social Networks nel caso specifico una centralità riduttiva dell'intero fenomeno. Esempi come questo vanno letti e problematizzati alla luce delle complesse dinamiche e relazioni che si attivano

attraverso questi spazi che nascono come luoghi di socialità e socializzazione, ma, con le adeguate competenze, possono essere utilizzati come catalizzatori di attenzione e coinvolgimento su un particolare tema, che necessariamente poi ha bisogno di un riverbero nei luoghi del vissuto, come nel caso delle piazze delle città arabe.

In Italia seppur in dimensioni ridotte, ma certamente significative, vi sono stati molteplici fenomeni di attivazione partiti dalla Rete e confluiti in mobilitazioni nelle piazze, con finalità di sensibilizzazione su diritti di cittadinanza (come nel caso dei Movimenti per i Beni Comuni e i Forum per l'Acqua pubblica già citati in precedenza). La Rete può fungere da diffusore ed amplificatore non solo di movimenti ma anche di pratiche civiche "addormentate", come nel caso del tam tam, anche digitale, pro adesione all'ultimo Referendum del 2011 che ha contribuito a raggiungere una percentuale di voti altissima per un evento elettorale di questo tipo<sup>10</sup>.

Quali sono i rischi di queste nuove prospettive di partecipazione e attivazione civica offerte dalle nuove

---

<sup>10</sup> L'affluenza alle urne è stata del 54,4% (fonte Wikipedia) e dal 1995 non era più stato raggiunto il quorum nelle consultazioni referendarie.

tecnologie? È possibile parlare di dinamiche partecipative e reti di relazioni forti? La spinta relazionale determinata dai Social Media, si traduce necessariamente in forme di *civic engagement* durature? O possiamo definire questo nuovo modo di attivarsi attraverso la Rete e farsi parte di un movimento ed una rete come una forma di coinvolgimento effimero, *hic et nunc*, che si esaurisce con la performance del momento? Prima di poter sciogliere questi interrogativi, almeno per quanto riguarda il contesto italiano, può essere utile ricostruire innanzitutto il rapporto che, nel caso di questa ricerca, i giovani hanno con i protagonisti delle riflessioni fin qui articolate. Mi riferisco, da un lato, al rapporto con la sfera della *civicness* (l'identità, le pratiche), dall'altro, alle pratiche mediali, poiché senza un quadro di entrambe queste dimensioni non è possibile comprenderne le possibili connessioni.

A conclusione di questo capitolo viene presentata una breve fotografia dei consumi digitali in Italia con particolare riferimento ai giovani. Si tratta di tendenze emerse da ricerche recenti (Censis/Ucsi 2011-2013, Eurobarometro 2011, Cisco 2012) utili per introdurre il tema del prossimo capitolo: il vissuto digitale dei giovani attraverso alcune riflessioni attorno ai concetti di identità, socialità, relazioni e *youth civic engagement*.

### *3. Le pratiche medialì in Italia: alcuni dati*

Dalle più recenti indagini (Censis/Ucsi 2011, 2013) Eurobarometro 2011) emerge un sostanziale incremento nell'utilizzo dei mezzi di comunicazione in generale con particolare riferimento ad internet e ai cellulari. Si è assistito ad un progressivo mutamento in termini integrativi nell'utilizzo dei media, per cui ad esempio la radio che perde utenti attraverso i dispositivi tradizionali (es. autoradio) cresce in termini di ascolto attraverso i cellulari (+ 5,4%) (tab. 1).

La qualità del rapporto con i media continua ad evolversi e si assiste ad una sempre maggiore integrazione (soprattutto attraverso le tecnologie digitali) tra media e quotidianità. In questo scenario la televisione raccoglie ancora la totalità della popolazione (97,4%) ma si registra una forte crescita di utenza delle nuove tv (satellitare, web). Se si confronta il contesto italiano con quello europeo l'andamento dei consumi presenta delle differenze (Eurobarometro 2011), in particolare per quanto riguarda il consumo della televisione attraverso il web, una pratica che, seppur marginale rispetto a quella tradizionale, in Europa sta prendendo piede in alcune realtà (Svezia, Finlandia, Gran Bretagna, Danimarca). Va tuttavia registrato un

sensibile aumento della fruizione negli ultimi anni (dal 2007 al 2013 + 17,5%) anche in Italia (tab. 1).

<b>Evoluzione del consumo dei media<sup>11</sup></b>			
	<b>2007 (%)</b>	<b>2013 (%)</b>	<b>Diff % 2007/2013</b>
Tv tradizionale	93,1	95,0	+ 1,9
<b>Tv satellitare</b>	27,3	45,5	<b>+ 18,2</b>
<b>Web tv</b>	4,6	22,1	<b>+ 17,5</b>
TV IN GENERALE	96,4	97,4	+ 1
Radio tradizionale	53,7	56,5	+ 2,8
<b>Radio da cellulare</b>	3,6	15,2	<b>+ 11,6</b>
Radio da internet	7,6	12,3	+ 4,7
RADIO IN GENERALE	77,7	82,9	+ 5,2
Cellulare basic	70,0	77,2	+ 7,2
<b>Smartphone</b>	15,0	39,9	<b>+ 24,9</b>
CELLULARE IN GENERALE	86,4	86,3	- 0,1
INTERNET	45,3	63,5	+ 18,2

Tab. 1 Rielaborazione su dati Censis/Ucsi 2013

La radio, in contro tendenza rispetto al contesto europeo (si riscontra un calo nei consumi più abituali rispetto alla precedente rilevazione di Eurobarometro), rafforza la sua presa sul pubblico italiano (incremento dal 2007 al 2013 del 5,2%). Anche sul fronte dell'utilizzo dei cellulari cresce l'utilizzo dello smartphone, a conferma di un significativo processo di digitalizzazione delle pratiche

---

<sup>11</sup> Nella tabella qui riportata ho scelto di considerare solo alcuni tra i mezzi analizzati dal Censis/Ucsi 2013 ed ho fatto riferimento al 2007 e al 2013 per confrontare i trend senza inserire, come nella tabella originale, anche gli anni intermedi.

mediali.

Alla metà del decennio si era verificata una prima importante flessione tra gli utilizzatori esclusivi di tv e radio (dal 46,6% nel 2002 al 28,2% nel 2006), che aveva portato ad un aumento dei fruitori dei mezzi a stampa (che salivano al 42,8%), e degli utenti di Internet (al 29%).

Con riferimento all'utilizzo dei contenuti mediali, emerge sempre di più la tendenza a personalizzare i palinsesti, costruendo una fruizione di canali e programmi del tutto ritagliata sulle abitudini individuali e sulle preferenze soggettive. Questa tendenza si mostra del tutto in linea con quella più generale che vede una sempre maggiore spinta alla valorizzazione dei percorsi individuali di costruzione delle proprie abitudini in modo del tutto indipendente rispetto alle proposte mediali (Censis/Ucsi 2011).

Indipendentemente dall'uso del televisore, nel 12,3% dei casi si utilizzano i siti Internet delle tv per seguire i programmi prescelti negli orari e nei tempi più comodi e selezionando all'interno di essi le sole programmazioni di interesse; il 22,7% della popolazione utilizza YouTube mentre il 17,5% segue programmi scaricati tramite il web da altri (Ibidem).

Riguardo alle preferenze di utilizzo della Rete da parte degli internauti, l'attività predominante è quella di ricerca di informazioni su aziende, prodotti e servizi (43% delle preferenze) oppure strade e località (42,7%).

Continua ad aumentare l'ascolto di musica online (34,5%), e si fanno strada nelle abitudini digitali anche l'home banking e gli acquisti online (Tab 2).

<b>L'evoluzione degli impieghi di internet<sup>12</sup></b>			
	<b>2011 (%)</b>	<b>2013 (%)</b>	<b>Diff % 2011/2013</b>
Trovare info su aziende, prodotti, servizi	-	<b>43,2</b>	-
Trovare strade/località	37,9	42,7	4,8
Ascoltare musica	26,5	34,5	8
Svolgere operazioni bancarie	22,5	<b>30,8</b>	<b>8,3</b>
Fare acquisti	19,3	24,4	5,1
Telefonare	10,1	<b>20,6</b>	<b>10,5</b>
Guardare film	14,6	20,2	5,6
Cercare lavoro	12,3	15,3	3
Prenotare un viaggio	18,0	15,1	-2,9
Sbrigare pratiche con uffici	9,7	14,4	4,7

Tab. 2 Rielaborazione su dati Censis/Ucsi 2013

---

<sup>12</sup> Nella tabella qui riportata ho scelto di considerare le prime dieci attività in termini di frequenza rispetto a quelle presenti nella tabella Censis/Ucsi 2013 e di considerare nella comparazione tra gli anni il 2011 e il 2013.

Nel rapporto con le fonti d'informazione si conferma la sostanziale preminenza dei telegiornali come canale primario con l'86,4% delle preferenze, ma aumenta sensibilmente la preferenza per Tv all News (+ 19% rispetto al 2011) e Facebook (+ 10,8 %) (Tab. 4).

<b>Mezzi di informazione utilizzati<sup>13</sup> (%)</b>			
	<b>2011</b>	<b>2013</b>	<b>Diff. % 2011/2013</b>
Telegiornali	89,8	95,4	+ 5,6
<b>Motori di ricerca su internet</b>	41,4	46,4	<b>+ 5,0</b>
Quotidiani a pagamento	47,7	39,2	- 8,5
<b>Facebook</b>	26,8	37,6	<b>+ 10,8</b>
Tv all news	16,3	35,3	<b>+ 19,0</b>
Televideo	45,0	35,2	- 9,8
Settimanali/mensili	46,5	29,6	<b>- 16,9</b>
YouTube	16,7	25,9	+ 9,2
Siti web d'informazione	29,5	22,6	- 6,9
Quotidiani gratuiti	35,6	19,0	- 16,6
App su smartphone	7,3	14,4	<b>+ 7,1</b>

Tab. 4. Rielaborazione su dati Censis/Ucsi 2013

Calano sensibilmente i quotidiani ed i periodici contro una forte crescita dei motori di ricerca (il 46,4% degli

---

<sup>13</sup> Nella tabella qui riportata ho scelto di considerare solo alcuni mezzi tra quelli presentati dal Censis/Ucsi, selezionandoli in base ad andamenti più significativi in termini di aumento/calò fruizione. Gli anni considerati per i trend sono il 2011 e il 2013.

intervistati li utilizza per informarsi) e di YouTube (25,9% delle preferenze).

Spostandoci sul delicato terreno della credibilità dei mezzi di comunicazione (Censis 2011), il punteggio maggiore viene assegnato ad internet (6,55 su 10 punti) con a seguire la radio (6,28). Giornali e televisione non raggiungono la sufficienza, a confermare il ritratto negativo dei professionisti dell'informazione generalista emerso dalla rilevazione (secondo il 49,8 degli italiani i giornalisti sono poco affidabili, e solo l'8,4% li reputa oggettivi nel riferire i fatti).

Internet secondo l'83,8% del campione ha il merito di permettere a chiunque di esprimersi liberamente. Al tempo stesso, quello che viene ritenuto il merito principale della rete può essere considerato anche un grande limite: la presenza in rete anche di materiale di dubbia qualità; secondo l'83% del campione infatti "circola troppa spazzatura". Strettamente connessa al tema della libertà di espressione è l'opinione secondo la quale la rete è un potente mezzo al servizio della democrazia: il 76,9% degli italiani si è dichiarato "molto" o "abbastanza d'accordo" con tale giudizio (Censis/Ucsi 2011).

Se la dimensione della "fiducia nei media" viene analizzata nel contesto europeo, risultano interessanti

alcuni aspetti che emergono nella comparazione tra l'Italia e gli altri paesi dell'Unione. Il primo dato che emerge in contrapposizione al contesto italiano, riguarda il rapporto con la Radio, considerata in generale in Europa il medium che ispira più fiducia (il 57% di fiducia, versus 35% di non fiducia), seguita dalla televisione che perde qualche punto di percentuale rispetto a rilevazioni precedenti. In terza posizione si collocano i giornali, che perdono fiducia da parte dei cittadini europei rispetto al passato; mentre internet continua ad avanzare ed a "erodere" porzioni di credibilità rispetto agli altri media.

Un dato che va certamente tenuto in considerazione riguarda la percentuale di rispondenti che nei riguardi di Internet non hanno una posizione, aspetto questo che presumibilmente è da mettere in relazione con la diffusione e le conoscenze in progress sul medium.

In generale i cittadini appartenenti all'area centro/nord europea (Finlandia, Lussemburgo, Ungheria) tendono a riporre una maggiore fiducia nella televisione rispetto a quelli dell'area mediterranea (Francia, Spagna, Grecia, Italia). Lo stesso scenario si ripropone riguardo alla fiducia nella Radio; mentre la sfiducia nella stampa si rafforza seguendo le stesse differenziazioni con qualche

eccezione (ai paesi dell'area mediterranea "sfiduciati" si aggiunge la Gran Bretagna).

La fiducia in Internet infine viene riposta da 18 paesi su 27, in particolare è molto forte in paesi dell'area centro/orientale (Danimarca, Slovenia, Repubblica Ceca) e molto scarsa in quelli dell'area centro/occidentale (Germania, Portogallo, Spagna, Francia, Gran Bretagna).

### 3.1 I giovani e Internet in Italia: la "cyber quotidianità"

Da più fonti si rafforzano i dati sulla costante e progressiva pervasività della rete nella quotidianità dei giovani italiani (Censis/Ucsi 2013, Istat 2013, Cisco 2012, Eurobarometro 2011). Al decrescere dell'età aumentano le competenze "multitasking" nell'utilizzo del web e la fiducia riposta nelle informazioni e negli strumenti in esso disponibili.

Dall'ultima indagine Censis (2013) emerge un uso di internet in crescita tra i più giovani ma ancora prevalentemente a scopo di intrattenimento. Viceversa la fruizione di informazione su web tocca i valori più elevati nella fascia 25-29, arrivando oltre l'80%).

Meno della metà degli intervistati che leggono quotidiani online utilizza ancora anche il formato cartaceo.

La ricerca evidenzia che i giovani tuttavia non si limitano solo a fruire passivamente le notizie, ma tendono ad interagire e commentare i contenuti che leggono. Discutere sui Social Network Sites o rilanciare su Twitter notizie lette su quotidiano o sentite nei tg è una pratica che accomuna il 73,5% dei giovani oggetto della rilevazione.

Lo studio effettuato dall'Istituto Cisco (Connected World Report 2012) su studenti di scuole superiori/college (età 18-24) e giovani al primo impiego (21-29) di 14 paesi fornisce alcuni approfondimenti utili sulle modalità e motivazioni legate all'utilizzo di Internet in Italia, anche in un'ottica comparativa con il contesto internazionale.

Tra gli studenti italiani il 48% utilizza il computer desktop per reperire informazioni e notizie mentre il 27% preferisce il computer portatile; la media di utilizzo tra tutti i paesi coinvolti vede un rapporto tra i due strumenti inverso (il 22% utilizza il computer fisso mentre il 45% il portatile) denotando un approccio ancora "domestico" all'utilizzo del computer nel nostro

paese e meno “smart”<sup>14</sup>. Un dato che rafforza questa attitudine riguarda l’utilizzo dello smartphone nel 4% dei casi in Italia rispetto alla media del 10% del campione dei paesi considerati. La proporzione resta più o meno invariata per i giovani al primo impiego (il 23% di italiani utilizza il computer fisso versus la media del 36%; il 37% utilizza il portatile rispetto alla media del 26%).

Una differenza significativa tra giovani studenti e lavoratori riguarda l’utilizzo della televisione poiché secondo i dati di questa rilevazione, nel primo caso si attesta poco al di sotto della media di utilizzo generale (12% contro la media del 13%), mentre i giovani lavoratori si affidano alla televisione nel 21% dei casi, con una percentuale più elevata rispetto alla media dei paesi considerati, che è del 16%.

Tra i risultati più significativi emerge che Internet è considerato una risorsa fondamentale per gli intervistati, di cui sembra non si possa più fare a meno. In particolare in Italia, la percentuale di coloro che tra gli studenti affermano di considerare il web come parte integrante ed irrinunciabile del loro stile di vita supera

---

<sup>14</sup> In inglese il termine significa “intelligente” e “rapido” ed in questo caso faccio riferimento a questi due significati.

la media (69% rispetto al 55%), mentre i giovani lavoratori si situano poco al di sotto della media.

<b>Quali di queste affermazioni rappresenta il tuo modo di vedere internet?</b>		
Studenti s. s. %	ITA (n=100)	Totale (n=1441)
Posso vivere senza internet, non è parte integrante della mia vita quotidiana	7	8
Posso vivere senza internet, ma fa parte delle mie abitudini	24	37
Non posso vivere senza internet, è parte integrante della mia vita quotidiana	<b>69</b>	55

Tab. 5 – Traduzione e sintesi dei dati Cisco Connected World Report 2012

In particolare associando la fruizione di internet ad altre pratiche della vita sociale come uscire con gli amici o andare alle feste, avere una relazione, ascoltare la musica, questa viene considerata prioritaria rispetto alle altre secondo il 46% degli studenti intervistati in Italia (la media dei paesi è del 40%).

<b>Quale delle seguenti è più importante nella tua vita quotidiana?</b>		
Studenti s. s. %	ITA (n=100)	Totale (n=1441)
Internet	<b>46</b>	40
Uscire con gli amici/partecipare a feste	15	25
Uscire con la/il fidanzato	<b>25</b>	13
La musica	9	10
Nessuna di queste	5	12

Tab. 6 – Traduzione e sintesi dei dati Cisco World Report 2012

In particolare dovendo scegliere tra il possedere un'auto (considerata da sempre un simbolo di indipendenza e di successo per i giovani) e l'aver l'accesso ad internet, la priorità viene data alla seconda opzione nel 66% dei casi contro il 34% delle preferenze per la prima.

Lo strumento fondante della relazionalità e dell'indipendenza diventa la Rete senza la quale non è possibile mantenere contatti e costruire relazioni con gli altri; altro dato forte che emerge è, di riflesso, la preferenza delle relazioni e della socialità online rispetto a quella offline garantita dal mezzo di trasporto.

### **Social Media e socialità**

Più di 1 intervistato su 4 (27%) tra gli studenti di tutte le nazionalità considera una priorità, in una giornata tipica, seguire gli aggiornamenti su Facebook riguardo a relazioni amorose, rispetto ad altre attività come ascoltare musica e andare alle feste. Tuttavia, la percentuale maggiore (39%) ritiene più importante trascorrere del tempo con gli amici in generale. In Italia il rapporto tra le due principali attività quotidiane (Facebook e stare con gli amici) è rovesciato rispetto alla media generale (il 38% preferisce aggiornare/controlare

le relazioni su Facebook, contro il 26% che preferisce trascorrere il tempo con gli amici).

Tra gli studenti 8 su 10 (81%) accedono alla loro pagina di Facebook almeno una volta al giorno o più frequentemente. In Italia in particolare, rispetto ad altri paesi, gli studenti tendono ad accedere alla propria pagina più spesso perché resta sempre attiva. Seppur in numero minore, anche i giovani lavoratori tendono ad accedere spesso a Facebook, anche se meno frequentemente rispetto ai più giovani (Tab. 7).

<b>Con quale frequenza controlli la tua pagina Facebook?</b>				
<b>Studenti/Lavoratori %</b>	<b>Tot/Stud. (n=1441)</b>	<b>ITA/Stud. (n=100)</b>	<b>Tot/Lavor. (n=1412)</b>	<b>ITA/Lavor. (n=100)</b>
È sempre aperta	17	24	11	11
Almeno una volta ogni 10 minuti	4	6	3	4
Almeno 1 volta ogni ora	12	24	8	22
Almeno un paio di volte al giorno	33	3	30	0
Una volta al giorno	15	27	21	44
Almeno un paio di volte a settimana	11	5	15	12
Non ho una pagina facebook	9	11	12	7

Tab 7. – Rielaborazione e traduzione dati Cisco 2012

La frequenza e continuità di accesso ai due più conosciuti Social Network (Facebook e Twitter) mostra una netta preferenza trasversale tra studenti e lavoratori per il primo rispetto al secondo. Infatti solo il 42% dei giovani lavoratori dichiara di avere una pagina su Twitter, in particolare in Italia la quota scende al 38%.

In generale dunque il quadro che emerge è quello di una progressiva digitalizzazione delle pratiche mediali, in particolare in relazione alla fruizione di informazioni. La dimensione relazionale di utilizzo della Rete prende il sopravvento sulle altre forme più tradizionali. Inoltre soprattutto grazie ai nuovi supporti tecnologici (smartphone e tablet) le pratiche online si sovrappongono sempre più ai vissuti della quotidianità tanto da diventarne parte integrante. Tra i social media i più diffusi sono Facebook e YouTube, che rappresentano le dimensioni della socialità e dell'intrattenimento rispetto ad altri più legati ad altri ambiti delle pratiche mediali.

Questo scenario certamente apre interessanti spazi di riflessione ed approfondimento di ricerca sulle incidenze rispetto ad altri aspetti del vissuto giovanile. Il prossimo capitolo si propone di indagare alcuni aspetti che caratterizzano il vissuto digitale dei giovani a partire dalle principali evidenze che emergono dalle ricerche sul rapporto tra giovani, Rete e Social Media.

### III Capitolo

#### Giovani in Rete tra socialità e *civic engagement*

Accanto alle pratiche di condivisione e cooperazione attivate sul territorio, con lo scopo di produrre partecipazione e coinvolgimento da parte dei cittadini, anche in Rete si moltiplicano spazi di discussione e dibattito intorno a questioni di interesse generale che impattano sulle politiche pubbliche (blog, forum tematici, Social Networks).

In questi spazi c'è una parte interessante di frequentatori, i giovani, che si "attiva" intorno a determinati temi, costruendovi attorno da semplici spazi di confronto e conversazione ad articolate iniziative di partecipazione (es. manifestazioni, *flash mob*).

La vivacità delle discussioni che si generano attorno ad un video postato su YouTube o attorno alla nascita di un gruppo o di un'iniziativa su Facebook o Twitter, denotano la necessità da parte di chi "popola" la Rete, di interrogarsi e confrontarsi sui contenuti che circolano in essa, problematizzandone il consumo e seguendone il

percorso a partire dalle conversazioni che si attivano attorno ad essi.

Non poche sono le riflessioni degli studiosi attorno ai meccanismi di consumo/produzione di testi e relazioni che caratterizzano il rapporto tra la *Net Generation* e la Rete (Lister, 2003) ed attorno alle pratiche di negoziazione e produzione del sé che si attivano attraverso ad esse. La possibilità di utilizzare simultaneamente più contenuti e di abitare contemporaneamente più "spazi" (la chat, il Social Network, il forum), può produrre secondo alcuni, una frammentazione dell'identità individuale (Turkle, 1998), o secondo altri una sorta di "*social bricolage*" (Weber, Mitchell 2008) in cui la definizione della propria soggettività passa attraverso una continua e costante dialettica con le dimensioni sociale ed individuale che possono "co-abitare" l'individuo quando agisce in Rete, così come accade al di fuori di essa.

In questa prospettiva i Social Media<sup>15</sup> possono rappresentare la possibilità di sintetizzare in un unico

---

<sup>15</sup> I Social Media vengono definiti da Kaplan e Haenlein (2010) "a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of user-generated content".

contenitore le pratiche di condivisione di contenuti (informazioni, notizie, audio/video) e di idee/esperienze da parte di chi li “abita” riproducendo reti di relazioni già attive *offline* ed ampliandole?

In questo capitolo vengono esplorati alcuni aspetti del rapporto tra i giovani e la Rete, attraverso la lente di alcune riflessioni sociologiche sui temi dell’identità digitale, della relazionalità in Rete e su alcuni dei luoghi in cui sempre maggiormente si manifesta l’emergere di pratiche che talvolta si limitano alla socialità hic et nunc, ma in altri casi possono anche evolvere in iniziative di aggregazione e forme di attivazione su argomenti e questioni di interesse collettivo. Dar conto di questo scenario è utile per comprendere la complessità delle dinamiche che possono svilupparsi nei luoghi della Rete considerati<sup>16</sup> e per definire alcuni punti del dibattito sociologico su questi temi, oggetto nell’ultima parte della tesi di una rilevazione che si focalizza sia sulle pratiche che sulle motivazioni di utilizzo delle piattaforme

---

<sup>16</sup> Mi riferisco in particolare ai due principali Social Network (Facebook e Twitter) ai blog ed a Youtube, su cui mi soffermo nella descrizione delle caratteristiche e nella riflessione sulle pratiche di utilizzo e accesso in quanto sono i Social Media su cui si focalizza maggiormente la parte di indagine relativa al rapporto tra i giovani e la Rete.

individuare. Molte delle riflessioni sociologiche qui proposte sono anche il frutto di risultati di ricerche svolte in altri contesti da quello italiano, attraverso indagini per lo più di carattere qualitativo (indagini etnografiche, interviste, focus group, analisi dei contenuti) da qui la specificità delle dimensioni emerse rispetto a quelle evidenziate nella mia rilevazione. Tuttavia proprio grazie agli spunti offerti dalle ricerche qui presentate ed al quadro concettuale definito nelle prossime pagine, è stato possibile individuare alcuni nodi a partire dai quali sono state definite le ipotesi su cui si articola l'indagine che ho svolto.

### *1. Il gioco dell'identità tra sociale e personale*

Negli ultimi anni i media digitali si sono sempre più radicati nella vita quotidiana delle persone ed hanno caratterizzato i maggiori cambiamenti nel modo di comunicare, produrre conoscenza e "rappresentarsi". Grazie ad essi è possibile agire in un contesto globale mantenendo legami con quello locale di riferimento; attraverso le tecnologie si creano nuovi "luoghi" di produzione dei contenuti (Bolter 2001) e di convergenza di informazioni e di relazioni (Jenkins 2006). La Rete, che

nei primi anni si presentava come un ambiente da esplorare per acquisire contenuti, oggi è luogo d'interscambio e co-produzione di testi e pratiche. La ricerca di contenuti attraverso la navigazione non avviene in modo lineare poiché essi si presentano come ipertesti con infiniti link che spesso ci portano a deviare rispetto al percorso di partenza ed in questi casi il "lettore" non viene accompagnato nella narrazione, poiché l'autore può controllare solo limitatamente i percorsi possibili. Questo rapporto tra utente e piattaforma può essere caratterizzato da due dimensioni dell'agire: quella individuale e quella collettiva. Nel primo caso ci si limita ad esprimere la propria soggettività (es. blog e pagine personali), nel secondo la si condivide con altri (es. forum, community, Social Network Sites).

Attraverso la riflessione sugli strumenti di comunicazione digitale è possibile ricostruire le dinamiche di fruizione e interazione tra gli individui e comprendere come tali dinamiche incidano sui processi identitari e cognitivi (Manovich 2001).

Questa ricchezza di contenuti e relazioni che popolano la rete ha portato molti ricercatori a tentare di ricostruire una sorta di "demografia" dei navigatori. Già Prensky aveva distinto le nuove generazioni di utenti in *digital*

*natives* e *digital immigrants* (2001), ovvero coloro che sono nati nell'era digitale e coloro che hanno vissuto la transizione verso di essa. Altre classificazioni successive hanno prodotto distinzioni come quella tra Generation X (nati negli anni 70) e Generation Y (nati negli anni 80) soprattutto nell'ambito degli studi sull'utilizzo dei *Social Network Sites* (Williams, 1991).

Scopo di tali indagini è quello di comprendere in base alle differenze generazionali le differenti modalità di utilizzo di Internet, e di delineare una sorta di profilo dei navigatori in base alla classe di età.

Tra i maggiori utenti del web, secondo le principali fonti statistiche nazionali e internazionali (Nielsen 2009; Istat 2013; Censis/Ucsi 2013) emergono le generazioni più giovani; tale scenario ha portato numerosi studiosi a soffermarsi sul ruolo che la Rete, ma più in generale le tecnologie, hanno nella ridefinizione d'identità, interazioni, rappresentazioni, del mondo giovanile. Buckingham (2008) si focalizza sul difficile percorso di definizione dell'identità personale negli adolescenti e sul ruolo ambivalente che hanno le tecnologie nello sviluppo della personalità e i rischi ad esso connessi. L'autore riflette sulla capacità delle nuove generazioni di utilizzare le tecnologie per "giocare" con la propria identità, ma nello stesso tempo sottolinea la mancanza di

competenze necessarie da parte delle principali agenzie di socializzazione (famiglia, scuola) per indirizzare adeguatamente i più giovani a sfruttare le potenzialità dei nuovi media in modo sicuro e produttivo (Buckingham 2006, p. 8). Inoltre l'autore problematizza le potenzialità di internet in contrapposizione alla visione positivista di altri autori quali Tapscott, ricordando due questioni di grande rilevanza da considerare nella riflessione: il *digital divide*, e la natura limitata del *digital learning* (Ibidem, p. 10).

Sandra Weber (2008) descrive il processo di costruzione dell'identità in rete come il risultato di un processo di negoziazione fluida ed aperta (il bricolage) in cui i media vengono utilizzati come tasselli attraverso cui sperimentare in modo creativo le proprie potenzialità da parte degli adolescenti.

Secondo l'autrice:

In other words, young people's interactive uses of new technologies can serve as a model for identity processes. We propose labeling such cultural production activities *identities-in-action* as a reminder that, like digital cultural production, identity processes are multifaceted and in flux, incorporating old and new images. (Ibidem, p. 27)

Questa produzione di contenuti e relazioni continuamente rinegoziate, si caratterizza come un processo riflessivo in cui l'autore del contenuto diviene esso stesso *audience* nei confronti di coloro che interverranno su di esso. Quindi l'attenzione non è limitata alla creazione in sé ma anche al riscontro che danno i fruitori su di essa (Ibidem p. 41). La riflessività dunque e la negoziazione sono le caratteristiche intrinseche della costruzione dell'identità in rete; questa presenza simultanea viene considerata ambigua da alcuni autori (Buckingham, 2009), ma in alcuni casi può aggiungere un livello di consapevolezza maggiore nel difficile percorso di definizione della propria identità.

Infine quando si parla del ruolo della Rete nella costruzione dell'identità non va trascurato l'aspetto corporeo, poiché comunque la fisicità è l'unico aspetto che dà stabilità ai processi di costruzione dell'identità. Nei momenti in cui si sta navigando su internet, attraverso il corpo, si possono concretizzare le azioni e dare concretezza ad un percorso di senso.

La relazione corporeità e identità in rete viene indagata anche da Dana Boyd in riferimento al ruolo che i Social Network Sites hanno nella vita sociale dei teenager (2007); l'autrice parla di "*identity performance*" in relazione al ruolo dei corpi nella costruzione delle

informazioni su se stessi. Questo processo di rappresentazione e interpretazione è ciò che Goffman definisce “*impression management*” (1969), parte di un più ampio processo attraverso cui gli individui cercano di definire una situazione attraverso il comportamento (Ibidem 1963).

Tuttavia la stessa autrice ricorda che:

In mediated environments, bodies are not immediately visible and the skills people need to interpret situations and manage impressions are different. (Boyd 2007, p. 129)

In Rete è più facile pianificare la descrizione di se stessi e della propria personalità eliminando l’elemento di spontaneità e imprevedibilità nelle reazioni alle conversazioni tipiche delle relazioni quotidiane *offline*; di contro però tutto quel patrimonio di gesti e atteggiamenti non verbali che contribuiscono a comunicare chi siamo, è totalmente annullato. La conseguenza che sottolinea la Boyd, è quella di proporre una versione comunque “semplificata” di se stessi ed essere frantesi rispetto a quanto si vuole realmente esprimere.

## 1.1 Relazionalità e esperienze digitali

La Rete si caratterizza, grazie alla sua caratteristica di network, come un ambiente relazionale, il cui fine non sta necessariamente nella trasmissione dei contenuti, ma in molti casi si esaurisce nella socialità stessa. Nelle dinamiche e nelle pratiche che contraddistinguono l'ambiente digitale, la relazionalità sostituisce il "senso di appartenenza" che regola i legami offline.

Le opportunità stesse offerte dalla convergenza tra più piattaforme e strumenti mediali attraverso la rete, vanno inquadrare in una prospettiva di ampliamento della relazionalità e delle esperienze che vengono socializzate o "praticate" negli spazi digitali.

L'esperienza dunque ha un peso non indifferente sia nella rappresentazione del sé che nella costruzione di relazioni e va considerata secondo una doppia valenza, sia nell'istantaneità, cioè come "momento preciso della vita di un individuo", che come "processo dinamico" che mette in relazione il proprio passato con il futuro (Drusian 2009).

Quando parliamo di esperienze, e dunque di una dimensione temporale legata alle pratiche relazionali in Rete, un aspetto che certamente emerge da contesti come

i Social Network Sites, riguarda la compresenza di passato e presente, in quanto all'interno della propria bacheca è possibile ricostruire una sorta di "archivio dei ricordi" che contribuiscono a definire il proprio sé.

Nelle relazioni che caratterizzano gli ambienti digitali, il soggetto non è necessariamente ego referenziato, ma si muove tra "l'espressione di sé e l'attenzione verso il contesto e gli altri" (Giaccardi 2010). Da recenti ricerche sulla relazionalità in Rete (Ibidem), emergono diverse possibilità di usi, principalmente collocate tra i due estremi di un continuum che vanno dall'orientamento alla relazione, all'orientamento alla produzione (consumi e pratiche più "individuali"). La dimensione relazionale, soprattutto nei giovani, tende a prendere il sopravvento sul secondo anche per la loro tendenza ad essere principalmente socio-oriented (Censis/Ucsi 2013). Uno degli aspetti che emergono con più forza dalla ricerca empirica alla base della riflessione di Chiara Giaccardi riguardano proprio la centralità della relazionalità che emerge dalle pratiche digitali:

contro ogni determinismo tecnologico, infatti, è emerso chiaramente come sempre meno siano le caratteristiche delle piattaforme a dettare le regole dei comportamenti e delle relazioni, e sempre più sia la finalità relazionale a dare forma allo spazio digitale. (Giaccardi, 2010, p.4)

ed ancora riguardo ai presupposti della relazionalità:

Ma questa relazionalità richiede una capacità di ascolto, non soltanto la capacità di vibrare all'unisono in uno spazio acustico comune. La capacità di ospitare la parola dell'altro (compresa quella dissonante) e magari anche la Parola dell'Altro, lasciandosene interpellare. [...] Prendere la parola significa allora non semplicemente omologarsi per non rompere l'armonia, ma anche correre il rischio, sfidare il quieto vivere per testimoniare ciò che ha toccato la nostra vita, e che vogliamo condividere. (Ibidem, p. 34-35)

La finalità legata alle relazioni emerge anche nella scelta degli spazi da "abitare" e degli strumenti che si utilizzano in rete (es. MSN, Skype, Facebook, Twitter), poiché spesso la scelta è funzionale al timore di essere esclusi dalle pratiche della propria cerchia di amici. Un aspetto approfondito nel corso del prossimo paragrafo, riguarda la profonda continuità tra esperienze e relazioni online e offline.

## 1.2 Online e offline: due facce della stessa esperienza?

Nella riflessione sulle pratiche digitali dei giovani, in particolare con riferimento alle dimensioni precedentemente articolate (relazionalità ed esperienza), un aspetto che va approfondito riguarda le modalità attraverso cui ci si muove e si gestisce la continua alternanza tra vissuto online e offline. Ciò che emerge dai contributi di ricerca sul tema è la sostanziale continuità tra le due dimensioni che possono essere definite come una stessa articolazione dell'esperienza quotidiana dei giovani navigatori. Sia la definizione della propria identità "digitale" che la gestione delle relazioni si caratterizzano in alcuni casi come un trasferimento in rete delle pratiche ed esperienze comunicative offline.

Afferma Chiara Giaccardi:

la rete non è un ambiente che astrae, delocalizza, trasforma le identità e cancella le differenze, ma un'estensione dello spazio in cui ciascuno entra per quello che è, portando con sé il proprio bagaglio di risorse e vincoli e i propri habitus, legati all'habitat quotidiano. (Giaccardi, 2010, p.8-9)

La ricerca sociologica sulla comunicazione mediata al computer si è per alcuni anni focalizzata sui linguaggi e

le pratiche discorsive online, e dunque escludendo i legami con la dimensione offline. Solo in seguito le ricerche si sono focalizzate più sullo studio delle esperienze online degli individui, la cui comprensione è inevitabilmente legata al rapporto con la dimensione offline (Paccagnella, 2002).

Proprio la maggiore attenzione sulle pratiche relazionali più che discorsive degli individui permette di comprendere le opportunità offerte dalla possibilità di “attraversare” territori sia materiali che immateriali (come la Rete) per poter rendere l’esperienza quotidiana più compiuta. Si pensi alla possibilità offerta da alcuni strumenti (chat, Social Network Sites) di poter gestire relazioni e mantenere contatti con persone che per motivi di vario genere è difficile, se non impossibile, frequentare offline. O ad esempio, in un contesto come quello metropolitano si può considerare l’economicità e la praticità di organizzare incontri in ambito lavorativo od amicale attraverso di essi.

Sempre dalle ricerche sopra menzionate (Giaccardi 2010) emerge che nelle pratiche dei giovani che vivono nei piccoli centri l’ambito offline, considerato come “luogo ultimo” della relazione, tende a mantenere un ruolo centrale.

## *2. I luoghi della socialità e della condivisione di contenuti*

La rete riproduce le stesse problematiche che coinvolgono l'individuo nelle relazioni sociali caratterizzate dalla necessità di apprendere delle regole attraverso l'esperienza, quindi prediligendo la pratica rispetto alla teoria. Il giovane che vive una fase di rifiuto verso l'apprendimento convenzionale delle regole che sottendono le relazioni sociali, attraverso la Rete può interagire con gli altri, nel rispetto di codici di condotta che sono il frutto della reciproca mediazione.

Le dinamiche di interazione tra gli utenti della rete, con particolare riferimento ai più giovani, disegnano una mappa di contenuti differenti ed eterogenei in base ai "luoghi" in cui esse si attivano. La socialità giovanile si presenta in questi luoghi come il risultato di un continuo processo di iper-mediazione tra contenuti e strumenti: è possibile intrattenere contemporaneamente relazioni su differenti piani di contenuto e in differenti contesti di socializzazione (il forum, la chat, il Social Network).

Attraverso forum e newsgroup – più ampiamente definiti "community" – è possibile, seppur in forma anonima, discutere di temi di interesse condiviso oppure condividere un obiettivo. Se gli anni 90 sono caratterizzati dallo sviluppo di community, queste

vengono affiancate negli anni 2000 da altre pagine web in cui gli utenti raccontano le proprie storie di vita: i *blog*<sup>17</sup> (Bertaux, 2003) nel quale la dimensione è quella del singolo che si rivolge ad utenti indefiniti. A differenza della forma tradizionale del diario, il blog permette a chi legge, di co-produrre il racconto, commentando e segnalando degli spunti. Come strumento per la creazione di contenuti esso è molto utilizzato dagli utenti della Rete, in particolare dai giovani.

I Social Networks Sites permettono il recupero della dimensione del “noi” più comune ai contesti delle community e dei forum, ma a differenza di questi tale dimensione è svincolata dall’anonimato che contraddistingue le relazioni tra gli utenti.

A differenza della community, l’individuo non più celato da un nickname si presenta nella sua autenticità e stabilisce reti di relazioni con amici, conoscenti, familiari. Il senso di appartenenza rispetto a quanto emerge nelle community, è più allargato e la finalità non è quella di condividere un obiettivo od un argomento ma piuttosto il vissuto di chi ci è “amico”. Ma oltre alla relazionalità, una delle caratteristiche più pervasive riguarda l’iper-

---

<sup>17</sup> Termine coniato nel 1997 da Jorn Barger nella sua forma lunga “weblog” che può essere tradotta con l’espressione di “diario di bordo della Rete”

medialità che caratterizza la struttura. Oltre ad esprimere commenti o discutere di temi, entrare a far parte di gruppi, è possibile condividere foto, filmati, notizie, testi di qualsiasi tipo; tanto che il 40% degli italiani afferma di non navigare più su altri siti da quando utilizza Facebook (Censis/Ucsi 2011). Sul concetto di “condivisione” è necessario porre un ulteriore accento, poiché esso negli ultimi anni è sempre più legato a quello di “socializzazione”, attraverso il racconto del proprio vissuto (fotografie, video musicali, preferenze politiche, valori, contenuti informativi) si rafforza il contatto e la conoscenza che gli altri hanno di noi. Nella trama sociale che si sviluppa attraverso la diffusione di pratiche e conoscenze culturali, la centralità spetta alle relazioni che possono arrivare a contribuire all’empowerment dell’individuo.

Se fino a qualche decennio fa il web era caratterizzato da luoghi di confronto quali community e chat in cui le relazioni si esaurivano nei contesti stessi e c’era una maggior divisione fra quotidianità reale (scuola, lavoro, amicizie, interessi personali) e quella in Rete, si può ipotizzare che oggi vi siano degli spazi nel web caratterizzati da forte condivisione collettiva. Tali momenti di scambio di socialità potrebbero considerarsi talmente integrati con la vita quotidiana degli individui

tanto da non riuscire più a tracciare una linea di confine tra *l'online* e *l'offline*.

Nello scenario contemporaneo caratterizzato sempre più da forme di comunicazione mediata, il ruolo della Rete assume sempre più il carattere di uno spazio "abitato" (Boccia Artieri 2008) e nello stesso tempo i luoghi di socializzazione in cui in particolare i più giovani sperimentano nuove forme di relazionalità, si integrano sempre più con quelli offline. Lo stesso confine tra esperienze mediate ed esperienze dirette tende a sbiadire, in quanto le une divengono il prolungamento naturale o una componente irrinunciabile, delle altre. In altri casi, invece, la dimensione online più che ad integrare sembra sovrapporsi a quella offline e le relazioni e le attività praticate in Rete diventano quasi prioritarie nella vita quotidiana, rispetto ad altre attività prima considerate principali.

Nelle pagine successive le riflessioni fin qui articolate vengono ulteriormente specificate attraverso una disamina di alcuni Social Media selezionati sulla base di alcune caratteristiche sottolineate dal dibattito e che ritengo li rendano complementari sia in termini di pratiche relazionali che di possibili pratiche civiche. Prima di capire quali pratiche e motivazioni caratterizzano il rapporto tra i giovani oggetto della mia

indagine, ho voluto individuare alcuni nodi che, anche in questo caso, caratterizzano l'uso di questi spazi per poter individuare alcune dimensioni su cui riflettere in sede di analisi dei risultati.

Le tre direttrici attraverso cui tratteggio le caratteristiche di queste piattaforme sono: *la condivisione di relazioni*, che ritengo caratterizzi specificamente i Social Networks Sites, seppure sia tangente anche alle altre piattaforme considerate; *la condivisione di contenuti*, in relazione a YouTube ed al video sharing che si propongono sempre più come veri e propri archivi digitali; *la condivisione di esperienze* in riferimento ai blog che nascono come diari online attraverso cui raccontarsi e raccontare la realtà. Queste dimensioni verranno approfondite nell'analisi relativa alla ricerca svolta, ed in particolare verrà analizzato il rapporto dei giovani intervistati con questi tre Social media, in termini di conoscenza, frequenza di utilizzo e pratiche.

Nelle prossime pagine verranno considerate alcune riflessioni e prospettive di analisi che permetteranno di inquadrare i temi che ruotano attorno ai Social Media considerati con riferimento sia alle loro funzioni possibili "socializzanti" che "civic oriented".

## 2.1 Condividere relazioni: i Social Networks

I Social Network Sites nascono nel 1997, con il sito SixDegrees.com che permetteva di costruire un profilo da condividere con altri creando delle reti di relazione tra gli utenti; il modello su cui era strutturato il sito era basato sulla teoria del “piccolo mondo”, secondo la quale ogni persona può essere collegata ad un’altra attraverso sei passaggi relazionali:

Le reti piccolo mondo operano una magia. Sotto il profilo teorico, mostrano come sia possibile interconnettere un mondo sociale in maniera che da un lato vi siano tra i suoi elementi solo sei gradi di separazione e dall’altro la struttura intricata e riccamente aggregata dei gruppi e delle comunità reali. Una minima percentuale di legami deboli – ponti che collegano punti lontani della rete sociale – hanno un’influenza immensa sul numero dei gradi di separazione. (Buchanan 2003, pp. 59-60)

La riflessione che accompagnerà la struttura stessa dei Social Network Sites, parte proprio dalla teoria secondo cui la creazione di una rete di conoscenze non è solo legata all’espansione di queste, ma anche all’emergere di nodi comuni man mano che la trama di relazioni si “infittisce”. L’affermazione sostanziale dei Social Network Sites avviene a partire dal 2003 quando il

numero di iscritti ai primi siti (Linkedin, Tribe.net) raggiunge livelli consistenti. Attualmente quelli che contano il maggior numero di iscritti sono rispettivamente: Facebook con 108,3 milioni di utenti a livello globale e My Space con 81 milioni di contatti globali (Nielsen 2009).

Gli utenti dei Social Network Sites devono registrarsi e costruire il proprio profilo possibilmente non anonimo per permettere la rintracciabilità da parte degli altri utenti nell'ottica di ristabilire vecchie relazioni. Infatti attraverso la veridicità delle informazioni inserite, il sistema confronterà i dati (scuola frequentata, residenza, data di nascita) con quelli di altri utenti allo scopo di mettere in contatto chi ha un patrimonio comune di esperienze pregresse .

Buchanan chiarisce in modo efficace il senso profondo di questo processo operato dai Social Network Sites:

Va tenuto presente che le scorciatoie sociali di lunga distanza cui si deve l'effetto piccolo mondo sono perlopiù invisibili nella vita quotidiana. Noi vediamo solo le persone a cui siamo direttamente connessi con legami ora forti ora deboli; non conosciamo tutti gli amici e conoscenti. È evidente che le scorciatoie della rete sociale non si trovano nel nostro campo visivo e

che le scorgiamo solo quando ci imbattiamo nelle loro incredibili conseguenze. (Buchanan 2003, p. 60)

L'ingresso nei Social Networks può intendersi come un vero e proprio "rito di passaggio" o di carattere generazionale (dall'adolescenza all'età adulta) o riferito alle reti amicali (dal ristretto gruppo di amici ad uno spazio pubblico allargato) (Giaccardi, 2010).

Un aspetto interessante risiede anche nel fatto che:

Idealmente, il profilo FB può essere considerato come l'ultima tappa di un percorso che parte offline attraverso l'utilizzo del diario scolastico come luogo di sedimentazione di esperienze e archivio di ricordi, di risorse identitarie, di espressività personale, di relazioni significative. [...] Permanere nel tempo, relazionalità, stabilità sono caratteristiche che emergono dalla presentazione del sé in rete, con una differenza fondamentale rispetto al passato offline: con i social network è cresciuta moltissimo la visibilità di questi ricordi ben confezionati, di queste pratiche di disseminazione di tracce del sé in vista di una ricomposizione anche corale. (Ibidem p. 25)

La forza dell'impatto dei Social Network Sites nel vissuto globale risiede nel coinvolgimento trasversale degli utenti e nel ribaltamento di una visione del web come strumento di isolamento ed erosione delle relazioni sociali.

L'elemento relazionale è infatti il perno attorno a cui ruota la produzione e la condivisione dei contenuti sui Social Network Sites; rispetto alle modalità di gestione delle relazioni negli spazi ormai classici della rete quali i forum e le chat, con i Social Network Sites si intensificano e radicano queste pratiche, ed il legame con la dimensione offline si fa più "continuo" e forte.

È possibile leggere, dunque, le dinamiche che si attivano in questi spazi come il risultato di un'alternanza o sovrapposizione tra processi identitari da un lato e relazionali dall'altro.

## 2.2 Condividere contenuti: il video sharing

Un'altra attività che influisce sulla creazione e il rafforzamento di reti di conoscenze e relazioni, è quella legata al *file-sharing*, la condivisione cioè di file con contenuti di vario genere (musicale, video, informativo, divulgativo, ecc.). In questa fitta trama di scambi di contenuti e di condivisione di esperienze, un ruolo centrale come già detto precedentemente è assunto dalle reti di relazioni. Tra le varie forme di condivisione di contenuti in particolare ci si soffermerà in questa sede su quelle di *video-sharing*, cioè la pubblicazione di filmati o

materiali video su siti denominati di *upload and share*; il più diffuso tra questi è senz'altro YouTube.

Il sito nasce nel 2005 e rapidamente acquisisce una popolarità maggiore di Google Video il principale concorrente; attualmente risulta essere dopo Google e Facebook la piattaforma web più visitata<sup>18</sup>.

L'utente può svolgere tre azioni: caricare i video (*upload*), guardare i video (*watch*), condividere i video su altri siti o pagine (*share*); i contenuti riguardano principalmente video creati dagli utenti, video televisivi preesistenti riproposti in originale o rieditati dagli utenti.

La piattaforma ha un aspetto interattivo/relazionale forte caratterizzato dalle tre aree: commenta il video, vota il video, rispondi con un altro video.

Questo strumento rivela le potenzialità di sviluppo di una cultura partecipativa che ridefinisce le pratiche di produzione dei contenuti mediali proposti attraverso la propria esperienza, come nel caso di video amatoriali che riguardano eventi catastrofici (dal lontano 11 settembre 2001, al più recente terremoto-tsunami in Giappone) vissuti in prima persona e documentati sotto forma di testimonianze dirette di esperienze cruciali. Inoltre queste piattaforme di video-sharing rappresentano un chiaro esempio di rimedi azione con altri strumenti quali ad esempio la televisione, poiché in molti casi vengono riproposti vecchi palinsesti o spezzoni di filmati e di

---

<sup>18</sup> Fonte: [www.alexa.com/topsites](http://www.alexa.com/topsites) Ultimo accesso: 24/03/2013

momenti televisivi che hanno connotato periodi della storia sociale e culturale italiana. Una delle capacità più “trans-mediali” di You Tube è quella di permettere la trasposizione dei video in esso presenti su altre piattaforme e spazi del web, e più recentemente su altri media (es. filmati riproposti in trasmissioni televisive sia di intrattenimento che di informazione).

Nell’ambito della più ampia cornice di riferimento dei Social Media in cui si inserisce anche questo strumento, YouTube è stato oggetto di numerose riflessioni e studi volti a comprendere le modalità attraverso cui vengono prodotti e condivisi i contenuti tra gli utenti e i criteri di diffusione attraverso gli altri spazi di socializzazione (Social Network Sites, blog ecc.). Alcune ricerche si soffermano, invece, sulla percezione che hanno gli utenti e sull’“osservazione” delle loro pratiche in questo contesto, e problematizzano alcuni assunti sulle caratteristiche di questo strumento (Lange, 2008).

YouTube dunque contiene varie tipologie di contenuti audiovisivi, costruiti in un format talmente poco strutturato da rendere il sito impossibile da controllare o regolare. Spesso alcuni dei contenuti caricati violano i copyright o riproducono contenuti a loro volta protetti dai diritti dell’editore; altri invece si presentano come contenuti del tutto o parzialmente, ma certamente in

modo creativo, rielaborati dall'utente-produttore che sfrutta alcuni contenuti presenti sui media tradizionali per rielaborarli creativamente e costruire attorno ad essi degli sketch spesso satirici. YouTube in relazione alla possibilità di "svelare" notizie passate inosservate rielaborandole e ricostruendole creativamente si presenta come un vero e proprio strumento per rielaborare le forme tradizionali di diffusione delle notizie. Spesso proprio per la sua vocazione di "ridefinitore" dei rapporti tra cittadini-audience e istituzioni-spettacolarizzate, viene definito da Papacharissi come uno strumento che

Completes the media and news sphere that the monitorial citizen scans while surveying the political environment, by adding various and diverse takes on political reality. YouTube also provides an opportunity for expression of opinion, or protest. (2011, p. 151)

I modi attraverso cui vengono prodotti o condivisi contenuti su Youtube vanno dall'approccio parodistico a quello satirico, a quello informativo, le notizie stesse veicolate attraverso i media tradizionali vengono rielaborate e spesso decostruite attraverso un'operazione di sovvertimento che ricorda molto quelle tipiche della subvertising. La piattaforma offre infinite possibilità di

utilizzo e le parole d'ordine che caratterizzano sempre di più i contenuti di qualsiasi tipo che vi vengono inseriti sembrano essere la "creatività" e la "personalizzazione". Spesso, proprio per le affinità di caratteristiche, queste piattaforme di video sharing instaurano un rapporto molto collaborativo con i blog, altro innovativo prodotto di news making indipendente rispetto a quelli generalisti.

### 2.3 Condividere esperienze: i blog

I blog (termine coniato nel 1997 da Jorn Barger) iniziano a diffondersi nel web tra fine anni 90 e inizio 2000 e si presentano come un'evoluzione più intimistica dei forum; spazi messi a disposizione per raccontare le proprie esperienze di vita quotidiana come diari online. Man mano che l'interfaccia e gli strumenti per poter comunicare vengono semplificati aumentano progressivamente gli utenti che creano queste pagine online attraverso cui condividere esperienze e contenuti. Nasce la figura del blogger cioè colui che possiede delle doti di sintesi e di scrittura convincente; inizialmente come già detto questi spazi si presentano come semplici pagine personali su cui parlare di se stessi, esprimere pensieri

ed opinioni sui più vari argomenti. A differenza però del formato-diario il blog si connota sempre più come una pagina di approfondimento “para-giornalistico” in cui a differenza del forum il blogger detta l’agenda di contenuti giornalieri ma attraverso i commenti dei lettori si ricostituisce quella dinamica di relazione multi-a-molti che caratterizza le piattaforme di condivisione sopracitate.

Negli anni più recenti i blog acquisiscono una visibilità e importanza tale da essere considerati le principali fonti d’informazioni non ufficiali; questo soprattutto in relazione alla tempestività con cui è possibile fornire una cronaca di un avvenimento in cui l’utente/blogger è coinvolto da vicino, rispetto alle tempistiche editoriali delle fonti giornalistiche ufficiali.

Negli ultimi anni (2006-2007) accanto ai blog nascono i microblog uno spazio ancora più ridotto in cui è possibile pubblicare brevi messaggi di testo; questa modalità di comunicazione viene molto utilizzata da siti come Twitter per dare la possibilità di svolgere cronache in tempo reale di convegni o manifestazioni. Una peculiarità per cui è possibile considerare questo strumento *cross-mediale* in quanto può essere utilizzato tramite diverse tecnologie (sms/cellulari, mail e post/internet).

Esistono differenti tipologie di blog, di seguito sono riportate le più comuni (Granieri, 2005).

<b>Tipologie di blog</b>
<b>Blog personale</b> - Come già abbiamo accennato, è la categoria più diffusa. L'autore vi scrive le sue esperienze di ogni giorno, poesie, racconti, desideri (più o meno proibiti), disagi e proteste. Il contributo dei lettori nei commenti è in genere molto apprezzato e dà vita a discussioni molto personali (ma anche a flame). Questo tipo di blog è usato spesso da studenti di scuola superiore o universitari, con un gran numero di collegamenti incrociati tra un blog e l'altro.
<b>Social blog</b> - È un tipo di blog dove gli articoli vengono pubblicati da tutti gli utenti del blog. Come dice il nome si tratta di blog "sociali" ovvero scritti dalla massa. Il social blog nasce dall'esigenza di non far disperdere nel Web i contenuti scritti dagli utenti, bensì di raccogliarli in un unico grande contenitore dove tutti possano postare liberamente.
<b>Blog collettivo</b> - Si tratta di un blog nel quale gli articoli vengono scritti da un gruppo ristretto di autori. Di solito questi blog sono orientati verso un campo d'interesse particolare (letteratura, informatica, politica, attualità, ecc.) e sono, proprio per la varietà degli articoli pubblicati, tra i più visitati in rete.
<b>Blog di attualità</b> - Molti giornalisti utilizzano i blog per dare voce alle proprie opinioni su argomenti d'attualità o fatti di cronaca o, più semplicemente, per esprimere la propria opinione

su questioni che non trovano quotidianamente spazio fra le pagine dei giornali per i quali scrivono. Altre persone utilizzano il blog per commentare notizie lette su giornali o siti Internet.

**Corporate blog o blog aziendale** - Il blog tenuto da uno o più dipendenti di un'azienda: una voce più informale rispetto al sito internet. I blogger sono tenuti a rispettare un codice aziendale, ma i blog aziendali sono spesso visitati per la semplicità e l'immediatezza delle informazioni che vi si trovano.

**Blog tematico** - Ogni essere umano ha un hobby o una passione. Spesso questo tipo di blog diventa un punto d'incontro per persone con interessi in comune.

**Blog vetrina** - Alcuni blog fungono da "vetrina" per le opere degli autori, come vignette, fumetti, video amatoriali o altri temi particolari.

**Blog politico** - Vista l'estrema facilità con la quale è possibile pubblicare contenuti attraverso un blog, diversi politici lo stanno utilizzando come interfaccia di comunicazione con i cittadini, per esporre i problemi e condividere le soluzioni, principalmente a livello locale.

**Urban blog** - Blog riferiti ad una entità territoriale definita (una città, un paese, un quartiere) e che utilizzano la tecnica del passaparola digitale per compiti di socializzazione diretta e indiretta anche con l'utilizzo di immagini e video riferiti alla comunità. Interessante l'utilizzo di mappe e di sistemi di social book-marking per aumentare il livello di condivisione e di collaborazione.

Anche in questo contesto, come già detto in relazione a You Tube , si può affermare che la personalizzazione sia una delle caratteristiche più evidenti dei blog, facendo riferimento anche a quanto Zizi Papacharissi afferma in merito:

Personalization, that is, the ability to organize information based on a subjective order of importance determined by the self, presents an operative feature of online media like the Internet. It is a widely accepted fact that popular applied uses of the Internet, like blogs or MySpace personal/private spaces, thrive on personalization. (2010, pag. 144)

In una cultura come quella contemporanea in cui viene enfatizzata l'importanza della rappresentazione della soggettività nella costruzione di relazioni e forme di attivazione di vario genere, certamente uno spazio come quello rappresentato dai blog può avere una funzione di amplificazione di questo tipo di percorso. I contenuti dei blog sono generalmente legati ad una componente di autoreferenzialità molto forte poiché attraverso di essi il blogger racconta o condivide notizie ed esperienze a partire dalla sua visione, dal suo punto di vista di ciò che accade. Una forma di rielaborazione e ricostruzione delle informazioni che può ridefinire anche l'agenda dei media *mainstream*. Non a caso negli ultimi anni sempre

più di frequente le versioni online dei principali quotidiani nazionali e internazionali prevedono la presenza di blog di approfondimento a cura di giornalisti o di blogger precedentemente divenuti famosi attraverso pagine personali. La figura del blogger assume quindi in questo scenario una sempre maggiore centralità all'interno dei palinsesti informativi e si caratterizza come un opinion leader all'interno del dibattito pubblico.

### *3. Verso la partecipazione? Tracce di civicsness giovanile online*

Con il progressivo sviluppo dei media digitali e delle piattaforme "sociali", dunque, la possibilità di diffondere idee, informazioni, contenuti è aumentata in modo esponenziale. Molti tra i giovani cittadini dell'epoca digitale hanno manifestato interesse verso la possibilità di contribuire al rafforzamento della società civile. Di contro si sta assistendo ad un sempre maggior indebolimento nei rapporti con le istituzioni di governo e soprattutto tra le giovani generazioni emerge una sempre maggiore disaffezione dalle pratiche di dibattito e partecipazione convenzionali nel dibattito pubblico.

Tale scenario in parte è determinato da una percezione negativa degli attori dell'arena pubblica, influenzata parzialmente dagli adulti, ma anche dai toni dei dibattiti che spesso caratterizzano il discorso pubblico.

Parallelamente si assiste a un progressivo ripiegamento dalla vita pubblica verso quella online popolata di amicizie, intrattenimento, forme di consumo alternative. Nei luoghi del web si attivano anche forme di coinvolgimento civico slegate però dalla dimensione politico-istituzionale, in quanto rivolte ad aree quali quelle del consumo critico, del coinvolgimento in cause sociali di carattere globale.

Tali forme di attivismo possono emergere spontaneamente dall'espressività giovanile o essere indirizzate e sponsorizzate da organismi non governativi o istituzioni pubbliche. Da diversi studi e approfondimenti di ricerche emergono esempi di espressività e attivazione da parte dei giovani attraverso spazi del web non gestiti da altre organizzazioni istituzionali o dell'area non profit. Da uno studio di Coleman (2008) sulla *civicness* online in Inghilterra, emergono due forme di attivazione da parte dei giovani attraverso il web: una garantita dal supporto di istituzioni pubbliche o del privato sociale che forniscono fondi e strumenti per "sponsorizzare" lo sviluppo di una "cittadinanza

consapevole”, definita *managed e-citizenship* (Ibidem 2008). La seconda definita dall’autore *autonomous e-citizenship* (Ibidem 2008) e che prevede una presa di distanza nei rapporti con lo Stato e un orientamento a costruire dei network di collaborazione e cooperazione tra i giovani stessi.

Sempre secondo l’autore:

Regarding youth as independent political agents, autonomous e-citizens expect less from the communicative potential of having their say; for them, empowerment entails an intimate relationship between voice and action. (Ibidem 2008, p. 201)

Entrambe le forme di cittadinanza digitale sopra riportate presentano certamente degli aspetti critici: la prima può portare alla creazione di relazioni “verticali” e bidirezionali con gli enti promotori degli spazi (spesso soggetti istituzionali), rispetto a quelle orizzontali tra i cittadini stessi; inoltre gli argomenti di dibattito e confronto possono essere indirizzati e “suggeriti” sulla base di un’agenda esterna non autodeterminata in base alle reali esigenze dei cittadini che intervengono nelle discussioni e nelle iniziative.

La seconda modalità di partecipazione civica online di contro, pone il rischio di una eccessiva “personalizzazione” degli argomenti rispetto alle problematiche

individuali, e quindi di una conseguente attenzione più orientata agli interessi “privati” di ogni partecipante, piuttosto che ad una costruzione collettiva e generalizzata delle questioni da porre in agenda di discussione.

Ma oltre a presentare riflessioni e studi sulle modalità attraverso cui è possibile creare e sostenere spazi di “cittadinanza attiva” in rete, è necessario anche comprendere il profilo di questi potenziali “giovani cittadini attivi”.

Secondo Bennet (2008) esistono due differenti letture dei giovani cittadini online (si riferisce alla fascia di età 15-25), possono essere impegnati o relativamente/del tutto disimpegnati dal punto di vista civico.

Quando si parla di *civic engagement* l'autore fa riferimento a delle motivazioni di fondo riconducibili a sette dimensioni<sup>19</sup>:

1. Partecipazione nella società civile (livello locale)
2. Impegno sociale

---

<sup>19</sup> Alcune di queste dimensioni sono state utilizzate per definire gli indicatori del livello di civic engagement degli intervistati nell'ambito della ricerca da me svolta, i cui principali risultati sono presentati nel successivo capitolo.

3. Interesse/fruizione di notizie
4. Conoscenza delle istituzioni
5. Partecipazione politica
6. Fiducia nelle istituzioni
7. New media

Sempre secondo l'autore tra i motivi principali legati alla disaffezione dei giovani verso il coinvolgimento civico, il più significativo riguarda il deficit di insegnamenti e di spazi di riflessione sull'educazione civica nelle scuole.

Da numerose indagini citate da Bennet (2008) sulla conoscenza e l'interesse verso l'insegnamento dell'educazione civica nelle scuole emerge una diffusa scarsa considerazione nei confronti di tale materia. Non stupisce, pertanto, lo scarso interesse che mostrano gli studenti nei confronti dei meccanismi che regolano la società civile.

Il tentativo dei giovani di sentirsi parte della collettività si manifesta attraverso l'adesione a iniziative di carattere sociale che non riguardano esclusivamente la loro comunità di riferimento, ma che spesso abbracciano cause globali che non coinvolgono le istituzioni con cui essi si dovrebbero rapportare.

Si acutizza, dunque, progressivamente la sconnessione dalle forme convenzionali di *civic engagement* che prevedono un rapporto diretto con lo spazio pubblico e con gli interlocutori istituzionali. Attraverso le tecnologie digitali gli educatori possono incoraggiare i giovani all'utilizzo degli spazi mediali per esercitare attivamente la cittadinanza (Rheingold, 2008), rendendoli più consapevoli dell'impatto che la loro *public voice* può avere, nelle politiche pubbliche e nel decision making. Attraverso il passaggio dalla *private voice* (il modo di esprimere se stessi nelle relazioni con gli altri) ad una dimensione pubblica dell'espressività, è possibile passare dall'essere un "pubblico passivo" fruitore ed osservatore delle pratiche e delle discussioni, ad un "pubblico attivo" che partecipa e concorre a formare, attraverso il progressivo aggregarsi di "voci", un'opinione pubblica online.

Alcuni degli spazi in cui è possibile manifestare la *public voice* sono i blog, come afferma Rheingold infatti:

By writing a blog post about an issue, a blogger brings together people whose only common interest is the issue addressed, bringing about "a relation among strangers" that would probably not otherwise exist. Creating a wiki about a local issue has the potential to precipitate a public that can inform itself, stage debates, even organize collective action. (Rheingold 2008, p. 102)

Tuttavia la produzione di contenuti su tali spazi non può, ovviamente, garantire da sola un significativo impatto sull'arena pubblica e politica.

È possibile però, attraverso l'educazione alla cittadinanza, dotare i giovani *digital natives* degli strumenti cognitivi e della coscienza storica per poter comprendere il reale legame tra il potere della *public voice* ed il potere di influenzare sia la loro vita che la democrazia stessa:

We are witnessing a fundamental change in how individuals can interact with their democracy and experience their role as citizens. Ideal citizens need not be seen purely as trying to inform themselves about what others have found, so that they can vote intelligently. They need not be limited to reading the opinions of opinion makers and judging them in private conversations. They are no longer constrained to occupy the role of mere readers, viewers, and listeners. They can be, instead, participants in a conversation (Benkler 2006, p. 272)

Tuttavia l'utilizzo delle tecnologie in modo partecipativo, non riguarda solo la possibilità di sfruttare le proprie competenze, ma anche di considerare le proprie abilità come strumenti per un cambiamento culturale, verso un nuovo modo di relazionarsi con la società (Jenkins et al. 2009).

Alcune indagini (Goldman, Booker 2008) si sono in particolare concentrate su come i giovani possano imparare ad acquisire posizioni di leadership nelle community, accrescendo il loro livello di partecipazione. In particolare vengono presentati due casi di studio: il primo riguarda coloro che utilizzano i media come “tecnologie sociali”<sup>20</sup>, il secondo invece coloro che li concepiscono già come “tecnologie culturali”<sup>21</sup>.

In entrambi i casi emerge l’importanza del ruolo degli adulti nell’orientare e fornire ai giovani degli strumenti cognitivi per poter apprendere le competenze necessarie, costruire pratiche di *civiness* ed a partecipare attivamente.

---

<sup>20</sup> Le social technologies, secondo Shelley Goldman, sono fondamentali per gestire le attività sociali e sono caratterizzate da una flessibilità e dinamicità sia formale che sostanziale (2008, p. 185)

<sup>21</sup> Le cultural technologies sono strumenti più formali utilizzati in contesti più specifici. Al contrario delle precedenti, sono caratterizzate da una certa standardizzazione formale (Ibidem p. 185)

### 3.1 Il civic web: spunti da due ricerche

L'interesse teorico degli studiosi verso le prospettive offerte dal web per la costruzione di spazi di confronto e di pratiche di condivisione volte alla costruzione di un senso civico nei giovani, ha contribuito alla conduzione di numerosi indagini sul tema.

In particolar modo negli USA e in Inghilterra sono state condotte ricerche sull'utilizzo del web da parte di fondazioni, associazioni, celebrità, grandi partiti, per coinvolgere i giovani in iniziative di carattere civico o politico. In questa sede verranno riportate alcune principali linee d'indagine volte a costruire una sorta di "geografia" del civic web: in particolare verranno considerati due contributi di ricerca, quello di Kathryn Montgomery<sup>22</sup> (2004), e quello di David Buckingham<sup>23</sup> (2009).

Da entrambe queste ricerche emerge un comune obiettivo di analisi che ruota attorno alla dimensione del *civic engagement*: comprendere come i giovani dialogano con concetti quali quello di cittadinanza e partecipazione e come queste relazioni si traducano in processi di

---

<sup>22</sup> "Youth as E-Citizens: Engaging the Digital Generation"

<sup>23</sup> "Young People, the Internet and Civic Participation" (2006-2009)

costruzione di una coscienza civica. La lente attraverso cui vengono lette tali dinamiche è quella della Rete considerata una risorsa strategica per coinvolgere i *digital natives* nella ricostruzione di un dialogo con la società civile e con le istituzioni che la rappresentano.

Questi studi tuttavia, si focalizzano sul censimento e sull'analisi dei siti web definiti "civic"; questi vengono organizzati per tipologie con lo scopo di comprendere se e come i giovani li frequentano. Il punto di vista attraverso cui viene letto il processo di engagement è prevalentemente *top down* anche se sono presenti casi di spazi attivati direttamente dai giovani attraverso un percorso *bottom up*. Lo studio di queste ricerche è stato utile per comprendere attraverso quali meccanismi è possibile attivarsi in rete, presupponendo già un coinvolgimento dato dalla presenza all'interno di essi (si parte infatti dai siti e non dai fruitori). La ricerca, portata avanti dalla sociologa americana Kathryn Montgomery<sup>24</sup>, si poneva come obiettivo quello di fornire un'ampia panoramica dell'"offerta civica" per i giovani nel web, ovvero di mappare tutte quelle iniziative, e i siti, creati

---

<sup>24</sup> In collaborazione con Barbara Gottlieb-Robles, and Gary O. Larson nell'ambito delle attività di ricerca del Center for Social Media della School of Communication presso l'American University

sia da organizzazioni o istituzioni che dai giovani stessi, allo scopo di attivarsi ed attivare forme di *civic engagement* online. L'autrice ha analizzato circa 300 siti web, che rientravano per contenuti e finalità, nelle categorie interpretative di "coinvolgimento civico" individuate nel disegno della ricerca (dal volontariato, all'attivismo politico). A partire dal materiale e dalle informazioni a disposizione sono state avviate quattro linee di analisi e di approfondimento tematico:

1. studio comparativo su due siti considerati alla luce del panorama di riferimento particolarmente significativi per i contenuti proposti; una sorta di narrazione attraverso la voce degli ideatori e curatori, della storia dei due siti e delle motivazioni che hanno portato alla loro creazione
2. studio delle conversazioni e dibattiti all'indomani dell'11 settembre in alcuni forum di discussione allo scopo di ricostruire il dibattito ed il confronto attivato attorno alla terribile esperienza ed eventuali forme di coinvolgimento civico attivate attraverso la condivisione di esperienze legate all'evento (volontariato, manifestazioni).
3. studio delle modalità di utilizzo degli strumenti online da parte di due gruppi di giovani attivisti per

comprendere il ruolo e le potenzialità del web nella realizzazione di azioni sociali o nella partecipazione ad azioni politiche.

Questo studio mi è stato utile in particolare per la definizione delle attività considerate civic, anche se l'approccio di analisi si discosta da quello oggetto di questa tesi. Sulla base delle evidenze emerse nello scenario italiano ho scelto di considerare, dalla prospettiva dei fruitori stessi, le forme di attivazione spontanea che in generale si possono manifestare in Rete. Prima ancora di studiare l'offerta civica in Rete, ho preferito concentrarmi sul profilo dei possibili fruitori per poter comprendere, prima delle modalità di attivazione, quali possano essere i presupposti che le definiscono.

Un ulteriore spunto di riflessione mi è stato offerto dallo studio di David Buckingham che, pur incentrandosi anch'esso su una mappatura del civic web europeo, seguendo in alcune linee di analisi lo stesso percorso della ricerca precedentemente citata, aggiunge un ulteriore focus di approfondimento sulla relazione tra partecipazione civica online ed offline.

Dalla sua ricerca emerge che, in molti casi, l'utilizzo che i giovani fanno del "civic web" esprime nuove forme di partecipazione civica e politica come nel caso, per

esempio, del consumo etico', anche se non è sempre chiaro il legame che queste pratiche hanno con le forme, tradizionali e non, di attivazione politica.

Alcune delle dimensioni individuate da entrambe le ricerche per classificare il civic web, sono state considerate per definire le pratiche civiche che sia online che offline caratterizzano in generale il *civic engagement*. Faccio riferimento in particolare alla classificazione di Kathryn Montgomery<sup>25</sup> (2004) che individua alcune dimensioni per classificare i siti civic censiti nella sua ricerca, in questa sede ne vengono considerate alcune più in linea, quelle considerate anche nella parte di ricerca della tesi:

1) *Volunteering*

supportare un'attività online che richiede certamente un investimento minore rispetto alla presenza fisica all'interno di un'associazione.

2) *Youth Philanthropy*

donazioni o supporto a cause o progetti filantropici da parte dei giovani.

3) *Engagement with the Local Community*

---

<sup>25</sup> "Youth as E-Citizens: Engaging the Digital Generation"

giovani attivi verso le questioni che coinvolgono comunità di riferimento.

#### *4) Online Youth Journalism and Media Production*

possibilità di segnalare e diffondere notizie alternative a quelle proposte dai media *mainstream*, scrivere su questioni di interesse pubblico.

#### *5) Youth Activism*

Supporto a movimenti di critica verso la società, e permetter loro di avere maggior voce nel dibattito.

Entrambe queste ricerche sono caratterizzate da una focalizzazione sull'offerta web più che sulle modalità di attivazioni viste dal punto di vista dei giovani, aspetto su cui invece si focalizza la mia ricerca. Tuttavia grazie all'analisi dei risultati di entrambi questi contributi, a partire da alcune classificazioni fatte dell'offerta civica sul web ho potuto ragionare su alcune dimensioni relative alle pratiche civiche online su cui poi ho articolato una parte della mia rilevazione.

Inoltre, proprio a partire dagli spunti emersi da queste ricerche, ho potuto ragionare su una prospettiva di analisi differente che partisse dal punto di vista dei giovani e che si concentrasse più sul definire in primis il loro rapporto con alcuni concetti legati più in generale

al senso civico, ed in seguito analizzare le pratiche fuori e dentro la Rete ed i possibili legami con il livello generale di attivazione online.

## Capitolo IV

### **Giovani, Rete e *civic engagement*: una ricerca**

#### *1. Il disegno della ricerca*

L'indagine si focalizza sulle modalità di attivazione dei giovani<sup>26</sup> in rete, sulle pratiche di relazione e sugli strumenti e piattaforme più utilizzate per acquisire conoscenze e prendere coscienza delle questioni pubbliche. In particolare le domande che muovono l'interesse della ricerca riguardano:

- a. il rapporto tra i giovani e alcune dimensioni che caratterizzano il civic engagement (fiducia nelle istituzioni, identità civica, pratiche civiche);
- b. la relazione tra l'attivazione e l'utilizzo "multitasking" della Rete ed la partecipazione civica online ed offline.

Il presupposto di partenza riguarda la sempre maggiore

---

<sup>26</sup> La fascia di età di riferimento è quella 18-29 anni, tenendo conto delle classificazioni dell'ISTAT.

capacità dei giovani di personalizzare i propri consumi mediali e la propria agenda di notizie e contenuti attraverso la Rete, con particolare riferimento al ruolo dei Social Network Sites nella possibile convergenza di contenuti e soggetti culturali (notizie, video, pagine istituzionali, politiche, associazionismo ecc.) in un unico spazio mediato. La possibilità di accedere ad informazioni e contenuti provenienti da fonti di vario tipo (blog, quotidiani on line, siti, piattaforme di video-sharing) e di “condividere” l’adesione a considerazioni, iniziative, progetti, movimenti attraverso vari gradi di attivazione (dal “mi piace” all’iscrizione alla pagina, ai commenti sui contenuti, fino alle donazioni online o all’adesione alle iniziative offline correlate), caratterizza questi spazi come possibili fucine per il riavvicinamento verso una cultura civica ed una dimensione di civismo che ridefinisce le modalità di attivazione attorno ad obiettivi condivisi. Certamente, fattore di non secondaria importanza, la ricerca offre la possibilità di indagare le motivazioni che sottendono le pratiche comunicative e relazionali, e nei casi in cui verranno riscontrate, anche quelle civiche.

Il percorso di ricerca si articola dunque in relazione a tre obiettivi:

1. definire una sorta di “identikit” dei giovani cittadini costruendo una tipologia di *Civic engaged* sulla base di tre dimensioni (identità, fiducia e pratiche civiche);
2. fornire una panoramica degli spazi e delle fonti attraverso cui i giovani si informano e si attivano in generale definendo una tipologia di *Social Media Users* (facendo riferimento ai Social Networks, i blog e Youtube come piattaforme privilegiate)
3. Individuare eventuali legami tra i profili di *Social Media Users* e quelli dei *Civic engaged* e riflettendo su connessioni possibili tra le dimensioni online e offline delle forme di attivazione.

Queste prospettive aprirebbero delle possibilità interessanti per le istituzioni per comprendere e capire come poter coinvolgere i giovani entrando nel loro mondo e, utilizzando dunque un mix di linguaggi e mezzi più adeguato, per attivare, costruire e rafforzare la loro attenzione verso le dinamiche della società civile.

La ricerca che verrà illustrata si configura come un’indagine esplorativa volta ad individuare alcuni aspetti del rapporto tra i giovani intervistati sia con alcune dimensioni legate ai concetti di *civiness* e civic

engagement, sia con i media mainstream e la Rete (sia in generale che in riferimento ad alcuni Social Media in particolare).

## 2. *Lo strumento di indagine*

Per poter avere un quadro iniziale del problema di indagine sopra descritto è stato scelto uno strumento di analisi “standard”, cioè un questionario semi strutturato composto da 50 domande principalmente a risposta chiusa ma con alcune eccezioni che hanno permesso di analizzare alcuni temi da un punto di vista qualitativo.

Il questionario è stato inserito in una piattaforma online<sup>27</sup> attraverso un software e reso dinamico per facilitare la compilazione.

Le aree in cui è articolato il questionario sono le seguenti:

---

<sup>27</sup> Mi riferisco a Lime Survey un software open source (<http://www.limeservice.org>) in cui i dati vengono raccolti automaticamente e il database risultante è estraibile in diversi formati. In questo caso i risultati sono stati inseriti nel software di elaborazione dati SPSS in una matrice e alcune domande sono state ricodificate a posteriori per poter facilitare l’ analisi e interpretazione dei dati.

## **1. Area del rapporto con l'impegno civico**

Gli argomenti principali riguardano l'idea di "cittadinanza" e senso civico, la percezione ed il vissuto dei comportamenti definiti "civici". Questa parte del questionario si basa sulle dimensioni (identità, fiducia e pratiche civiche) definite sulla base di riflessioni e ricerche analizzate nel secondo capitolo.

## **2. Area dei consumi/pratiche mediali**

Le domande riguardano gli usi e le preferenze mediali, in particolare in riferimento ai media digitali. Verranno approfonditi gli aspetti relativi alle scelte dei programmi/spazi e contenuti e delle motivazioni legate ad esse; un focus particolare riguarderà l'uso del web con l'obiettivo di definire una sorta di "dieta digitale".

La tecnica di rilevazione utilizzata è quella della web survey con la consapevolezza dei limiti legati all'utilizzo di questa modalità di raccolta dati<sup>28</sup>. Tuttavia

---

<sup>28</sup> A questo riguardo Cfr. Tourangeau, Conrad and Couper (2013) in riferimento alle principali criticità di una web survey in termini di: *copertura* intesa come scarto tra l'insieme di individui sui quali si intende condurre la rilevazione e i soggetti effettivamente raggiunti; *campionamento* in riferimento al processo di estrazione del campione; *mancate risposte* ossia di soggetti che decidono di

la scelta è stata motivata dalla necessità di avvicinare un pubblico, i giovani under 30, più raggiungibile attraverso le piattaforme digitali. Sono state individuate alcune piattaforme<sup>29</sup> in base ad un'esigenza di eterogeneità dei profili<sup>30</sup> dei rispondenti. Sono stati contattati gli amministratori per poter avere supporto nella pubblicazione del link al questionario e dare credibilità alla richiesta di compilazione. Le piattaforme individuate sono state le seguenti<sup>31</sup>: i gruppi Facebook e il profilo Twitter dell'Anpas (Associazione Nazionale per le Pubbliche Assistenze)<sup>32</sup>; alcune mailing list di

---

sottrarsi all'intervista o non completarla; *errori di rilevazione* in termini di risposte che possono non corrispondere all'orientamento effettivo dell'intervistato.

<sup>29</sup> Alcuni "profili" sono stati raggiunti anche attraverso mailing list e pagine di Social Network Sites.

<sup>30</sup> Va ricordato come già precedentemente accennato che non si tratta di un campione statisticamente rappresentativo data l'impossibilità di poter attingere a dati strutturali sulle caratteristiche dell'universo di riferimento di ogni piattaforma o pagina parte della rilevazione.

<sup>31</sup> Va precisato che il software utilizzato non ha permesso di identificare e distinguere la provenienza dei rispondenti (non è stato possibile identificare le diverse piattaforme da cui sono state raccolti i dati).

<sup>32</sup> In particolare le Pubbliche Assistenze "operano nell'ambito

studenti che hanno frequentato negli ultimi cinque anni corsi triennali e magistrali della Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia e Comunicazione della Sapienza, Università di Roma; Gruppi facebook di Rete Fagotto e del Movimento dei Focolari<sup>33</sup>; pagine/profili Facebook e Twitter dei giovani del Partito Democratico e del Popolo della Libertà. Gli amministratori di queste ultime due pagine non si sono però resi disponibili e pertanto non è stato possibile effettuare le interviste. La rilevazione si è svolta tra Aprile e Maggio 2013 a seguito di un pre-test che ha permesso di ridefinire la struttura del questionario in termini di semplificazione delle dimensioni di analisi e della struttura di alcune domande. In questa sede verranno considerate alcune tra le dimensioni di analisi emerse dalle risultanze della rilevazione lasciandone altre sullo sfondo<sup>34</sup>.

---

dell'emergenza sanitaria 118, del trasporto sanitario e sociale, della donazione del sangue, della protezione civile e antincendio, delle adozioni e della solidarietà internazionali, della formazione, del servizio civile, della promozione della solidarietà, della salvaguardia, difesa e soccorso animali”

(fonte: <http://www.anpasnazionale.org/chi-siamo/storia.html>).

<sup>33</sup> Si tratta di reti di solidarietà e volontariato religioso che coinvolgono giovani per la donazione di beni superflui o il supporto alle persone in difficoltà.

<sup>34</sup> La ricchezza delle dimensioni di analisi rispetto al basso

### 3. *I principali risultati*

Attraverso la rilevazione sono stati raggiunti 180 rispondenti, tuttavia solo 102 di questi hanno completato la compilazione del questionario e pertanto sono quelli considerati nell'analisi dei dati. Le ragazze costituiscono la maggioranza degli intervistati (76% vs 26% di ragazzi) mentre in termini di fasce d'età va evidenziato un certo equilibrio<sup>35</sup>, infatti l'età media degli intervistati è di 24 anni circa (24,43)<sup>36</sup>. Il 54,9% degli intervistati frequenta

---

numero di rispondenti ha determinato la scelta di focalizzarmi su alcune principali direttrici di analisi, lasciando sullo sfondo altri aspetti più qualitativi (legati all'analisi di domande aperte) ed alcuni approfondimenti analitici legati in particolare al rapporto con i media.

<sup>35</sup> Si è ritenuto opportuno aggregare i dati sull'età degli intervistati in fasce d'età per facilitarne l'analisi rispetto ad altre variabili; anche in questo caso si è tenuto conto delle micro-classificazioni ISTAT all'interno della più ampia fascia d'età 18-29 considerata in questa rilevazione. Le fasce d'età sono: 19-22 anni (37% dei rispondenti), 23-25 anni (23,5 %); 26-29 anni (39,2%).

<sup>36</sup> Non è possibile come già detto stabilire "statisticamente" la distribuzione dei rispondenti tra le diverse piattaforme coinvolte nella rilevazione-Da alcuni dati riferiti alla Regione di appartenenza ed alla Facoltà in cui si è iscritti è possibile desumere che un numero elevato di rispondenti sia caratterizzato da studenti della Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia e

l'università (di questi il 43,1% un corso di laurea Triennale, e l'11,8 % un corso di laurea Magistrale), lavora il 25% degli intervistati mentre i disoccupati sono l'11,8%<sup>37</sup>.

Per quanto riguarda infine la distribuzione geografica (Regione e tipologia di Comune in termini di abitanti) anche in questo caso si desume che la presenza di studenti della Sapienza abbia inciso sulla distribuzione relativa alla provenienza geografica dei ragazzi. Le Regioni sono state riaggregate per aree geografiche (Nord/Centro/Sud e Isole) ed i Comuni distinti in "Grandi, "Medi" e "Piccoli"<sup>38</sup>. Le regioni centrali raccolgono il maggior numero di rispondenti (63,7%), a seguire quelle dell'area Nord del paese (21,6%), ed infine Sud e Isole (14,7%).

Per una scelta di coerenza rispetto all'impostazione concettuale della tesi, i risultati della ricerca verranno presentati seguendo le principali dimensioni della riflessione teorica delineata nelle prime due parti della tesi. Il primo tema affrontato nell'analisi è quello del *civic*

---

Comunicazione di Roma.

<sup>37</sup> Il 5,9% degli intervistati non ha voluto specificare la propria condizione occupazionale (risposta "altro").

<sup>38</sup> Rispettivamente, con più di 30.000 abitanti, tra 5.000 e 30.000 abitanti e con meno di 5.000 abitanti

*engagement* in relazione ad alcune dimensioni (fiducia, cultura civica, pratiche civiche).

Nella seconda parte di questo paragrafo si rifletterà, in termini di assenza/presenza o “latenza”, sul possibile legame tra profili “*civic oriented*” e profili “*social media oriented*”.

### 3.1 Essere cittadini: tra il dire e il fare

Quando si parla di attivazione civica o *civic engagement*, bisogna tenere presenti alcuni aspetti che ne definiscono le caratteristiche. Sulla base delle considerazioni emerse nella definizione del quadro teorico della tesi<sup>39</sup>, ho scelto di focalizzare l’attenzione su alcune dimensioni in particolare: quelle dei valori, della fiducia nelle istituzioni, dell’appartenenza e del senso civico ed infine alcune pratiche civiche (offline e online). Un breve approfondimento a concludere questo paragrafo riguarda il rapporto tra percezione e vissuto in relazione al rispetto delle regole.

---

<sup>39</sup> Mi riferisco in particolare al contributo degli studi di Loredana Sciolla (2004) e Robert Putnam (1995) e delle riflessioni di Peter Dalhgren (2009; 2013).

## I valori

Una prima lente attraverso cui è possibile delineare il profilo dei giovani intervistati è quella del rapporto con alcuni valori ritenuti importanti nella propria vita. Tra le più note ricerche che indagano la percezione dei giovani circa alcuni aspetti della vita in generale, faccio particolare riferimento a quelle dello IARD (2007) e a quanto fa riferimento Antonio de Lillo:

Nella letteratura sociologica e non solo, non c'è discussione sul fatto che i valori siano alla base dei comportamenti degli attori, individuali e collettivi. Essi sono i criteri guida che orientano la vita delle persone, i loro atteggiamenti, le loro opinioni, le loro scelte. (Ibidem, p. 139)

Per poter comprendere il vissuto degli intervistati riguardo ad alcuni aspetti della quotidianità, una puntualizzazione su i loro orientamenti rispetto ad alcuni aspetti della vita è imprescindibile. In questo caso sono stati considerati sia valori legati a dimensioni affettive ed individuali, che quelli civici, più specificamente oggetto della mia riflessione.

Tra gli *items* inseriti nel questionario ne sono stati identificati alcuni che, in fase di analisi, sono stati suddivisi in base alla prossimità semantica, in valori

legati all'affettività<sup>40</sup>, valori legati all'autorealizzazione<sup>41</sup>, valori civici<sup>42</sup>. Nel questionario, attraverso una scala di punteggio (1-10), era possibile per gli intervistati esprimere l'importanza attribuita ad ognuno di questi aspetti all'interno della propria vita. Va premesso che, trattandosi di dimensioni positive, i punteggi generalmente tendono a distribuirsi sui valori più alti della scala<sup>43</sup>.

I "valori dell'affettività" sono quelli che hanno raccolto i punteggi in generale più alti seppur con qualche piccola differenza: al primo posto la famiglia (punteggio medio 9,24) ed a seguire amore (8,97) ed amicizia (8,75).

Alcune differenze nella distribuzione delle medie dei punteggi emergono in relazione al genere degli intervistati (Tab. 1); la famiglia è un valore maggiormente sentito dalle ragazze mentre i ragazzi credono di più nell'amicizia.

---

<sup>40</sup> Famiglia, amicizia, amore.

<sup>41</sup> Libertà, lavoro, successo, studio, tempo libero, salute.

<sup>42</sup> Impegno sociale, impegno politico, impegno per l'ambiente, solidarietà.

<sup>43</sup> Nelle prossime tabelle relative all'analisi dei valori, verranno presentati i punteggi medi su ogni valore in relazione ad alcune variabili strutturali

<b>Secondo te, quanto sono importanti nella vita (affettività)</b>				
Sesso		Amicizia	Amore	Famiglia
Femmina	Media N =76	8,63	8,96	<b>9,28</b>
Maschio	Media N= 26	<b>9,12</b>	9,00	9,12
Total	Media N= 102	8,75	8,97	9,24

Tab. 1. Gli aspetti importanti della vita (affettività): media dei punteggi per genere.

Per quanto riguarda i valori che accompagnano la persona nella realizzazione della propria individualità, i punteggi medi, seppur sempre alti, iniziano a diversificarsi in relazione all'età e al genere. In generale l'aspetto più importante della vita per gli intervistati è la libertà (punteggio medio 9,34), che supera i punteggi assegnati sia agli altri valori individuali che quelli legati alla sfera dell'affettività (Cfr. Tab. 1 e tab. 2). Le differenze in rapporto alle fasce d'età sono sempre minime ma più accentuate tra i più giovani (19-22 anni) ed i più adulti (26-29) in particolare per quanto riguarda lo studio e il lavoro, aspetti considerati dagli intervistati meno importanti col crescere dell'età (Tab. 2). I dati infatti sembrano evidenziare una sorta di disillusione da parte di chi in alcuni casi è già nel mondo del lavoro o ha comunque concluso il percorso di studi, rispetto a chi

invece si trova ancora all'inizio del percorso, con più speranze e più convinzione circa l'importanza di questi due valori. Stesso discorso vale per il successo, la media di punteggi assegnati è inversamente correlata con l'età, all'aumentare di quest'ultima diminuisce l'importanza assegnata al "valore".

<b>Secondo te quanto sono importanti nella vita (autorealizzazione)</b>							
		Denaro	Lavoro	Salute	Studio	Successo	Tempo libero
19-22 anni	Media N=38	<b>7,37</b>	<b>8,68</b>	9,08	<b>8,50</b>	<b>7,82</b>	8,50
23-25 anni	Media N=24	7,75	8,75	9,58	8,13	7,21	7,79
26-29 anni	Media N=40	<b>6,63</b>	<b>8,20</b>	9,33	<b>8,18</b>	<b>6,63</b>	8,50
Total	Media N=102	7,17	8,51	9,29	8,29	7,21	8,33

Tab. 2. Gli aspetti importanti della vita (autorealizzazione): media dei punteggi per fasce d'età.

Alcune differenze nella valutazione degli *items* legati alla sfera della realizzazione personale emergono anche in rapporto al genere degli intervistati (Tab. 3). In generale le ragazze assegnano punteggi medi superiori a quelli dei ragazzi su tutti i valori legati a questa categoria, a esclusione del "tempo libero" che sembra avere un peso maggiore per questi ultimi, mentre sembra essere più sacrificabile per le intervistate.

Secondo te quanto sono importanti nella vita (autorealizzazione):							
		Denaro	Lavoro	Salute	Studio	Successo	Tempo libero
Femm.	Media N= 76	7,34	8,67	9,37	8,36	7,28	8,16
Masc.	Media N= 26	6,65	8,04	9,08	8,08	7,00	8,85
Total	Media N=102	7,17	8,51	9,29	8,29	7,21	8,33

Tab. 3. Gli aspetti importanti della vita (autorealizzazione): media dei punteggi per genere.

In generale l'autorealizzazione sembra divenire una priorità sempre più forte per le giovani donne. Questo aspetto può forse essere messo in relazione con le disparità di genere in termini di possibilità lavorative e di trattamento economico tra uomini e donne, ancora presenti nella società italiana.

L'ambito che riguarda più da vicino questa ricerca è quello dei valori civici. In questo caso sono stati individuati, tra gli *items* presenti nella batteria di domande, quelli appartenenti alla sfera del civismo<sup>44</sup>, quegli aspetti cioè legati a comportamenti che guardano all'interesse generale e hanno un impatto sulla tutela, sul benessere e sull'empowerment della collettività.

---

<sup>44</sup> Cfr. Capitolo I paragrafo 2

Lo scenario che emerge dai dati è ambivalente, i punteggi più alti sono stati mediamente assegnati all'impegno per l'ambiente ed alla solidarietà, e dunque a quelle sfere legate ai problemi che più in generale sono considerati maggiormente rilevanti in tutte le società. Un'altra considerazione che si potrebbe fare, riguarda la dimensione più "astratta" di questi temi, che proprio per la loro complessità e universalità nello stesso tempo, sono associati ad una dimensione di interesse collettivo.

Quando si parla, invece, di impegno politico e sociale il quadro cambia. I punteggi medi assegnati ai due valori sono i più bassi tra tutte le aree fin qui considerate (impegno politico 6,42, impegno sociale 7,66). Questo risultato suggerisce due considerazioni: la prima riguarda il grado di consapevolezza dell'importanza di queste due dimensioni e soprattutto dell'impatto che entrambe hanno sulla vita del singolo, oltre che sulla società in generale. La percezione che emerge anche da altre ricerche sul rapporto tra cittadini/giovani e istituzioni (Istat 2013; IARD 2007), è quella di una certa marginalità nella considerazione dell'impegno e della partecipazione alla vita civile, forse perché considerato influente rispetto alle dinamiche che caratterizzano la gestione della cosa pubblica.

Un altro aspetto da considerare riguarda nello specifico lo scollamento che sembra emergere tra valori legati alla dimensione privata e valori legati dimensione pubblica. Dai dati sembra emergere una bassa percezione dell'interrelazione tra benessere individuale e benessere della società civile poichè in generale viene assegnata una minore importanza ai valori legati all'azione civica rispetto a quelli legati all'individualità.

Approfondendo l'analisi ed incrociando gli *items* con le fasce d'età emerge una presumibile differenza di punteggio assegnato all'impegno politico tra i più giovani (punteggio medio 6,37) rispetto a quello assegnato dai più adulti (punteggio medio 6,63). Mentre al contrario l'importanza dell'impegno sociale sembra decrescere all'aumentare dell'età (Tab. 4)

<b>Secondo te, quanto sono importanti nella vita (civismo):</b>					
		Impegno politico	Impegno per l'ambiente	Impegno sociale	Solidarietà
19-22 anni	Media N=38	<b>6,37</b>	8,34	<b>7,87</b>	8,45
23-25 anni	Media N=24	6,17	8,25	7,71	7,92
26-29 anni	Media N=40	<b>6,63</b>	8,40	<b>7,43</b>	8,48
Total	Media N=102	6,42	8,34	7,66	8,33

Tab. 4. Gli aspetti importanti della vita (civismo): media dei punteggi per fascia d'età

Le ragazze si confermano, anche in questo caso, come più “sensibili” rispetto ai ragazzi in relazione all’impegno politico, sociale ed alla solidarietà, denotando una maggiore consapevolezza dell’importanza di questi aspetti (Tab. 5).

**Secondo te, quanto sono importanti nella vita (civismo):**

		Impegno politico	Impegno per l'ambiente	Impegno sociale	Solidarietà
Femmina	Media N= 76	<b>6,55</b>	8,24	<b>7,84</b>	8,43
Maschio	Media N= 26	6,04	8,65	7,12	8,04
Total	Media N=102	6,42	8,34	7,66	8,33

Tab. 5 Gli aspetti importanti della vita (civismo): media dei punteggi per genere.

Un po’ a sé sembra essere la considerazione dell’impegno nei confronti dell’ambiente che è maggiore tra i ragazzi e più grandi.

Nella determinazione dell’importanza dei valori civici uno degli aspetti che possono influire è quello legato alla fiducia o sfiducia nella società e nelle principali istituzioni finalizzate alla promozione ed al progresso

economico, politico e sociale del paese. Vediamo dunque che rapporto hanno gli intervistati alcune istituzioni.

### **La fiducia nelle istituzioni**

La fiducia caratterizza la cultura civica di un paese ed è anche termometro del livello di attivazione civica; infatti, come afferma Loredana Sciolla:

Viene, infatti, intesa come un requisito culturale indispensabile affinché in una società si realizzino ragionevoli livelli di cooperazione. (2004, p. 117)

Il complesso e critico scenario della società italiana si riflette nelle risposte date dagli intervistati circa la fiducia nei confronti di alcune istituzioni<sup>45</sup>.

Le istituzioni politiche sono quelle che risentono maggiormente della disaffezione generale nei confronti dell'azione pubblica, e della crisi economica e sociale che

---

<sup>45</sup> Anche in questo caso raggruppate in base alla prossimità semantica in quattro gruppi per facilitare la lettura dei dati: le "istituzioni politiche" (Il parlamento, il Governo, l'Unione Europea, il Presidente della Repubblica), le "istituzioni formative" (scuola, chiesa, media), i "mondi possibili" (il mondo della ricerca scientifica, il mondo del volontariato), le "istituzioni della rappresentanza" (i partiti politici, i sindacati), le "istituzioni del controllo" (le forze dell'ordine, la magistratura).

affligge il paese (Tab. 6). I soggetti che godono di minor fiducia, sono il Parlamento (89% di sfiducia) ed il Governo (81% di sfiducia), che dovrebbero essere le istituzioni “del fare”, mutuando il termine dal dibattito politico e giornalistico attuale.

Il Presidente della Repubblica divide gli intervistati (il 47,1% si fida poco o per niente contro il 52,9% che si fida abbastanza/molto). Questo andamento è in contro tendenza rispetto ad anni precedenti (IARD 2007; Istat 2012) ma in linea con quanto emerge da recenti rilevazioni nazionali (Censis 2013). La sfiducia rimane alta nel caso del Governo e del Parlamento, sia incrociando il dato con l'età che con il genere degli intervistati, con delle piccole differenze tra i più giovani ed i più adulti in termini di polarizzazione negativa.

<b>Le istituzioni politiche</b>				
	Presidente della Repubblica	Parlamento	Governo	Unione Europea
Nessuna/ Poca fiducia	47,1% 48	89,2% 91	81,4% 83	29,4% 30
Abbastanza/ Molta fiducia	52,9% 54	10,8% 11	18,6% 19	70,6% 72
Totale	100% 102	100% 102	100% 102	100% 102

Tab. 6 La fiducia nelle istituzioni politiche

Il Presidente della Repubblica e l'Unione Europea pur riscontrando maggior favore in termini di fiducia,

dividono gli intervistati, ed emergono delle differenze nei dati sia in rapporto al genere che all'età (Tab 7-8)<sup>46</sup>.

<b>Fiducia nel Presidente della Repubblica per Genere</b>				
		Nessuna/ Poca fiducia	Abbastanza/ Molta fiducia	Total
Femmina	Freq.	37	39	76
	%	<b>48,7%</b>	51,3%	100,0%
Maschio	Freq.	11	15	26
	%	<b>42,3%</b>	57,7%	100,0%
Total	Freq.	48	54	102
	%	47,1%	52,9%	100,0%
<b>Fiducia nel Presidente della Repubblica per Età</b>				
		Nessuna/ Poca fiducia	Abbastanza/ Molta fiducia	Total
19-22 anni	Freq.	17	21	38
	%	44,7%	55,3%	100,0%
23-25 anni	Freq.	14	10	24
	%	58,3%	<b>41,7%</b>	100,0%
26-29 anni	Freq.	17	23	40
	%	42,5%	<b>57,5%</b>	100,0%
Total	Freq.	48	54	102
	%	47,1%	52,9%	100,0%

Tab. 7a - 7b Fiducia nel Presidente della Repubblica per Genere ed Età

Tra le ragazze infatti la sfiducia è maggiore rispetto ai ragazzi, mentre in relazione alle fasce d'età tra i più

---

<sup>46</sup> Nelle prossime tabelle, sono indicate le percentuali anche su totali inferiori ai 102 intervistati per evidenziare gli andamenti all'interno dei sottogruppi.

adulti cresce la fiducia (Tab. 7).

L'Unione Europea, gode di maggiore fiducia tra le intervistate; tra i più giovani ed i più adulti la fiducia è molto alta rispetto alla fascia d'età intermedia (Tab. 8).

<b>Fiducia nell'Unione Europea per Genere</b>				
		Nessuna/ Poca fiducia	Abbastanza/ Molta fiducia	Total
Femmina	Freq.	18	58	76
	%	23,7%	<b>76,3%</b>	100,0%
Maschio	Freq.	12	14	26
	%	46,2%	53,8%	100,0%
Total	Count	30	72	102
	%	29,4%	70,6%	100,0%
<b>Fiducia nell'Unione Europea per Età</b>				
		Nessuna/ Poca fiducia	Abbastanza/ Molta fiducia	Total
19-22 anni	Freq.	11	27	38
	%	28,9%	<b>71,1%</b>	100,0%
23-25 anni	Freq.	11	13	24
	%	45,8%	54,2%	100,0%
26-29 anni	Freq.	8	32	40
	%	20,0%	<b>80,0%</b>	100,0%
Total	Freq.	30	72	102
	%	29,4%	70,6%	100,0%

Tab. 8a - b Fiducia nell'Unione Europea per Genere ed Età.

Questi risultati nel complesso delineano un quadro segnato da sfiducia e delusione nei confronti delle

istituzioni che più definiscono la gestione della cosa pubblica e sono responsabili della tutela dell'interesse generale. È uno scenario negativo che conferma orientamenti segnalati da altre indagini (cfr. tra gli altri Istat 2013, Censis 2013). L'Unione Europea, rispetto alle altre istituzioni gode ancora di credibilità agli occhi degli intervistati forse perché considerata una prospettiva nuova, che si auspica possa orientarsi verso politiche responsabili nei confronti delle giovani generazioni. Nell'immaginario giovanile l'Europa è forse più un'icona depositaria di una speranza, piuttosto che un insieme di istituzioni politiche.

Nei confronti delle istituzioni della rappresentanza politica, cioè i partiti, la sfiducia è altissima, la più alta tra tutte le istituzioni considerate (Tab. 9).

<b>Le istituzioni della rappresentanza</b>		
	I sindacati	I partiti politici
Nessuna/Poca fiducia	67,6% 69	95,1% 97
Abbastanza/Molta fiducia	30,4% 31	4,9% 5
Non so/Non conosco	2% 2	0
Totale	100% 102	100% 102

Tab. 9 La fiducia nelle istituzioni di rappresentanza.

Questo dato conferma la frattura tra i giovani e quei soggetti tradizionalmente deputati a rappresentare la cittadinanza (partiti) e promuovere il benessere del paese (Governo e Parlamento). Le risultanze emerse in quest'area e in quella sui valori civici impongono una riflessione sulla necessità di una riconsiderazione dei rapporti tra giovani e istituzioni da parte dei rappresentanti della politica.

Media<sup>47</sup>, scuola e chiesa sono state considerate nello stesso ambito in quanto istituzioni volte alla crescita culturale, spirituale, sociale dell'individuo, anche se su diversi livelli.

La fiducia nei confronti dei media divide gli intervistati (il 65,7% dichiara di avere per niente/poca fiducia, mentre il 33% abbastanza/molta). La sfiducia aumenta tra i ragazzi (73,1%) ed al crescere dell'età; anche in questo caso pesano certamente l'esperienza dei più grandi e la loro visione più critica in generale delle istituzioni.

La scuola mantiene la sua credibilità agli occhi del 74,5% degli intervistati, anche in questo caso la fiducia aumenta con il crescere dell'età e della consapevolezza del ruolo della formazione per l'ingresso nel mondo del

---

<sup>47</sup> Si fa riferimento ai media mainstream.

lavoro.

La chiesa divide gli intervistati, il 53,9% infatti ha nessuna o poca fiducia in questa istituzione contro il 45,1% che ancora la giudica positivamente. La fiducia tende a diminuire con il crescere dell'età mentre non emergono differenze di genere nelle risposte date. È presumibile che su questa valutazione critica pesi il clima negativo creatosi nell'opinione pubblica a seguito della denuncia di illegalità gravi da parte di esponenti della Chiesa e del Vaticano.

La categoria "mondi possibili" comprende la ricerca scientifica e l'area del volontariato, mondi associati al progresso ed al miglioramento della società in generale. Si tratta di soggetti che si impegnano spesso con scarsi fondi, ma anche gratuitamente per il miglioramento delle condizioni di vita delle persone. Questo aspetto dà credibilità alle loro funzioni e suscita rispetto. Infatti in entrambi i casi la quasi totalità degli intervistati (circa il 90% in entrambi i casi) dà loro fiducia piena.

Le istituzioni volte al controllo del rispetto delle norme vengono promosse dagli intervistati, in particolare le forze dell'ordine, che rispetto alla magistratura incontrano meno pareri discordi. Questo dato è in linea con quanto emerge dall'analisi dei valori legati alle regole (il rispetto e il controllo) e quindi alla dimensione

della responsabilizzazione. Delle differenze nell'atteggiamento di fiducia/sfiducia anche in questo caso emergono tra le fasce di età (Tab. 10)<sup>48</sup>.

<b>La fiducia nelle istituzioni: la magistratura</b>					
		Nessuna/ Poca fiducia	Abbastanza/ Molta fiducia	Non so/ Non conosco	Total
19-22 anni	Freq.	17	21	0	38
	%	44,7%	<b>55,3%</b>	,0%	100,0%
23-25 anni	Freq.	11	12	1	24
	%	45,8%	50,0%	4,2%	100,0%
26-29 anni	Freq.	9	30	1	40
	%	22,5%	<b>75,0%</b>	2,5%	100,0%
Total	Freq.	37	63	2	102
	%	36,3%	61,8%	2,0%	100,0%
<b>La fiducia nelle istituzioni: le forze dell'ordine</b>					
		Nessuna/ Poca fiducia	Abbastanza/ Molta fiducia	Total	
19-22 anni	Freq.	10	28	38	
	%	26,3%	<b>73,7%</b>	100,0%	
23-25 anni	Freq.	5	19	24	
	5%	20,8%	<b>79,2%</b>	100,0%	
26-29 anni	Freq.	14	26	40	
	%	35,0%	65,0%	100,0%	
Total	Freq.	29	73	102	
	%	28,4%	71,6%	100,0%	

Tab. 10 a-b. La fiducia nelle istituzioni di rappresentanza.

<sup>48</sup> Nelle prossime tabelle, sono indicate le percentuali anche su totali inferiori ai 102 intervistati per evidenziare gli andamenti all'interno dei sottogruppi

Come si può vedere dalle due tabelle, in entrambi i casi la maggior fiducia si attesta tra i più adulti nel caso della magistratura, e nelle prime due fasce d'età per quanto riguarda le forze dell'ordine. Che questo denoti un atteggiamento più disincantato dei ragazzi più grandi nei confronti dell'efficienza esecutiva rispetto a quella giudiziaria?

Nel prosieguo dell'analisi verrà inquadrato meglio il rapporto degli intervistati con le regole (formali ed informali) ed il controllo anche in relazione ad atteggiamenti e comportamenti di *civiness*<sup>49</sup> e *unciviness*.

### **La cultura civica**

L'analisi fin qui condotta ha evidenziato, da un lato, l'ambivalenza della percezione che hanno gli intervistati circa l'importanza di alcuni valori considerati civici, e dall'altro, la scarsa fiducia e credibilità di cui godono le istituzioni politiche ai loro occhi. Ma cosa significa essere un buon cittadino, impegnato, e consapevole del proprio ruolo nella società? Quali aspetti incidono di più nel

---

<sup>49</sup> Utilizzato in questo caso nel senso come l'insieme di pratiche e culture civiche.

qualificarlo? Il senso di appartenenza? Il senso della collettività? L'adesione alle regole? Su queste quattro dimensioni, che ritengo caratterizzino nell'insieme l'essenza della cultura civica ragioneremo a partire da un grafico che sintetizza la percezione che ne hanno gli intervistati (Fig. 10).

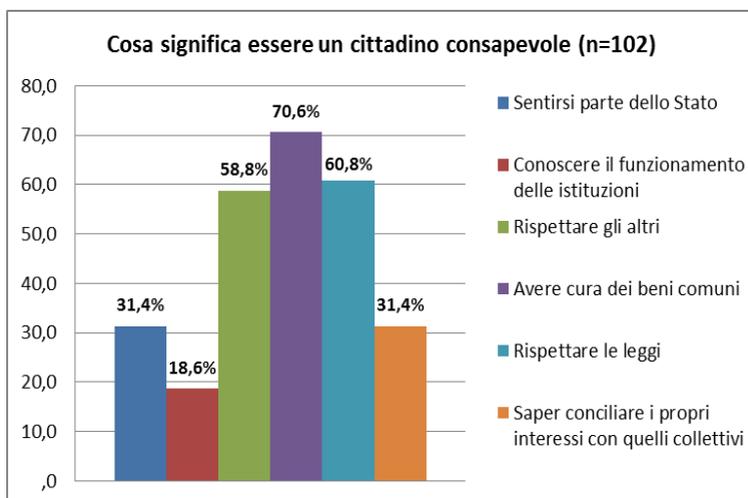


Fig. 1<sup>50</sup>

Dal grafico emerge un diffuso orientamento a mettere in relazione la figura del “buon cittadino” con pratiche

---

<sup>50</sup> La somma delle percentuali non da il 100% poiché la domanda presedeva una risposta (sì/no) su ogni *item* per cui era possibile indicarne più di uno.

legate al rispetto delle persone e dei beni comuni. La dimensione della valorizzazione e della tutela della collettività viene percepita come determinante della buona coscienza civica.

L'aspetto che colpisce, ma non stupisce, riguarda invece la dimensione dell'appartenenza a cui fanno riferimento le domande sulla conoscenza del funzionamento dello Stato e il senso di appartenenza ad esso. Questa percezione sembra confermare orientamenti emersi da alcuni degli studi citati (Sciolla, 2004; Putnam, 1995) che evidenziavano la fragilità dell'identità civica italiana e del senso di appartenenza nei confronti del paese.

Il senso di appartenenza, tra chi lo ha indicato, è più sentito dalle ragazze rispetto ai ragazzi; a differenza della conoscenza del funzionamento dello Stato a cui risultano più sensibili questi ultimi.

Anche la variabile età incide sulle preferenze di questi due *items* in contro tendenza in questo caso rispetto alle altre domande, in quanto sono i più giovani ad essere più sensibili all'appartenenza rispetto ai più adulti. Dato questo sicuramente incoraggiante.

Il rispetto delle leggi torna come aspetto caratterizzante la cultura civica, anche se, come vedremo nelle pagine successive, mal si concilia con il vissuto degli intervistati riguardo ad alcune pratiche. Dunque tra gli aspetti che

emergono, l'appartenenza, il senso della collettività e l'adesione alle regole sembrano essere considerati dimensioni imprescindibili del senso civico.

A questo punto è stato chiesto agli intervistati di individuare le azioni che favoriscono lo sviluppo e la diffusione di questo sentire. Anche in questo caso per facilitare la lettura dei dati le opzioni di risposta sono state raggruppate per aree: la socializzazione<sup>51</sup>, il controllo<sup>52</sup> e gli esempi di istituzioni e media<sup>53</sup>.

Per quanto riguarda l'area della *socializzazione*, i punteggi assegnati agli *items* che la caratterizzano sono in generale alti confermando l'importanza, come già emerso nella prima parte del paragrafo relativa ai valori, del ruolo attribuito alle agenzie di socializzazione tradizionali, ed in aggiunta, allo scambio di idee tra pari (Tab. 11).

---

<sup>51</sup> A cui fanno riferimento gli *items*: *educazione a scuola, educazione in famiglia, scambio di idee tra coetanei*.

<sup>52</sup> A cui fanno riferimento gli *items*: *i controlli dello Stato e multe e sanzioni*.

<sup>53</sup> A cui fanno riferimento gli *items*: *i modelli diffusi dai media, l'esempio delle istituzioni*.

<b>Le azioni che aiutano a diffondere il senso civico: la socializzazione</b>				
		L'educazione a scuola	L'educazione in famiglia	Lo scambio di idee tra coetanei
19-22 anni	Media N=38	8,66	9,37	7,79
23-25 anni	Media N=24	9,00	9,46	7,75
26-29 anni	Media N= 40	<b>9,13</b>	9,40	<b>8,25</b>
Total	Media N=102	8,92	9,40	7,96

Tab. 11 Le azioni che aiutano a diffondere il senso civico per fasce di età

Il ruolo della scuola e del gruppo dei pari viene sentito particolarmente dai ragazzi più grandi, probabilmente più consapevoli e predisposti anche al confronto. In generale, pur trattandosi di punteggi molto alti, va detto che i più giovani danno un minor peso a questi aspetti rispetto agli altri intervistati. Per le ragazze la famiglia (punteggio medio 9,37) ha un peso maggiore nella diffusione di una coscienza civica rispetto alla scuola (punteggio medio 8,93) ed allo scambio tra coetanei (7,91). I ragazzi su quasi tutti gli *items* danno punteggi più alti in media delle ragazze.

I controlli e le sanzioni sono ritenuti meno incisivi rispetto all'influenza delle sfere educativa e affettiva, tuttavia emergono delle differenze di punteggi anche in questo caso sia tra i generi che in relazione alle fasce

d'età. In particolare tra i due generi, le ragazze sono generalmente più sensibili a queste pratiche rispetto ai ragazzi; tra le fasce d'età su entrambi gli *items* all'aumentare dell'età diminuisce il punteggio assegnato (Tab. 12), come già riscontrato nella parte di analisi relativa alla fiducia nelle forze dell'ordine, strettamente correlate all'*item multe e sanzioni*.

<b>Le azioni che aiutano a diffondere il senso civico: il controllo</b>			
		Multe e sanzioni	I controlli dello Stato
19-22 anni	Media N=38	7,24	7,53
23-25 anni	Media N=24	6,79	7,08
26-29 anni	Media N=40	6,15	6,93
Total	Media N=102	<b>6,71</b>	7,19

Tab. 12 Le azioni che aiutano a diffondere il senso civico per fasce di età

L'*esempio di istituzioni e media* è caratterizzato da un andamento simile tra i due *items* in rapporto alle fasce d'età anche se con punteggi medi generali differenti (Media 6,75; Istituzioni 8,25); mentre in relazione al genere l'andamento è inverso, per le ragazze i media hanno più peso rispetto ai ragazzi che, viceversa, danno più valore all'esempio istituzionale.

In generale vediamo che gli intervistati danno valutazioni simili a quelle dichiarate sulle istituzioni legate ai valori, con un ruolo sempre più centrale della famiglia, che sembra essere considerata una delle poche ancora di salvezza, rispetto all'incertezza generale di un sistema istituzionale e politico in crisi.

### **Le pratiche civiche**

Con “pratiche civiche” intendo tutte quelle forme di attivazione e partecipazione su temi di interesse pubblico che prevedono diversi livelli di interazione e diversi gradi di coinvolgimento civico. In questo caso, pur tenendo ben presenti le articolazioni proposte nella letteratura sociologica e nelle ricerche menzionate nella seconda parte della tesi, ho scelto di focalizzarmi su alcune modalità di attivazione al di fuori ed attraverso la Rete (rispettivamente offline e online). Ho costruito degli indici tipologici volti ad individuare differenti livelli di attivazione, selezionando gli *items* con una distribuzione significativa nei dati<sup>54</sup>. A partire da una domanda sulle

---

<sup>54</sup> Le attività che non sono state mai praticate da più dell'80% degli intervistati non sono state selezionate nella definizione degli indici tipologici.

pratiche di attivazione al di fuori della rete è stato costruito un indice di attivazione composto da differenti modalità; lo stesso è stato fatto su una domanda relativa all'attivazione online. Dopo aver analizzato separatamente i dati relativi a queste due dimensioni, i due indici sono stati incrociati per individuare i casi di attivazione sia offline che online.

Tra le pratiche offline rientrano le attività svolte senza l'ausilio della Rete, le definisco tradizionali. Si tratta di azioni che vanno dall'attivazione *in private* cioè individuale (invio di lettere di reclamo a istituzioni e giornali, acquisto di prodotti del commercio equo e solidale, andare a votare<sup>55</sup>) all'attivazione *in public*<sup>56</sup> (partecipazione a manifestazioni, a riunioni/iniziativa di quartiere). Considerando queste due sfere di attivazione in relazione alla frequenza con cui vengono svolte le pratiche è stato costruito un indice tipologico di attivazione offline.

In base al livello di attivazione (frequenza con cui si svolge una pratica) ed al tipo di attività svolta, sono stati individuati quattro tipi di cittadini attivi offline: i *full engaged*, cioè coloro che assiduamente o abitualmente si

---

attivano sia individualmente che insieme ad altri; gli *in private*, cioè coloro che si attivano assiduamente o abitualmente attraverso pratiche individuali (invio di lettere di protesta, acquisti equo-solidali); gli *in public*<sup>57</sup> più orientati all'adesione ad iniziative collettive; infine *i disaffected* che non svolgono alcuna attività tra quelle considerate (Fig. 2).

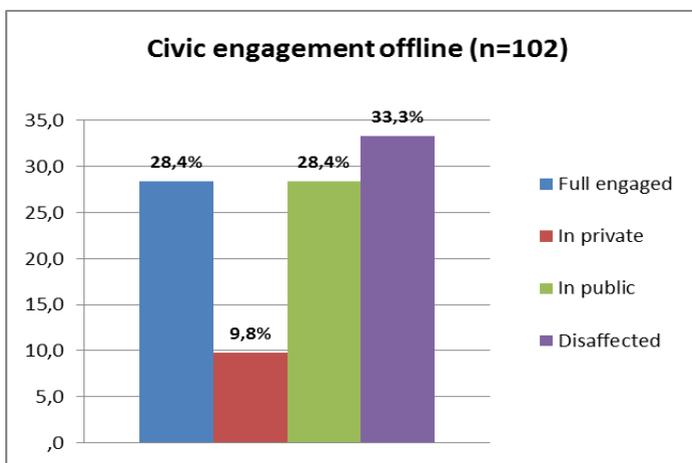


Fig. 2

Il dato più alto riguarda proprio quest'ultimo profilo di intervistati, *i disaffected*, a seguire in egual numero i *full*

---

<sup>57</sup> Gli items: *svolto attività di protesta illegali e intervenuto in una trasmissione radio/tv di dibattito pubblico* non sono state considerate nella definizione dell'indice per la scarsa significatività delle distribuzioni.

*engaged* e gli *in public*, mentre molto meno frequente è l'attivazione individuale, *in private*.

Incrociando la tipologia con le variabili strutturali (genere, età) emergono alcune differenze, tra le donne la percentuale più alta tra gli attivi è quella degli *in public*, mentre tra gli uomini i *full engaged*. Nonostante in entrambi i casi (visto anche il dato generale) la percentuale di *disaffected* sia molto alta, è maggiore tra gli uomini (38,5%) che tra le donne (31,6%). Le ragazze dunque in generale sembrano essere, più attive, oltre che sensibili ai temi sociali e civici<sup>58</sup>, e più orientate all'adesione a iniziative di gruppo o collettive.

Anche rispetto alle fasce d'età vanno puntualizzati alcuni dati (Tab. 13).

Indice civic engagement offline						
		Full engaged	In private	In public	Disaffected	Total
19-22 anni	Freq.	10	3	12	13	38
	%	26,3%	7,9%	<b>31,6%</b>	34,2%	100,0%
23-25 anni	Freq.	6	2	7	9	24
	%	25,0%	8,3%	29,2%	<b>37,5%</b>	100,0%
26-29 anni	Freq.	13	5	10	12	40
	%	<b>32,5%</b>	<b>12,5%</b>	25,0%	30,0%	100,0%
Total	Freq.	29	10	29	34	102
	%	28,4%	9,8%	28,4%	33,3%	100,0%

Tab. 13 Indice di civic engagement offline per fasce d'età.

<sup>58</sup> Cfr. analisi dei valori, prima parte del paragrafo.

Tra i *full engaged* la percentuale più alta è tra i ragazzi più adulti, come anche nel caso degli *in private*, i più giovani preferiscono l'adesione attraverso iniziative in gruppo o collettive, mentre la percentuale più alta tra i *disaffected* è quella della fascia d'età intermedia. La disaffezione decresce all'aumentare dell'età, e dunque della consapevolezza del valore della partecipazione per il cambiamento o per il miglioramento della propria condizione, forse anche perché iniziano ad emergere problemi (lavoro, famiglia, diritti) che possono trovare soluzione solo nel dibattito e nell'adesione a iniziative di *public advocacy*.

Incrociando infine la tipologia con la media dei punteggi assegnati ai valori "civici" emerge una forte relazione con livello di attivazione (Tab. 14).

		Impegno politico	Rispetto regole	Impegno l'ambiente	Impegno sociale	Solidarietà
Full engaged	Media N=29	6,79	8,52	8,93	7,90	8,76
In private	Media N=10	7,50	9,60	9,50	8,00	8,50
In public	Media N=29	6,48	8,79	8,45	7,90	8,45
Disaffected	Media N=34	<b>5,74</b>	<b>8,29</b>	<b>7,41</b>	<b>7,15</b>	<b>7,82</b>
Total	Media N=102	6,42	8,63	8,34	7,66	8,33

Tab. 14 Indice civic engagement offline per valori civici

I *disaffected* si confermano come i meno sensibili ai temi afferenti alla sfera del civismo, con i punteggi più bassi su tutti gli *items*, e coerentemente con il loro grado di attivazione civica.

Lo scenario cambia radicalmente spostandoci sulla dimensione online dell'attivazione, e questo scenario sembra offrire una prima risposta ad una delle ipotesi su cui è stata costruita questa ricerca. Mi riferisco al grado di attivazione attraverso la Rete dei giovani intervistati, rispetto alla dimensione più tradizionale dell'offline.

In questo caso l'indice costruito prevede la stessa tipologia di *engaged* ma con delle variazioni anche in ragione delle differenze tra le attività che è possibile svolgere in Rete rispetto alla dimensione offline. I *full engaged* sono sempre i fruitori che si attivano sia individualmente che attraverso interazioni con altri; gli *in private* sono coloro che si attivano individualmente (firmare petizioni, fare donazioni online, ecc); gli *in public* sono stati ricostruiti a partire da due differenti profili, i *formali*, cioè coloro che si attivano cercando un'interazione o interagendo in contesti formali/istituzionali (forum istituzionali, email ad autorità pubbliche) e gli *informali* legati all'interazione con i frequentatori delle piattaforme frequentate (scrivere su blog, commentare o scrivere su temi civici su

Social Network Sites). In questo caso i dati che emergono sono significativamente differenti rispetto a quelli relativi all' offline (Fig. 3).

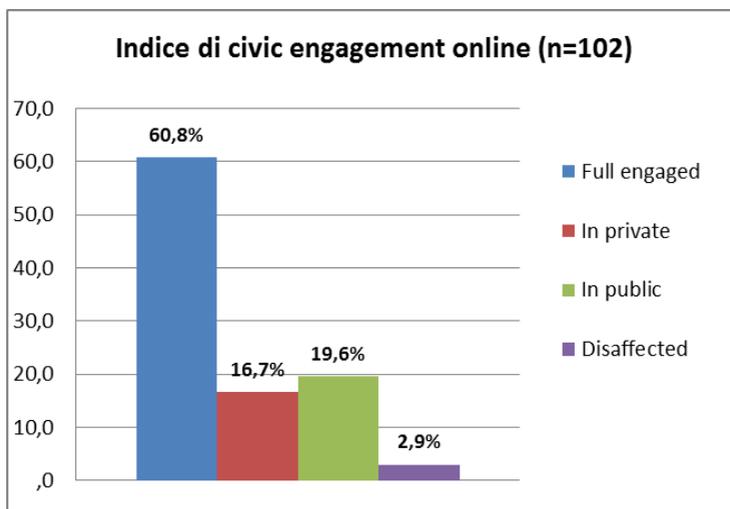


Fig. 3

La Rete, dunque, sembra dare la possibilità, a chi generalmente non aderisce alle forme tradizionali di attivazione, di trovare uno spazio e strumenti che permettano di attivarsi sia individualmente che cercando un'interazione con gli altri, e quindi confrontandosi in generale su questioni di interesse civico.

La percentuale di *disaffected* in questo caso è minima, mentre più del 60% degli intervistati dichiara di

attivarsi, assiduamente o abitualmente, sia attraverso azioni individuali (*full engaged*), che interazioni con altri soggetti.

Non emergono differenze significative rispetto alle variabili strutturali (genere, età) e questo suggerisce la trasversalità del fenomeno.

Incrociando l'indice tipologico con la media dei punteggi espressi circa i valori civici emerge, anche in questo caso come per la dimensione offline, una forte coerenza tra il tipo di attivazione e i punteggi assegnati (Tab. 15).

		Impegno politico	Rispetto regole	Impegno l'ambiente	Impegno sociale	Solidarietà
Full engaged	Media N= 62	6,37	8,76	8,47	7,71	8,45
In private	Media N=17	6,18	8,12	8,12	7,59	8,76
In public	Media N=20	6,95	8,90	8,35	7,35	7,55
Disaffected	Media N=3	<b>5,33</b>	<b>7,00</b>	<b>7,00</b>	<b>9,00</b>	<b>8,67</b>
Total	Media N=102	6,42	8,63	8,34	7,66	8,33

Tab. 15 Indice civic engagement online per valori civici

Anche in questo caso *i disaffected* si confermano come i meno sensibili tra tutti i profili ai temi civici, ad eccezione però, rispetto all'offline, dell'area

dell'impegno sociale/solidarietà, a cui hanno assegnato punteggi tra i più alti rispetto agli altri profili. L'impegno sociale sembra essere vissuto dunque come aspetto non connesso alla dimensione civica, come pratica a sé legata ad una dimensione più privata e da vivere individualmente.

Uno dei nodi della tesi riguarda il possibile legame tra attivazione civica online e offline, ed a partire dall'analisi dei dati che emergono dall'incrocio dei due indici di *Civic Engaged (online e offline)* si possono fare alcune considerazioni utili per comprendere ulteriormente l'andamento di queste pratiche (Tab 16).

		Indice di <i>civiness</i> online				
		Full engaged	In private	In public	Disaffected	Total
Indice di <i>civiness</i> offline	Full engaged	19	4	6	0	29
	In private	5	1	4	0	10
	In public	19	7	3	0	29
	Disaffected	19	5	7	3	34
Total		62	17	20	3	102

Tab. 16 Incrocio fra *civiness* online e offline

Il primo dato significativo che emerge riguarda i 68 intervistati su 102 che si attivano, in almeno una forma di quelle rappresentate nei profili (full, in private, in

public), sia online che offline. Il secondo dato riguarda i *disaffected offline* che in Rete invece tendono a partecipare ed attivarsi in una delle tre forme con particolare frequenza sulla più completa (19 su 34 *disaffected offline* in Rete sono *full engaged*).

La Rete sembra dunque offrire degli spunti che consentano delle possibilità di coinvolgimento maggiori rispetto alle pratiche tradizionali. Questo aspetto, insieme con altri emersi nel corso dell'analisi fin qui presentata saranno oggetto di una più ampia riflessione nella parte finale della tesi.

Accanto alle pratiche civiche (online e offline) va tenuto presente anche un altro aspetto, legato al rapporto con le regole e con il rispetto sia di quelle informali che formali. Essere un buon cittadino, non significa solo essere sensibile ai temi civici e attivarsi e partecipare, significa anche rispettare la collettività, i beni comuni e le regole. Nelle pagine precedenti si è parlato di questo aspetto, in relazione alla percezione che ne hanno gli intervistati, e va ricordato che il rispetto dei beni comuni, della collettività e delle regole vengono considerati dagli intervistati come gli indicatori più importanti del grado di coscienza civica. Cosa succede però quando si passa alla concretezza del vissuto in relazione a

comportamenti in aperto contrasto con queste tre dimensioni?

Faccio riferimento ad una domanda presente nel questionario che riguarda alcuni comportamenti legati a due dimensioni: *l'unciviness* che comprende le pratiche che violano regole informali di rispetto dell'altro in generale<sup>59</sup>; *l'illegalismo* che riguarda pratiche che, oltre a non rispettare beni comuni e collettività, violano regole formali<sup>60</sup>.

Anche in questo caso sono stati costruiti due indici sulla base del tipo di comportamenti e della frequenza con cui si adottano, e sono stati individuati tre profili: gli *irriducibili* cioè coloro adottano frequentemente i due tipi di comportamenti, gli *equilibrati* cioè coloro che raramente adottano questi comportamenti e non in tutte le forme; i *rigorosi* cioè coloro che non adottano mai comportamenti di *unciviness* o *illegalismo*.

Per semplificare la lettura dei dati verrà presentata una tabella che incrocia i due indici (*unciviness* e *illegalismo*)

---

<sup>59</sup> Non rispettare la fila, non avvisare in caso di assenza ad una visita medica, usufruire di favori e raccomandazioni.

<sup>60</sup> Passare col rosso, abbandonare rifiuti in un luogo pubblico, parcheggiare in doppia fila, non pagare il biglietto sui mezzi pubblici.

e da cui emerge il rapporto tra la frequenza di pratiche illegali e quella di pratiche incivili (Tab. 17).

Indice di unciviness per Indice di illegalismo					
		Indice di illegalismo			Total
		Irriducibili	Trasformisti	Rigorosi	
Indice di unciviness	Irriducibili	4	4	0	8
		3,9%	3,9%	,0%	<b>7,8%</b>
	Trasformisti	20	55	1	76
		<b>19,6%</b>	<b>53,9%</b>	1,0%	74,5%
	Rigorosi	3	15	0	18
		2,9%	14,7%	,0%	17,6%
Total		27	74	1	102
		<b>26,5%</b>	<b>72,5%</b>	1,0%	100,0%

Tab 17. Indice di *unciviness* per Indice di illegalismo

Dalla tabella emerge uno scenario complesso. Il 53% degli intervistati assume, seppur raramente, comportamenti che violano sia le norme formali che informali. La percentuale di *rigorosi* su entrambi gli indici si annulla, e dunque tutti gli intervistati hanno adottato, seppur raramente, comportamenti scorretti su almeno uno dei due indici.

In particolare in relazione ai comportamenti illegali la percentuale di *irriducibili* è tre volte maggiore di quella dello stesso profilo sull'indice dell'*unciviness*; ciò vuol

dire che i comportamenti illegali si adottano con una frequenza maggiore rispetto agli altri.

Questi dati fanno riflettere sull'atteggiamento contraddittorio degli intervistati in termini atteggiamento nei confronti delle regole e del rispetto della collettività, ritenuti aspetti importanti e imprescindibili del civismo ma non del proprio vissuto.

### 3.2 Rete e *civic engagement*: legami possibili

La Rete può essere considerata come un connettore di individualità, pratiche e vissuti, che all'interno dei suoi spazi si rendono visibili in modo più o meno articolato. In particolare le ultime generazioni che vivono completamente immerse in Rete tanto che, in alcuni casi, i confini degli spazi mediati sembrano confondersi con quelli degli spazi reali. Internet diventa un luogo sempre più complesso, fatto non solo di attività individuali, ma anche di pratiche sociali e socializzanti. I social media in questo senso hanno spostato l'attenzione sulla dimensione relazionale della Rete e sulla possibilità di ampliamento e articolazione delle relazioni, anche attraverso gli strumenti digitali.

Questa seconda parte della ricerca, si concentrerà sull'individuare la presenza/assenza di una relazione tra i profili del civic engagement ed i profili che emergeranno dall'analisi dei consumi digitali degli intervistati<sup>61</sup>.

Tenendo conto di quanto emerge anche dalle principali ricerche in relazione al rapporto tra giovani e media, in particolare digitali (Censis/Ucsi 2011 e 2013; Istat 2013), in questa parte della ricerca si è scelto di approfondire l'analisi definendo anche alcune tipologie di fruitori.

Il primo indice è stato costruito sulle domande relative all'utilizzo dei principali media (tv, stampa, internet) e riguarda l'uso mono o combinato dei tre mezzi. Incrociando quest'indice con quelli di attivazione civica offline e online (Tab. 18a-b) si nota subito che in entrambi i casi il numero maggiore di *full engaged* tende ad utilizzare tutti e tre i media.

---

<sup>61</sup> In questa sede verranno prese in considerazione per l'analisi solo una parte delle domande presenti nel questionario poiché la tesi si focalizza principalmente sulla dimensione civica rispetto a quella delle pratiche mediali.

Indice di <i>civiness</i> online per Indice dei mezzi						
		1 mezzo	2 mezzi	3 mezzi	Nessuno	Total
Full engaged	Freq.	3	<b>24</b>	<b>34</b>	1	62
	%	4,8%	<b>38,7%</b>	<b>54,8%</b>	1,6%	100,0%
In private	Freq.	5	7	5	0	17
	%	29,4%	41,2%	29,4%	,0%	100,0%
In public	Freq.	1	7	12	0	20
	%	5,0%	35,0%	60,0%	,0%	100,0%
Disaffected	Freq.	0	2	1	0	3
	%	,0%	66,7%	33,3%	,0%	100,0%
Total	Freq.	9	40	52	1	102
	%	8,8%	39,2%	51,0%	1,0%	100,0%

Indice di <i>civiness</i> offline per Indice dei mezzi						
		1 mezzo	2 mezzi	3 mezzi	Nessuno	Total
Full engaged	Freq.	2	11	<b>16</b>	0	29
	%	6,9%	37,9%	<b>55,2%</b>	,0%	100,0%
In private	Freq.	1	3	6	0	10
	%	10,0%	30,0%	60,0%	,0%	100,0%
In public	Freq.	2	14	13	0	29
	%	6,9%	48,3%	44,8%	,0%	100,0%
Disaffected	Freq.	4	12	17	1	34
	%	11,8%	35,3%	50,0%	2,9%	100,0%
Total	Freq.	9	40	52	1	102
	%	8,8%	39,2%	51,0%	1,0%	100,0%

Tab 18a-b. Rapporto tra *civiness* online/offline ed uso combinato dei media

Più in generale comunque tutti i profili *Civic Engaged* utilizzano almeno due o tre mezzi e quindi prediligono un uso comunque combinato dei media.

Per la stampa e la televisione era stato chiesto di specificare la frequenza di utilizzo in forma tradizionale, digitale o multimediale dei mezzi.

Dai dati emerge che tutti i profili *Civic engaged* (sia offline che online) in generale prediligono una fruizione dei quotidiani principalmente digitale, e della televisione in forma multimediale (sia attraverso il web che in forma tradizionale). Le percentuali più alte su questo tipo di fruizione sono presenti tra i *full engaged*.

Entrando nello specifico di internet vediamo quali sono le attività svolte più frequentemente online: anche in questo caso per semplificare la lettura dei dati è stato costruito un indice tipologico a partire da quattro aree di fruizione del web: *servizi*<sup>62</sup>, *informazioni*<sup>63</sup>, *social*<sup>64</sup> (Tab. 19).

---

<sup>62</sup> Usare servizi relativi a viaggi e soggiorni, spedire email, usare servizi bancari, telefonare via internet, scaricare software/giochi)

<sup>63</sup> Cercare informazioni sanitarie, su formazione o istruzione, su merci o servizi, leggere o scaricare giornali, news ecc.

<sup>64</sup> Frequentare Social Networks.

Utilizzo di Internet						
	Informazioni		Servizi		Socialità/Relazioni	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Assiduo	30	29,4	25	24,5	81	<b>79,4</b>
Abituale	24	23,5	20	19,6	10	9,8
Saltuario	48	<b>47,1</b>	57	<b>55,9</b>	11	10,8
Total	102	100,0	102	100,0	102	100,0

Tab. 19 Utilizzo di internet

In generale, la pratica svolta con più frequenza su internet è legata alla partecipazione a Social Networks, infatti il 79,4% degli intervistati dichiarano di frequentarli assiduamente, mentre tra le altre, due attività sono svolte saltuariamente in entrambi i casi da circa la metà dei rispondenti. La bassa percentuale di utilizzo di internet per la ricerca di informazioni rilevata in alcune ricerche (Censis, 2011) è stata rapportata alla prevalenza di utilizzo dei Social Network anche per scopi informativi (Cfr. par. 2 Cap. III).

Incrociando questo indice con i nostri profili *Civic Engaged* online (Tab. 20a-b-c)<sup>65</sup> e offline (Tab. 21a-b-c), si rafforza l'utilizzo *social* da parte dei profili più attivi.

---

<sup>65</sup> In questa e nella prossima tabella si è scelto di mostrare solo le frequenze per facilitare la lettura dei dati.

Certamente tra i *Civic Engaged online* avendo già evidenziato un utilizzo di internet più assiduo, in generale le frequenze di utilizzo sono leggermente più alte rispetto a quelle dei *Civic Engaged offline* su tutte le aree (servizi, informazioni social).

<b>Informazioni</b>				
	Assiduo	Abituale	S altuario	Total
Full engaged	18	16	28	62
In private	5	3	9	17
In public	7	5	8	20
Disaffected	0	0	3	3
Total	30	24	48	102
<b>Servizi</b>				
	Assiduo	Abituale	Saltuario	Total
Full engaged	16	13	33	62
In private	5	5	7	17
In public	4	2	14	20
Disaffected	0	0	3	3
Total	25	20	57	102
<b>Social</b>				
	Assiduo	Abituale	Saltuario	Total
Full engaged	<b>49</b>	6	7	62
In private	<b>15</b>	1	1	17
In public	<b>16</b>	1	3	20
Disaffected	1	2	0	3
Total	81	10	11	102

Tab. 20 a-b-c. Utilizzo di internet da parte dei Civic engaged online

Nei *Civic Engaged offline* emergono delle differenze, in particolare in riferimento ai *full engaged* che utilizzano con più frequenza internet per informarsi e per accedere ai servizi (Tab. 21 a-b-c).

<b>Informazioni</b>				
	Assiduo	Abituale	Saltuario	Total
Full engaged	16	5	8	29
In private	2	2	6	10
In public	6	8	15	29
Disaffected	6	9	19	34
Total	30	24	48	102
<b>Servizi</b>				
	Assiduo	Abituale	Saltuario	Total
Full engaged	11	6	12	29
In private	3	2	5	10
In public	7	6	16	29
Disaffected	4	6	24	34
Total	25	20	57	102
<b>Social</b>				
	Assiduo	Abituale	Saltuario	Total
Full engaged	24	1	4	29
In private	8	1	1	10
In public	25	1	3	29
Disaffected	24	7	3	34
Total	81	10	11	102

Tab. 21 a-b-c. Utilizzo di internet da parte dei Civic engaged offline (frequenze).

Gli intervistati più attivi civicamente dunque non necessariamente hanno frequenze di utilizzo alte su tutte le aree di fruizione, ma sono tutti particolarmente attivi sui Social Network Sites. Il legame più forte che emerge, dunque, è quello con l'utilizzo *social* della Rete rispetto a quelle che potremmo definire più "classiche".

Tra i Social Media, oltre ai Social Network Sites, sono stati oggetto della rilevazione anche i blog e i siti di videosharing, ed un dato interessante riguarda l'altrettanta alta frequenza di utilizzo in particolare di questi ultimi (Fig. 4).

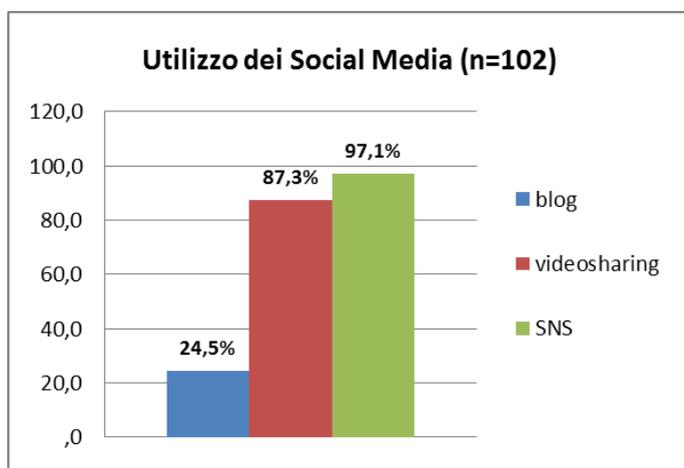


Fig. 4

Di contro i blog sembrano avere meno appeal per i ragazzi che preferiscono evidentemente attività in cui

l'interazione con gli altri è più forte, ed il livello di impegno nella produzione di contenuti è minore.

Focalizzando l'attenzione sull'utilizzo di questi tre tipi di piattaforme in particolare<sup>66</sup> sono stati messi in relazione i profili *Civic Engaged online* con l'indice costruito sul loro uso combinato (Tab. 22a-b).

Utilizzo dei social media da parte dei Civic Engaged online						
		multi social	medio social	mono social	zero social	Total
Full engaged	Freq.	13	41	8	0	62
	%	21,0%	66,1%	12,9%	,0%	100,0%
In private	Freq.	7	8	1	1	17
	%	41,2%	47,1%	5,9%	5,9%	100,0%
In public	Freq.	3	15	1	1	20
	%	15,0%	75,0%	5,0%	5,0%	100,0%
Disaffected	Freq.	0	3	0	0	3
	%	,0%	100,0%	,0%	,0%	100,0%
Total	Freq.	23	67	10	2	102
	%	22,5%	65,7%	9,8%	2,0%	100,0%

Tab. 22 Utilizzo combinato dei tre Social Media da parte dei Civic Engaged online (frequenze).

---

<sup>66</sup> Ho costruito un indice di utilizzo di tre tipologie di Social Media: blog, Social Network Sites e siti di videosharing. Emergono quattro profili di consumo: *multi-social*, *mediosocial*, *monosocial*, *zero social*. In particolare il profilo *medio social* fa soprattutto riferimento alla combinazione video-sharing/social network, poiché l'utilizzo dei blog è poco frequente rispetto alle altre piattaforme.

In generale tutti i profili considerati tendono a frequentare almeno due Social Media su tre, tra i *full engaged* c'è una piccola percentuale di *fruitori multisocial*, da notare la presenza di questo tipo di fruizione (che prevede dunque anche la presenza sui blog) da parte di chi si attiva *in private*.

Per quanto riguarda i *Civic Engaged offline* l'andamento è simile per quanto riguarda l'utilizzo prevalentemente *medio social* delle piattaforme (Tab. 23).

Utilizzo dei social media da parte dei Civic Engaged offline						
		multi social	medio social	mono social	zero social	Total
Full engaged	Freq.	10	17	2	0	29
	%	34,5%	58,6%	6,9%	,0%	100,0%
In private	Freq.	2	7	1	0	10
	%	20,0%	70,0%	10,0%	,0%	100,0%
In public	Freq.	6	21	1	1	29
	%	20,7%	72,4%	3,4%	3,4%	100,0%
Disaffected	Freq.	5	22	6	1	34
	%	14,7%	64,7%	17,6%	2,9%	100,0%
Total	Freq.	23	67	10	2	102
	%	22,5%	65,7%	9,8%	2,0%	100,0%

Tab. 23 Utilizzo combinato dei tre Social Media da parte dei Civic Engaged offline.

Da questi dati emerge un utilizzo molto alto di almeno due piattaforme su tre e quindi un alto tasso di adesione

a nuove forme di fruizione della Rete rispetto a quelle più classiche, come già emerso in parte anche dai dati sull'utilizzo di internet in generale.

Va considerato che non solo gli attivi civicamente, ma nel caso della dimensione offline, anche i disinteressati (disaffected) sono comunque molto attivi su queste piattaforme; è possibile dunque affermare che vi sia un legame tra livello di attivazione online e livello di attivazione civica, ma non l'influenza che una pratica ha sull'altra.

L'aspetto più interessante che in generale evidenziano i dati fin qui presentati riguarda la tendenza dei profili più attivi nelle pratiche civiche ad utilizzare i media mainstream attraverso la Rete, vedasi la fruizione della stampa digitale e della televisione attraverso il web, e dunque la progressiva digitalizzazione dei consumi mediali. Ancora prevale, comunque, un utilizzo combinato dei mezzi, cioè sia nelle forme tradizionali che in quelle più innovative.

Per quanto riguarda le pratiche in Rete anche in questo caso sono sempre più proiettate su piattaforme innovative e social oriented, che si propongono non solo come connettori per le relazioni ma anche come contenitori di informazioni.

Tra gli aspetti relativi alle attività svolte su questi siti si è scelto di analizzare solo Facebook tra i Social Network Sites presenti nel questionario, e le pratiche sono state raggruppate in base al livello di interazione che presuppongono in: *individuali e relazionali*.

Le pratiche individuali più frequenti su Facebook sono quelle che riguardano “l’informarsi sugli amici”<sup>67</sup> mentre tra quelle “relazionali” emerge la condivisione di contenuti propri o altrui<sup>68</sup>. Incrociando anche in questo caso la frequenza delle pratiche all’interno del Social Network con i *Civic Engaged* emerge una generalizzata tendenza a svolgere con frequenza le attività già evidenziate in relazione agli intervistati in generale.

Per quanto riguarda i siti di video sharing, prevale la dimensione dell’intrattenimento (film, musica, video) su quelle dell’informazione e della condivisione. Dai dati sembra emergere la tendenza degli intervistati a condividere materiali e informazioni prevalentemente attraverso il Social Network ed a utilizzare i siti come You Tube, soprattutto a scopo di intrattenimento.

In generale dunque la relazionalità ha il peso maggiore tra gli aspetti che regolano la fruizione dei Social Media,

---

<sup>67</sup> Leggere post e commenti, guardare foto di amici

<sup>68</sup> Foto, post o commenti di altri amici o conoscenti, notizie

l'aspetto informativo e di condivisione emerge particolarmente sui Social Network che si caratterizzano come spazi attraverso cui è possibile far convergere quasi ogni tipo di attività.

### 3.3 Osservazioni conclusive

Dall'analisi sulla prima parte dei risultati di questa ricerca, relativi ad alcuni aspetti del civic engagement (valori, identità e pratiche) emerge uno scenario complesso, in cui si conferma la tendenza, già riscontrata in ricerche antecedenti (ad esempio Sciolla 2004), all'indebolimento del senso dello Stato e dell'appartenenza alla collettività, in particolare tra i giovani nella società italiana. In generale sia nei valori che nei modelli educativi, i ragazzi intervistati danno credibilità alle agenzie educative tradizionali (famiglia e scuola), mentre il rapporto con le istituzioni è sempre più incerto e conflittuale. Questa fragilità nei valori e nella fiducia verso le istituzioni e, più in generale, verso la *civiness* si riflette nella debolezza dell'identità civica, legata al senso di appartenenza ed alla scarsa importanza data all'educazione civica come presupposto per lo sviluppo di una coscienza dell'essere cittadini. Il

vissuto degli intervistati su questi temi è caratterizzato dalla consapevolezza, almeno apparente, dell'importanza di alcune dimensioni del civismo (il rispetto delle regole, il rispetto dell'altro, il rispetto della collettività) che, tuttavia, in termini di pratiche, non si traduce pienamente in un agire civico coerente<sup>69</sup>.

Nella seconda parte della ricerca relativa al rapporto tra Rete e pratiche civiche, è possibile cogliere una relazione tra livello di attivazione civica e livello di attivazione digitale, nel senso che i più attivi nelle pratiche civiche sono tra quelli che tendono ad utilizzare sia i media mainstream che la Rete e i Social Media, in modo combinato e completo. Non è possibile attraverso l'analisi svolta in questa sede comprendere in modo approfondito come si configuri il legame tra Rete e Civic Engagement, tuttavia lo scenario delineato dalla ricerca evidenzia spunti di connessione tra momenti di attivazione online e offline e suggerisce spunti di riflessione sulle potenzialità dei media digitali che potrebbero essere ripresi in una indagine di più ampio respiro. Un nodo che certamente resta in sospeso riguarda le ricadute nella quotidianità e, dunque, nelle relazioni non mediate, delle pratiche di civic

---

<sup>69</sup> Questo aspetto verrà ripreso nelle conclusioni della tesi.

engagement online; va ricordato, infatti, che una percentuale non irrilevante di intervistati, che nelle pratiche civiche tradizionali non trova spazio ne interesse di partecipazione, attraverso la Rete si attiva in modo vivace. E' la *talkative society* di cui parla Dahlgren (2013) o è una dimensione diversa dalle pratiche tradizionali di esprimere disincanto verso istituzioni politiche inadeguate, ma anche di ricercare strade diverse per affermare il diritto di cittadinanza?



## Conclusioni

Lo scenario delineato da questa ricerca sembra andare nella direzione tracciata da molti studi che evidenziano il processo di convergenza nell'uso dei media digitali e non (Jenkins 2007 e Jenkins et al. 2010) e la ricerca di ambienti comunicativi condivisi, come i Social Network Sites, e di pratiche quotidiane a questi connesse (Boccia Artieri 2012). Sono pratiche semplici, atti comunicativi e relazionali che indicano modalità di attivazione lontane e diverse da quelle tradizionali del political engagement e che si esprimono più che nella sfera pubblico-politica, in quella dei consumi culturali (Marinelli, 2013).

Tuttavia non è possibile, nella riflessione sulle forme di attivazione civica potenzialmente offerte dalla Rete, prescindere dalla più ampia cornice socio-politico-culturale in cui tali esperienze maturano. Il pregio di questa seppur piccola indagine esplorativa, è quello di mettere a sistema e problematizzare più dimensioni, ritenute imprescindibili nella riflessione sul rapporto tra giovani, Rete e civic engagement. L'analisi delle relazioni e delle pratiche civiche online, deve essere contestualizzata all'interno di uno scenario che

caratterizzi il vissuto e la coscienza civica degli individui. Le potenzialità partecipative della Rete possono essere colte, ma alla base di questo processo di evoluzione delle forme di partecipazione devono essere considerati dei presupposti legati alla coscienza e alla consapevolezza civica. In questo senso la Rete potrebbe permettere, attraverso un rafforzamento delle conoscenze e competenze civiche, una ridefinizione ed un pieno “risveglio” del civismo.

La contraddizione tra tensione verso il fare ed il condividere “risvegliata” attraverso la Rete da un lato, e la scarsa coscienza delle “regole” che definiscono un comportamento civico, emerge chiaramente da quest’indagine. A dieci anni dalla ricerca di Loredana Sciolla ed a quindici da quella di Putnam, i nodi che caratterizzano il rapporto tra cittadino e Stato sono più che presenti. I giovani intervistati nel corso di questa piccola rilevazione raccontano un vissuto fatto di fragile senso di appartenenza e di profonda sfiducia nei confronti delle istituzioni, che appaiono come non essere in grado di ricostruire una coscienza civica e di fornire strumenti per valorizzare il senso dello Stato. La Rete in questo scenario può fungere da cassa di risonanza delle contraddizioni che caratterizzano giovani e società civile, ed offrire nuove opportunità per

ridurre le distanze e catalizzare le buone pratiche e le buone intenzioni. Tuttavia la contraddizione più rilevante che andrebbe sciolta attraverso un percorso di riappropriazione del valore della collettività e del bene pubblico, riguarda il rapporto tra percezione e vissuto delle regole formali ed informali. Poiché un nodo che con forza emerge dai risultati di questa ricerca riguarda proprio lo scarso senso dello Stato e delle regole (soprattutto formali) che dovrebbero, invece, caratterizzare il rapporto tra individuo e società.

Una volta preso atto di questo presupposto necessario a ridare senso a pratiche che altrimenti diventano effimere e puramente simboliche, il ruolo della Rete può essere, come già detto, fondamentale nel permettere ai “delusi” o *disaffected*, di trovare altre forme ed altri spazi attraverso cui attivarsi ed essere coinvolti. Infatti spostandosi dalle pratiche civiche più tradizionali a quelle online il livello di coinvolgimento dei ragazzi intervistati aumenta significativamente. Questo aspetto del legame tra attivazione all’interno ed al di fuori della Rete ha caratterizzato tutto il percorso di questa indagine, che rispetto ad altre ricerche, è stata focalizzata sul percorso che dovrebbe caratterizzare lo sviluppo di una piena consapevolezza civica.



## Bibliografia

Arendt H. (2009) Vita Activa. Milano, Bompiani Tascabili.

Bartholini I. (a cura di) (2008) Capitale sociale, reti comunicative e culture di partecipazione. Milano, Franco Angeli.

Bauman Z. (2001) Dentro la globalizzazione. Le conseguenze per le persone. Bari, Laterza.

Bauman Z. (2002) Modernità liquida. Roma, Laterza.

Bauman Z. (2003) Voglia di comunità. Roma, Laterza.

Bauman Z. (2008) La solitudine del cittadino globale. Milano, Feltrinelli.

Beck U. (2003) La società cosmopolita. Prospettive dell'epoca postnazionale. Bologna, Il Mulino.

Benkler Y. (2006) The Wealth of Networks How Social Production Transforms Markets and Freedom. New Haven, Yale University Press.

Bennet L. (a cura di) (2008) Civic Life online: Learning How Digital Media can Engage Youth. Cambridge, The MIT Press.

Bobbio N (1984) *Il futuro della democrazia. Una difesa delle regole del gioco*. Torino, Einaudi.

Boccia Artieri G. (2012) *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*, Milano, FracoAngeli

Bolter J. D. (2002) *Lo spazio dello scrivere*. Milano, Vita e Pensiero.

Borrelli D. (2008) *Il mondo che siamo*. Napoli, Liguori Editore.

Bourdieu P. (1980) *Le capital social. Notes provisoires*, in *Actes de la Recherche en Sciences Sociales XXXI*, n. 3

Boyd D. (2008) *Why Youth love Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life*, in *Youth, Identity and Digital Media* ed. by Buckingham D., Cambridge, MIT Press.

Buchanan M. (2003) *Nexus*. Milano, Mondadori.

Buckingham D. (2000) *The Making of Citizens*. Routledge.

Buckingham D. (a cura di) (2007) *Youth, Identity, and Digital Media*. Cambridge, MIT Press.

Buzzi C. Cavalli A., de Lillo A. (a cura di) (2007),

Rapporto giovani. Sesta indagine dell'Istituto IARD sulla condizione giovanile in Italia Bologna, il Mulino.

Cardano M. (2003) Tecniche di ricerca qualitativa: percorsi di ricerca nelle scienze sociali. Roma, Carocci.

Castells (1997) La nascita della società in rete. Milano, Egea.

Censis (2011) X° Rapporto Censis/Ucsi sulla comunicazione.

Censis (2013) XII° Rapporto Censis/Ucsi sulla comunicazione.

Centre for the Study of Children, Youth and Media (2009), *Report on Project Young People, the Internet and Civic Participation*

CISCO (2011) Connected World Tecnology Report.

[www.cisco.com/en/US/netsol/ns1120/index.html](http://www.cisco.com/en/US/netsol/ns1120/index.html) Ultimo accesso: 13/04/2013

Clark J. (2003) (a cura di) *Globalizing Civic Engagement*, London, Earthscan.

Coleman J. (2005) *Fondamenti di teoria sociale*, Bologna, il Mulino

Coleman S. (2008) *Doing IT for Themselves*:

Management versus Autonomy in Youth E-Citizenship in *Civic Life online: Learning How Digital Media can Engage Youth*. Cambridge, ed. by Bennet W. L., Boston, The MIT Press.

Crespi F. (1992) Il potere della solidarietà in *l'Unità*, 13 aprile.

Crossley N. (2001) Citizenship, Intersubjectivity and Lifeworld in *Culture & Citizenship* ed. by Stevenson N., London, Sage.

Crouch C. (2009) *Postdemocrazia*. Roma-Bari, Laterza.

Donati P. (2000) *La cittadinanza societaria*. Roma-Bari, Laterza.

Donati P., Tronca L. (2008) *Il capitale sociale degli italiani. Le radici familiari, comunitarie e associative del civismo*. Milano, Franco Angeli

Drusian M. (2005) *Acrobati dello specchio magico*. Roma, Guerini e Associati.

Faccioli F., D'Ambrosi L., Massoli L., (2007) *Voci della Ribalta. Comunicazione sociale, processi inclusivi e partecipazione*. Roma, ESI.

Flanagan C. A. e Faison N., (2001) *Youth Civic Development: Implications of Research for Social Policy*

and Programs in *Social Policy Report* 15.1 n. 4

Foucault M. (1994) Eterotopia, in *Millepiani*, n. 2 pp 9-20

Garelli F., Palmonari A., Sciolla L. (2006) La socializzazione flessibile. Roma, Carocci.

Giaccardi C. (2010) (a cura di) Abitanti della rete. Giovani, relazioni e affetti nell'epoca digitale. Milano, Vita e Pensiero.

Giordano V., Parisi L. (2007) Chattare. Scenari della relazione in Rete. Roma, Meltemi.

Goffman E. (1971) Il comportamento in pubblico. Roma, Einaudi.

Granieri G. (2005), Blog Generation. Bari, Laterza.

Granieri G. (2006) La società digitale. Roma-Bari, Laterza.

Grossi G. (2004) L'opinione pubblica, Roma-Bari, Laterza.

Habermas, J. (1999) Storia e critica dell'opinione pubblica (ed. orig. 1962), Roma-Bari, Laterza.

Istat (2013a) Rapporto sulla situazione sociale del paese.

Istat (2013b) Aspetti della vita quotidiana.

Ito M. (2008) Introduction in *Networked publics*, ed. by Varnelis K. Cambridge, MIT Press.

Jenkins (H) (2009) *Confronting The Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*, Cambridge, MIT Press.

Jenkins H. (2007) *Cultura convergente*. Milano, Apogeo.

Jenkins H., et al. (2010) *Culture partecipative e competenze digitali. Media education per il XXI secolo*, Milano, Guerini e Associati

Jones s., Fox S. (2009) *Generations Online in 2009*. Pew Internet Project Data Memo, Pew Internet & American Life Project, Washington DC

[www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2009/PIP\\_Generations\\_2009.pdf](http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2009/PIP_Generations_2009.pdf) Ultimo accesso: 18/10/2010

Kaplan A. M., Haenlein M. (2010) Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media in *Business Horizons*, vol. 53 n. 1

Keeter S., Zukin C., Andolina M., Jenkins K. (2002) *The Civil and Political Health of the Nation*. CIRCLE and The Pew Charitable Trusts.

Kymlicka W. (1995) *Multicultural citizenship: a liberal theory of minority rights*, Oxford University Press

Lalli P. (2004) I cittadini e l'informazione. Una ricerca sulle dinamiche di formazione delle opinioni. Bologna, CLUEB.

Lange P. G. (2007) The Vulnerable Video Blogger: Promoting Social Change through Intimacy in *Scholar and Feminist Online* vol. 5 n. 2

[www.barnard.edu/sfonline/blogs/lange\\_01.htm](http://www.barnard.edu/sfonline/blogs/lange_01.htm) Ultimo accesso: 24/03/2011

Levine P. (2005) Creative Use of the New Media in *Youth Activism: An International Encyclopedia*, ed. Sherrod L. R., Kassimir R., Flanagan C., Westport, CT, Greenwood.

Levine P. (2007) The future of democracy: developing the next generation of American citizens. Tufts University Press.

Livingstone S. (2002) Young People and New Media. Thousand Oaks CA, Sage.

Lovink G., Niederer S. (2008) Videovortex Reader: Responses to YouTube. Amsterdam, The Netherlands Institute of Network Cultures.

MacLeod J., Daily K., Guo Z., Eveland W. P. Jr., Bayer J., Yang S., Wang H. (1996) Community integration, local media use and democratic processes in *Communication*

*research* vol. 23 pp. 179-209.

Mandich G. (2003) *Abitare lo spazio sociale. Giovani, reti di relazioni e costruzione dell'identità*. Milano, Guerini e Associati.

Manovich L. (2001) *The language of New Media*, MIT (Trad. It. *Il linguaggio dei Nuovi Media*, Olivares, Segrate, 2002).

Marinelli A. (2013) *Le culture partecipative e la sfida del civic (political) engagement*, in Bartoletti R., Faccioli F. (a cura di) *Comunicazione e civic engagement. Media, spazi pubblici e nuovi processi di partecipazione*, Milano, Franco Angeli, pp. 117-131.

Marradi A. (2007) *Metodologia delle scienze sociali*. Bologna, Il Mulino.

Marshall T. H. (2002) *Cittadinanza e classe sociale* (a cura di Sandro Mezzadra), Bari, Laterza

Mazzoli L. (a cura di) (2009) *Network effect. Quando la rete diventa pop*. Torino, Codice Edizioni.

Melucci A. (1991) *Il gioco dell'io: il cambiamento di sè in una società globale*. Milano, Feltrinelli.

Meyrowitz J. (1993) *Oltre il senso del luogo. L'impatto dei media elettronici sul comportamento sociale*.

Bologna, Baskerville.

Milic E. M., Marchetto E. (2009) I cambiamenti promossi dai social network nelle città italiane. DiarioAperto [www.diarioaperto.it/blog/wpcontent/uploads/2009/10/diarioaperto2009\\_sintesi.pdf](http://www.diarioaperto.it/blog/wpcontent/uploads/2009/10/diarioaperto2009_sintesi.pdf) Ultimo accesso: 18/04/2013

Miller T. (2007) *Cultural Citizenship: Cosmopolitanism, Cosumerism, and Television in a Neoliberal Age*. Philadelphia, Temple University Press.

Montgomery (et al.) (2004) *Youth as E-Citizens: Engaging the Digital Generation*. Center for Social Media. [www.centerforsocialmedia.org/ecitizens/project.htm](http://www.centerforsocialmedia.org/ecitizens/project.htm). Ultimo accesso settembre 2009.

Morcellini M., Mazza B. (a cura di) (2008) *Oltre l'individualismo. Comunicazione, nuovi diritti e capitale sociale*. Milano, Franco Angeli.

Newton K. , Norris P. (2000) Confidence in public institutions: Faith, culture or performance? in *Disaffected Democracies. What's Troubling the Trilateral Countries?* ed. By Pharr S.J., Putnam R.D. Princeton University Press.

Nielsen (2009a) *Global Faces and Networked Places*. Marzo [blog.nielsen.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2009/03/nielsen\\_globalfaces\\_mar09.pdf](http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2009/03/nielsen_globalfaces_mar09.pdf)

Ultimo accesso: 18/04/2013

Nielsen (2009b) Social Media: The Next Great Getaway for Content Discovery. Ottobre

[http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online\\_mobile/social-media-the-next-great-gateway-for-content-discovery/](http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/social-media-the-next-great-gateway-for-content-discovery/)

Ultimo accesso: 18/04/2013.

Papacharissi Z.A. (2011) A private sphere. Democracy in digital age. Cambridge, Polity Press.

Pattie C.J., Seyd P. and Whiteley P (2004) Citizenship in Britain: Values, participation and democracy. Cambridge University Press.

Prensky M. H. (2001) Digital Natives, digital immigrants: a new way to look ourselves and our kids in *On the Horizon* , Vol. 9 No. 5, MCB University Press. [www.marcprensky.com/writing](http://www.marcprensky.com/writing) Ultimo accesso: 18/10/2010

Privitera W. (2001) Sfera pubblica e democratizzazione. Roma-Bari, Laterza.

Putnam (1993) La tradizione civica nelle regioni italiane. Milano, Mondadori.

Rescigno G.U. (2005) Corso di diritto pubblico. Bologna, Zanichelli.

Rheingold H. (2008) *Using Participatory Media and Public Voice to Encourage Civic Engagement*, in *Civic Life online: Learning How Digital Media can Engage Youth*. Cambridge, ed. by Bennet W. L., Boston, The MIT Press.

Sciolla L. (2004) *La sfida dei valori. Rispetto delle regole e rispetto dei diritti in Italia*. Bologna, Il Mulino.

Sciolla Loredana, D'Agati Marina, Loera Barbara (2006) *La cittadinanza a scuola. Fiducia, impegno politico e valori civici* Torino, Rosenberg & Sellier.

Shah D. V. (1998) *Civic engagement, interpersonal trust, and television use: an individual level assessment of social capital* in *Political psychology* vol. 19 pp. 469-496.

Shah D. V., Kwak N., Holbert R. L. (2001) "Connecting" and "disconnecting" with civic life: patterns of internet use and the production of social capital in *Political communication* V. 8 n. 2 pp 141-162.

Shah D. V., McLeod J. M., Yoon S. H. (2001) *Communication, context and community: an exploration of print, broadcast and internet influences* in *Communication research*. Vol. 28, n. 4, p. 464-506.

Silverstone R. (2007) *Mediapolis. La responsabilità dei media nella civiltà globale*. Milano, Vita e Pensiero.

Smith A. (2009) Online participation in the social media era. Pew-Internet.

[www.pewinternet.org/~media/Files/Presentations/2009/AWS\\_RTIP\\_DEC\\_10\\_PDF.pdf](http://www.pewinternet.org/~media/Files/Presentations/2009/AWS_RTIP_DEC_10_PDF.pdf) Ultimo accesso: 18/10/2010

Sorrentino C. (2008) *La società densa*. Firenze, Le Lettere.

Stella R., Morcellini M., Lalli P. (2008) *Spazi comunicativi contemporanei*. Roma, Editori Riuniti University Press.

Stolle D. (2001) Clubs and congregations. The benefits of joining an association. in *Trust in Society* ed. By Cook K.S., New York Sage.

Tapscott D. (1998) *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation*. New York McGraw-Hill.

Thompson J.B. (1998) *Mezzi di comunicazione e modernità*. Bologna, Il Mulino.

Tourangeau R., Conrad F., Couper M. (2013) *The Science of Web Surveys*. Oxford, Oxford University Press.

Turkle S. (1998) *La vita sullo schermo. Nuove identità e relazioni sociali nell'epoca di Internet*. Milano, Apogeo.

Verba S., Schlozman K. L., Brady H. E. (1995) *Voice and*

equality: civic volunteerism in american politics. Cambridge MA, Harvard University Press.

Weber S., Mitchell C. (2008) *Imaging, Keyboarding, and Posting Identities: Young People and New Media Technologies in Youth, Identity and Digital Media* ed. by Buckingham D., Cambridge, MIT Press.

Williams (2000) *Televisione, tecnologia e forma culturale*. Roma, Editori Riuniti.

Zukin C., Keeter S. Andolina M., Jenkins K., Delli Carpini M. X. (2006) *A New engagement? Political Participation, Civic Life and the Changing American Citizen*. Oxford, Oxford University Press.



# Appendice

## A1. Questionario

**1. Sesso:**

- Maschio
- Femmina

**2. Et : \_\_\_\_\_**

**3. Stato civile:**

- Celibe/Nubile
- Coniugato
- Convivente
- Divorziato/Separato
- Vedovo
- Altro (specificare)

**4. Titolo di studio:**

- Nessuno
- Elementare
- Media Inferiore
- Media Superiore
- Laurea triennale
- Laurea magistrale (o ordinamento quinquennale)
- Post-Laurea

- Altro (specificare)

**5. Professione (filtro):**

- Studente
- Studente/lavoratore
- Lavoratore
- Disoccupato
- Altro (specificare)

**5a. Se lavoratore che lavoro fai?**

(domanda aperta)

**5b. Se studente o studente/lavoratore dove sei iscritto?**

- Scuola secondaria superiore
- Università (corso di laurea triennale)
- Università (corso di laurea magistrale)

**5b1. In che ambito (se scuola superiore)?**

- Istituto professionale
- Scuola magistrale
- Istituto d'arte
- Istituto tecnico
- Liceo Scientifico
- Liceo classico
- Liceo linguistico
- Liceo artistico
- Altro (specificare)

### **5b2. In che ambito (se Università)**

- Scienze matematiche e informatiche
- Scienze fisiche
- Scienze chimiche
- Scienze della terra
- Scienze biologiche
- Scienze mediche
- Scienze agrarie e veterinarie
- Ingegneria civile e Architettura
- Ingegneria industriale e dell'informazione
- Scienze storiche, filosofiche, pedagogiche e psicologiche
- Scienze giuridiche
- Scienze economiche e statistiche
- Scienze politiche e sociali
- Altro (specificare)

### **6. Dove vivi (Regione)?**

- Abruzzo
- Basilicata
- Calabria
- Campania
- Emilia Romagna
- Friuli Venezia Giulia
- Lazio
- Liguria
- Lombardi
- Marche
- Molise

- Piemonte
- Puglia
- Sardegna
- Sicilia
- Toscana
- Trentino Alto Adige
- Umbria
- Valle d'Aosta
- Veneto

**7. Quanto è grande il Comune in cui vivi?**

- Piccolo (meno di 5.000 abitanti)
- Medio (tra 5.000 e 30.000 abitanti)
- Grande (più di 30.000 abitanti)

## AREA CIVIC ENGAGEMENT

### 8. Secondo te, quanto sono importanti nella vita:

													Non so
Amicizia	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			<input type="checkbox"/>
Amore	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			<input type="checkbox"/>
Realizzazione personale	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			<input type="checkbox"/>
Autorità e controllo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			<input type="checkbox"/>
Denaro	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			<input type="checkbox"/>
Famiglia	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			<input type="checkbox"/>
Impegno politico	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			<input type="checkbox"/>
Lavoro	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			<input type="checkbox"/>
Libertà	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			<input type="checkbox"/>
Rispetto regole	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			<input type="checkbox"/>
Impegno per l'ambiente	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			<input type="checkbox"/>
Salute	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			<input type="checkbox"/>
Religione	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			<input type="checkbox"/>
Impegno sociale	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			<input type="checkbox"/>
Sicurezza	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			<input type="checkbox"/>
Solidarietà	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			<input type="checkbox"/>
Studio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			<input type="checkbox"/>
Successo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			<input type="checkbox"/>
Tempo libero	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			<input type="checkbox"/>

**9. Nell'Italia di oggi quanta fiducia hai in ciascuna delle seguenti istituzioni/organizzazioni sociali**

	Nessuna fiducia	Poca fiducia	Abb. fiducia	Molta fiducia	Non so
Il Presidente della Repubblica	<input type="checkbox"/>				
Gli imprenditori	<input type="checkbox"/>				
Il Parlamento	<input type="checkbox"/>				
I media	<input type="checkbox"/>				
Il Governo	<input type="checkbox"/>				
L'Unione Europea	<input type="checkbox"/>				
Il mondo della ricerca scientifica	<input type="checkbox"/>				
I sindacati	<input type="checkbox"/>				
La magistratura	<input type="checkbox"/>				
Le forze dell'ordine	<input type="checkbox"/>				
La chiesa	<input type="checkbox"/>				
La scuola	<input type="checkbox"/>				
I partiti politici	<input type="checkbox"/>				
La stampa	<input type="checkbox"/>				
Il mondo del volontariato	<input type="checkbox"/>				

## 10. Ti è mai capitato di:

	Mai	Raram.	Qualche volta	Spesso
Non pagare il biglietto sui mezzi pubblici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prendere i soldi da un portafoglio perso da qualcuno per strada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Abbandonare i rifiuti in un luogo pubblico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Non segnalare eventuali danni fatti involontariamente a un veicolo in sosta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Non avvisare quando non puoi essere presente a una visita medica prenotata	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fare atti di vandalismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Non rispettare la fila	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Non andare a votare alle elezioni/referendum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ottenere benefici pubblici cui non hai diritto (es. ticket, agevolazioni)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Passare con il rosso o parcheggiare in doppia fila	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usufruire di favori o raccomandazioni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**11. Si dice spesso che in Italia non si rispettano le regole.  
Secondo te perché succede.**

(Numerare ciascun campo in ordine di preferenza da 1 a 6)

- Perché non c'è la certezza della punizione
- Perché non c'è controllo
- Perché non le rispetta nessuno
- Perché non c'è fiducia nelle istituzioni
- Perché non c'è senso del dovere
- Per il gusto di trasgredire

**12. Che cos'è, secondo te, essere un cittadino consapevole?**

(max 3 risposte)

- Sentirsi parte dello Stato e delle istituzioni
- Conoscere il funzionamento delle istituzioni
- Essere solidali con le persone più vicine (amici, familiari)
- Essere solidali con le persone che si trovano nelle tue stesse condizioni sociali
- Rispettare gli altri
- Aver cura dei beni comuni
- Rispettare le leggi
- Saper conciliare gli interessi individuali con quelli collettivi

**13. Secondo te, quali azioni aiutano a diffondere il senso civico?**

												<b>Non so</b>
L'educazione a scuola	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		<input type="checkbox"/>
Educazione in famiglia	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		<input type="checkbox"/>
I controlli dello Stato	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		<input type="checkbox"/>
Multe e sanzioni	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		<input type="checkbox"/>
I modelli diffusi dai media	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		<input type="checkbox"/>
Scambio di idee tra i coetanei	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		<input type="checkbox"/>
Servizi che funzionano	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		<input type="checkbox"/>
Vedere che gli altri si comportano bene	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		<input type="checkbox"/>
L'esempio delle istituzioni	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		<input type="checkbox"/>
L'esempio dei politici	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		<input type="checkbox"/>

**14. Se i tuoi amici assumono comportamenti contrari al senso civico tu (sì/no):**

- Li imiti
- Cerchi di dissuaderli
- Li denunci
- Li eviti
- Li ignori
- Altro (specificare)

**15. Si dice spesso che in Italia non si rispettano le regole.**

**Secondo te perché succede.**

- Perché non c'è la certezza della punizione
- Perché non c'è controllo
- Perché non le rispetta nessuno
- Perché non c'è fiducia nelle istituzioni
- Perché non c'è senso del dovere
- Per il gusto di trasgredire

**16. Che cos'è per te il senso civico?**

(domanda aperta)

**17. Con quale frequenza hai svolto le seguenti attività negli ultimo 12 mesi?**

	Spesso	Qualche volta	Raram	Mai
Partecipato a riunioni di comitati di quartiere/civici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inviato lettere di reclamo a istituzioni pubbliche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inviato lettere di reclamo a editori di giornali/tv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Acquistato prodotti del commercio equo e solidale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Partecipato a manifestaz.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Svolto attività di protesta illegali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Intervenuto in una trasmissione radiofonica/tv di dibattito pubblico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**18. Qual è l'ultima manifestazione a cui hai partecipato?**

(domanda aperta)

**19. Nell'ultimo anno ti è capitato di partecipare ad iniziative su temi che riguardavano il quartiere dove vivi?**

- Spesso
- Qualche volta
- Raramente
- Mai

**19a. Qual era il tema dell'ultima iniziativa di quartiere a cui hai partecipato?**

(domanda aperta)

**20. Con quale frequenza hai svolto le seguenti attività in Rete negli ultimo 12 mesi?**

	Spesso	Qualche volta	Raram	Mai
Mandato un'email ad un'autorità pubblica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Firmato una petizione online	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mandato un'email all'editore di un giornale/rivista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fatto una donazione online a ente/associazione/causa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Partecipato a forum o discussioni su siti istituzionali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(province/comuni/ministeri)				
Postato commenti su temi civici/sociali su forum/blog/social networks	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Scritto su temi sociali/interesse civico su un blog	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Postato video su you tube per promuovere una causa o un tema pubblico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chiedere l'amicizia/diventare fan di una causa o un gruppo attivo civicamente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Postare foto su un evento sociale/pubblico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aderire ad un evento /causa sociale organizzato sui social networks	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**21. Qual è l'ultimo evento/causa sociale a cui hai aderito online?**

(domanda aperta)

**22. Solitamente quando aderisci ad un'iniziativa promossa online, poi partecipi anche all'evento sul territorio?**

- Spesso
- Qualche volta
- Raramente
- Mai

## AREA DELLE PRATICHE MEDIALI

**23. In generale quali sono i tre principali mezzi di comunicazione che preferisci utilizzare per informarti (classifica)**

- Radio
- Televisione
- Stampa cartacea
- Quotidiani online
- Periodici (riviste)
- Blog
- Social Networks
- Motori di ricerca (es. google)

**24. Con quale frequenza leggi:**

	Mai o quasi mai	1 volta a settimana	2-5 volte a settimana	Tutti i giorni o quasi
Un quotidiano d'informazione cartaceo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Un quotidiano d'informazione online	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Giornali gratuiti (Metro, Leggo, Epolis...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**25. Qual è il quotidiano che leggi più spesso?**

(domanda aperta)

---

**26. Pensando a una giornata tipo, quante ore trascorri davanti alla tv?**

- nessuna
- meno di 1
- da 1 a 3 ore
- da 3 a 5 ore
- oltre 5 ore

**27. Che tipo di programmi televisivi segui di più:**

**(max 3 risposte)**

- Talk Show (es. Ballarò, Uomini e donne)
- Reality Show (es. Isola dei famosi, Grande fratello)
- Talent Show (es. Amici, X Factor)
- Telequiz, Game Show (es. L'Eredità, il Milionario)
- Varietà (es. Buona Domenica)
- Divulgazione culturale ( es. Ulisse, Wild, Geo&Geo)
- Serie televisive italiane (es. Cesaroni, La Squadra)
- Serie televisive straniere (es. Lost, Grey's Anatomy)
- Fiction Italiane (es. Caruso)
- Soap Opera (es. Un posto al sole)
- Serie Animate (es. Simpson, Griffin)
- Sit-Com (es. Friends, Big bang theory)
- Altro (specificare)

**28. Qual è il tuo programma preferito?**

(risposta aperta)

**29. Attraverso quali canali guardi la tv generalmente?**

	Spesso	Qualche volta	Raram	Mai
Digitale terrestre gratuito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Digitale terrestre a pagamento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Satellitare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Web tv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Streaming	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**30. Con quale frequenza segui il Telegiornale?**

- Tutti i giorni
- Qualche volta
- Mai o quasi mai

**31. Pensando ad una giornata tipo, quante ore trascorri su internet?**

	nessuna	< 1 ora	1-3 ore	3-5 ore	>5ore
Tramite smartphone	<input type="checkbox"/>				
Tramite desktop (fisso)	<input type="checkbox"/>				
Tramite tablet	<input type="checkbox"/>				
Tramite notebook	<input type="checkbox"/>				

**32. Con quale frequenza svolgi le seguenti attività su internet nell'arco di una giornata?**

	Spesso	Qualche volta	Raram	Mai
Spedire o ricevere email	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cercare informazioni su merci e servizi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leggere o scaricare giornali, news, riviste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usare servizi relativi a viaggi o soggiorni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cercare informazioni sanitarie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cercare informazioni su formazione o istruzione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usare servizi bancari su internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Scaricare software	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Telefonare via internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cercare lavoro o inviare richieste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vendere o comprare merci e servizi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fare un corso online	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Visitare siti di giochi online	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Partecipare a social network	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**33. Quali sono i siti che visiti più frequentemente (max tre):**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

### **34. Sei iscritto a Social Networks?**

- Sì
- No

#### **34.a Se sì, quali tra questi (max 4 risposte in classifica):**

- Facebook
- Twitter
- Myspace
- Linkedin
- Orkut
- Xing
- Badoo
- Netlog
- Anobii
- Altro (specificare)
- Nessuno (filtro)

#### **34.b Se no perché non sei iscritto a nessun social network?**

- Non mi piace essere visibile online con il mio profilo
- Non mi fido delle informazioni scambiate online
- È una perdita di tempo
- Per differenziarmi dagli altri
- Perché nessuno dei miei amici è iscritto
- Altro (specificare)

### 35. A quale attività dedichi più tempo su Facebook?

	Spesso	Qualche volta	Raram	Mai
Trovare nuovi amici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ritrovare vecchi amici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guardare foto di miei contatti e amici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usare giochi e applicazioni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fare test online	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leggere post di miei amici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leggere commenti di altri utenti su quello che pubblico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leggere commenti fatti sui miei amici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leggere cosa fanno i miei contatti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pubblicare interventi sulla mia bacheca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Commentare interventi di altri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Partecipare a gruppi tematici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usare messaggi privati/chat per contattare gli amici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Caricare foto e video realizzati da me	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Caricare foto e video presi da altre piattaforme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Altro (specificare)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**36. Quanto tempo trascorri nell'arco di una giornata sui social networks?**

- meno di 1
- da 1 a 3 ore
- da 3 a 5 ore
- oltre 5 ore

**37. Frequenti blog regolarmente?**

- Sì
- No

**37a. Quali?**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**37b. A quale attività all'interno di essi ti dedichi generalmente?**

	Spesso	Qualche volta	Raram	Mai
Leggere i post e commenti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Commentare i post dell'autore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interagire con gli altri utenti del blog	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Creare momenti di incontro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Altro (specificare)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 38. Frequenti siti di video sharing (es. You tube)?

- Sì
- No

### 39. Quali frequenti più spesso?

(massimo tre risposte in ordine di preferenza)

- You Tube
- Yahoo! Video
- Google video
- My space
- iFilm
- Vmeo
- Altro (specificare)

### 40. A quale attività dedichi più tempo sui siti di video sharing?

	Spesso	Qualche volta	Raram.	Mai
Caricare video presi da altri siti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Caricare video realizzati da me	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guardare video musicali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guardare filmati amatoriali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guardare contenuti televisivi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Commentare i video che guardo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leggere commenti di altri sui miei video	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Commentare interventi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cercare informazioni e notizie di attualità	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cercare informazioni e notizie di altri paesi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Altro (specificare)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>