

# Solidarietà sociale e comunità virtuali: un'analisi sociologica

Carlo Bonifati

## ABSTRACT

*Il saggio intende inserirsi nel dibattito, sempre più acceso e diffuso sulle comunità virtuali, tanto in un'ottica teorica che empirica.*

*Le comunità virtuali infatti, soprattutto negli ultimi anni, e in specie negli ultimissimi anni, grazie all'affermarsi a livello globale dei social networks hanno riscontrato una crescita esponenziale, tale da far concentrare sul fenomeno l'attenzione e l'analisi di studiosi delle più diverse discipline delle scienze sociali.*

*Dal punto di vista sociologico, in generale, l'aspetto sicuramente più interessante riguarda il dibattito che si è scatenato intorno alle comunità virtuali circa gli esiti e le prospettive delle relazioni che nascono e si sviluppano all'interno delle comunità stesse; le analisi divergono in maniera clamorosa: da una parte si tendono ad evidenziare gli aspetti positivi ed i vantaggi che possono derivare agli individui dallo sviluppo delle nuove tecnologie e dalla costituzione di queste comunità; dall'altra, invece, la nascita di questi aggregati è interpretata come un sintomo e una causa della decadenza del senso stesso di appartenenza ad una comunità reale e come un incremento al senso di solitudine sociale che sembra una costante di un universo a complessità sempre crescente. Questo studio si colloca all'interno di questo dibattito da più punti di vista, sulla premessa, però, che i due mondi, virtuale e reale, non siano così distanti da come da più parti li si vogliono fare apparire, anzi sulla premessa di*

*una loro complementarità, che rappresenta l'autentico elemento di novità in un sistema di relazioni in cui lo scambio "reale" sembra vivere una crisi profonda, ed in cui lo scambio "virtuale" funziona non solo da supporto ma assai di frequente da alternativa positiva allo scambio reale, in cui talora e non di rado si tramuta.*

*Il presente lavoro si allinea con l'opinione di coloro che riconoscono nelle comunità virtuali una netta prevalenza degli aspetti positivi rispetto a quelli negativi, sul presupposto e sulla conclusione che attraverso queste si costruisce una sorta d'intelligenza collettiva, di un sapere comune condiviso che tutti gli individui virtuali contribuiscono a creare ed elaborare e che, pertanto, le comunità virtuali siano una sorta di lenitivo alla crisi della comunità "reale" dominata da un crescendo di individualismo, e che svolgano un'azione propulsiva che porta a orientare l'individuo più verso mete di gruppo che a quelle individualistiche.*

## PAROLE CHIAVE

COMUNITÀ VIRTUALE; COMUNITÀ;  
MUTAMENTO SOCIALE; CYBERSPAZIO;  
COMUNICAZIONE; SOCIAL NETWORK;  
TECNOLOGIE;  
COMUNICAZIONE MEDIATA AL COMPUTER.

## SOMMARIO

1. NOTA INTRODUTTIVA; 2. LA COMUNITÀ VIRTUALE COME FENOMENO E MUTAMENTO SOCIALE; 3 IL CIBERNETICO: STRUMENTO MODERNO DI SOCIALIZZAZIONE E DI COMUNICAZIONE; 4. ANALISI SOCIOLOGICA: SVILUPPO E CRESCITA DELLE COMUNITÀ VIRTUALI; 5 5 ANALISI EMPIRICA: I PROTAGONISTI DELLE COMUNITÀ VIRTUALI; 6 CONCLUSIONI

## 1. NOTA INTRODUTTIVA

La ricerca che presentiamo parte da una considerazione di base che è anche il punto di arrivo della nostra analisi: che tra mondo reale e mondo virtuale non corrono differenze sostanziali, tranne, ovviamente per quanto attiene ai meri strumenti di percezione, e che

tali differenze tendano sempre più a ridursi, al punto che i due mondi assai spesso finiscono per sovrapporsi l'uno all'altro e talora addirittura a confondersi.

Una piccola precisazione s'impone a proposito della nozione di comunità virtuale, precisazione che condiziona l'intero sviluppo della nostra analisi.

Si definisce comunità, quel gruppo sociale d'individui legati da vincoli di diversa natura (etnici, culturali, religiosi, ecc), i cui partecipanti aderiscono liberamente o per imposizione (per esempio il gruppo sociale in cui si nasce), e in cui questi legami permettono un riconoscimento sociale dei soggetti coinvolti.

La definizione qui proposta rende evidente il legame che c'è tra gli individui (che partecipano liberamente o per imposizione), che costituiscono la comunità, la quale è formata da un gruppo sociale che ha una sua identità, in cui tutti i partecipanti si riconoscono reciprocamente. Fin qui nulla da eccepire al riguardo, anzi, si condivide appieno il concetto, particolarmente per quanto attiene l'identità e l'adesione al gruppo sociale.

Data per certa questa definizione, tuttavia, se analizzassimo il concetto dal solo punto di vista della comunità virtuale, noteremmo subito, come nel caso dell'appartenenza al gruppo sociale, l'aspetto riguardante la partecipazione per imposizione (il gruppo sociale in cui si nasce), ad esempio, non assumerebbe lo stesso significato che ha nella definizione classica di comunità. Questo perché nel virtuale si ha una certa libertà di scelta, essendo la comunità più flessibile e leggera, e il presupposto di aderire o no ad un gruppo sociale dipende esclusivamente dalla volontà dell'utente. Se poi, analizzassimo ancora il concetto di comunità nel corso dei periodi storici, osserveremmo come lo sviluppo sociale – caratterizzato prima dalla rivoluzione industriale, che è stata conseguenza del mutamento sociale, e poi dallo sviluppo tecnologico, che ha determinato la cosiddetta comunità virtuale – abbia notevolmente influito ad accentuare la crisi della comunità. Tutto questo, ci porta a sostenere, superata la nozione di comunità classica, una comunità che, nel periodo della cosiddetta società moderna,

ha visto perdere la sua identità a fronte di una trasformazione sociale, in cui l'esaltazione dell'individualismo è stata preponderante nei confronti dell'appartenenza al gruppo sociale. In questa società definita moderna la comunità entra in crisi, lo stesso sociologo Ferdinand Tönnies, ne individua la causa nel fatto che la società pre-industriale è di tipo comunitario, e la società moderna di tipo societaria individuale<sup>1</sup>. Pertanto, secondo l'autore, la prima è caratterizzata dalla volontà organica, in altre parole, dal predominio dei vincoli naturali connessi alla vita biologica, all'istinto, al piacere, al sostrato inconscio dei sentimenti e della memoria, in cui la famiglia assumeva il ruolo centrale e rappresentava il modello privilegiato per la vita, dunque una comunità forte di tipo tradizionale. Nella seconda, invece, prevale la volontà convenzionale, in altre parole, il prodotto dell'intenzionalità individuale di tipo riflessivo ed egocentrico, orientata dalla razionalità di tipo strumentale<sup>2</sup>; quindi, una società basata su un concetto individualistico, in cui il ruolo della famiglia perde il suo primato e la solidarietà familiare cede il passo agli individualismi e ai gruppi d'interesse economici.

A supporto di questa prestigiosa proposta facciamo riferimento all'analisi di Helmuth Plessner, nella quale si mettono in evidenza i limiti della comunità rispetto la società<sup>3</sup>. L'autore, in questo studio, nel sostenere che la mancanza di etica e un eccessivo uso del potere finisce per sminuire la comunità, e ad esaltare il predominio dell'individualità.

Riteniamo che entrambe queste proposte siano di estrema attualità, anche nella società c.d. post-moderna, al punto che tanto lo sviluppo tecnologico tanto la globalizzazione hanno finito per attualizzarle ulteriormente, ed hanno finito per accrescere ancora di più la crisi della comunità.

Illuminanti al riguardo appaiono le parole di Zygmunt Bauman, il quale considera la società contemporanea basata sull'individua-

1 F. Tönnies, *Comunità e Società (Gemeinschaft und Gesellschaft 1887)*, trad. it. di R. Treves e di G. Giordano, Milano, 1963.

2 Ivi p. 45.

3 H. Plessner, *I limiti della Comunità*, a cura di B. Accarino, Roma-Bari, 2001.

lismo e su rapporti flessibili e leggeri, in cui l'individuo, pur con le sue libertà si sente insicuro, poiché secondo l'autore ciò che realmente manca è la comunità<sup>4</sup>.

Si evidenzia, pertanto, una collettività debole, che con il tempo ha perso ancor più la sua identità rispetto al passato, d'altra parte è pur vero l'idea stessa di società trasformandosi in un meccanismo in cui i rapporti sociali diventano più flessibili, e per dirla con Baumann più "liquidi".

In questo meccanismo per così dire "liquido" l'individuo stempera la sua partecipazione collettiva in una sorta di partecipazione superindividuale all'azione collettiva.

È l'esaltazione della comunità virtuale! In cui cambia la definizione stessa oltre che il concetto di comunità in quanto si assiste ad una deterritorializzazione, cioè ad una progressiva e generalizzata perdita di rilevanza della localizzazione, sia per quanto attiene le attività sia per quanto concerne le relazioni umane. Pertanto, al territorio fisico si contrappone un'appartenenza territoriale diversa, virtuale, il cosiddetto cyberspazio, un territorio esperienziale, costituito dalla presenza ed interazione della rete.

Tutto questo, secondo alcuni studiosi, favorisce una maggiore opportunità di crescita sociale.

Al riguardo Pierre Levy sostiene che queste nuove aggregazioni sociali favoriscono "l'intelligenza collettiva", affermando che «il collettivo intelligente non è più il soggetto chiuso, ciclico della terra, identificato dai legami di sangue o dalla trasmissione dei racconti. È un soggetto aperto ad altri membri, ad altri collettivi, a nuove conoscenze, un soggetto che non smette di comporsi e scomporsi, di errare nello Spazio del Saper»<sup>5</sup>.

Altri autori, diversamente affermano il contrario sul presupposto che non essendo presente una comunità certa – in quanto mancante di elementi essenziali come l'appartenenza ad un territorio – l'individuo si sente smarrito, senza un'identità e con conseguente perdita di sicurezza.

A prescindere del giudizio positivo o negativo che si voglia pronunciare questa nuova forma di collettività ha assunto un'importanza strategica nella vita dell'individuo e del gruppo sociale, la partecipazione a essa negli ultimi

4 Z. Bauman., *Voglia di comunità*, Roma-Bari, 2001-2004.

5 P. Levy *L'intelligenza collettiva*, Milano, 2002, p. 209.

anni è notevolmente cresciuta e per tale ragione è diventata un fenomeno sociale di massa.

I nuovi strumenti tecnologici, di fatto, hanno annullato il tempo e lo spazio, di conseguenza le distanze tra gli individui si sono notevolmente ridotte, le comunicazioni (tramite web nel cosiddetto cyberspazio, chat – messaggia istantanea ecc.) avvengono in tempi reali, cioè si è passati, da un mondo territorialmente vasto e distante, a uno territorialmente piccolo, somigliante a un villaggio globale secondo la nota definizione di McLuhan<sup>6</sup>.

Per comprendere meglio il significato della nozione di comunità virtuale, tuttavia, è necessario, approfondire gli elementi fondamentali che ne caratterizzano il concetto stesso. Perciò, comprendere sociologicamente la funzione della rete e del cyberspazio, che in alcuni casi ha sostituito i luoghi classici d'incontro della vita quotidiana (l'agorà, la piazza, luogo classico di incontro) è importante come anche comprendere la stessa radice etimologica delle parole "comunità" e "comunicazione", ed infatti il termine comunità, dall'espressione latina *cummunus*, allude al dono del legame reciproco, mentre il termine comunicazione, dal verbo latino *communico*, allude all'idea stessa di costruzione di una comunità.

Tutto questo, ci porta a introdurre la nozione di comunità virtuale, che per la sua importanza sociale, è tema, tutt'oggi di grande discussione e d'interesse delle scienze sociali.

Magistralmente, nel 1993, lo scrittore statunitense Howard Rheingold ha proposto questa definizione: «Le comunità virtuali sono raggruppamenti sociali che emergono dalla rete quando un certo numero di persone porta avanti delle discussioni pubbliche sufficientemente a lungo, con un certo livello di emozioni umane, tanto da formare dei reticoli di relazioni sociali personali nel cyberspazio»<sup>7</sup>.

Ci sentiamo di accogliere integralmente questa definizione e tuttavia un approfondimento rispetto a questa si impone.

6 M. McLuhan, *The Global Village*, Milano, 1992. L'autore in questo saggio anticipa il cambiamento sociale, che ha visto protagonista la nostra società negli ultimi decenni.

7 H. Rheingold, *The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier*, Addison-Wesley, 1993.

Roberto De Vita associa la comunità virtuale al sistema sociale contemporaneo, Secondo questo autore nella comunità virtuale ci si trova di fronte ad ambienti comunicativi deterritorializzati, in cui il tradizionale concetto sociologico di comunità assume forme e caratteristiche che, per alcuni, si associano a quelle della post-modernità. Inoltre, in un concetto di comunità “post-moderna” non vi è ricerca di un senso ultimo né di una risoluzione dialettica delle contraddizioni, ma si esprime un tratto profondo delle nostre società, del loro indebolimento e della loro frammentazione, costituendo un’efficace metafora di concetti come l’instabilità di significato e la mancanza di verità universali e oggettive.

Si condivide la tesi di De Vita nella parte in cui afferma che la comunità virtuale, come raggruppamento sociale in rete, si propone di riprodurre le caratteristiche di una comunità reale<sup>8</sup>. Di fatti, il ritrovarsi su internet “piuttosto che in piazza” con delle persone che esprimono i medesimi interessi e cercano di costruire un dialogo e dei rapporti in parte duraturi è un tentativo di recuperare un senso di appartenenza ad un gruppo che nella società è via via attenuato.

Lo stesso autore, però, rileva che il più delle volte gli interlocutori telematici nascondendosi dietro identità false finiscono per accrescere ulteriormente il senso di solitudine e d’incertezza che è caratteristico dei soggetti che si rivolgono alla comunità virtuale nella speranza di creare nuove amicizie, e così aumentando, per altri versi, il senso di diffidenza dei soggetti meno deboli.

Queste considerazioni di De Vita ripercorrono sostanzialmente il pensiero di Bauman secondo cui la ricerca di una nuova comunità è elemento di speranza per la società contemporanea<sup>9</sup>, pur

8 R. De Vita, “Relazioni sociali e comunità virtuali” in *Comunità personale e chat line*, a cura di F. Berti, R. De Vita, M. Mareschi, Dipartimento di scienze storiche, giuridiche, politiche e sociali Università di Siena, 2005, p. 9.

9 Z. Bauman, *Voglia di Comunità*, cit., Per una migliore chiarezza riportiamo alcune considerazioni espresse dall’autore nel saggio: immersi come siamo in un mondo imprevedibile, fatto di liberalizzazione, flessibilità, competitività, «il nostro io ci appare l’unico elemento stabile nel bel mezzo di un mondo estremamente volatile». Così, per trovare rimedio ai disagi dell’incertezza, ricorriamo all’autopreservazione e investiamo sulla «integrità del nostro corpo e di tutte le sue estensioni e baluardi: la nostra casa, i nostri beni». Pertanto, se – oggi

mantenendo una posizione fortemente critica verso la comunità virtuale.

Un altro aspetto che inizialmente ha giocato a sfavore della diffusione delle comunità virtuali è stata la considerazione che le nuove tecnologie essendo in mano a pochi soggetti avrebbero finito per creare nuove forme di marginalità sociale virtuale. In questo senso si è decisamente espresso Turkle, che come conseguenza dello sviluppo delle nuove tecnologie percepisce lo sviluppo di un’élite dell’informazione, piuttosto che l’edificazione di una vera comunità<sup>10</sup>.

A nostro avviso questa tesi si può considerare superata, se mai avesse avuto delle ragioni nei primi anni dello sviluppo delle tecnologie di massa, giacché negli ultimi decenni il libero accesso a internet e la distribuzione delle nuove tecnologie hanno finito per coinvolgere una massa di utenti tale da rendere del tutto inadeguato riferirsi ad una élite dell’informazione, quanto piuttosto ad una società dell’informazione e della comunicazione globalizzata.

Non v’è oggi alcuno che contesti questa realtà!

Ma a questo punto l’analisi si fa più sottile e si impongono i distinguo. Di fatti, quando si parla di comunità, tendenzialmente si tende a distinguerle tra mondo reale e virtuale. La prima è caratterizzata da una visione di condivisione d’idee, di appartenenza, di un luogo ben definito, in cui prevale la partecipazione che è determinata dalla conoscenza diretta e personale degli utenti. La seconda, invece, si caratterizza

---

come ieri – *comunicare significa fare comunità*, e la comunità – *locale o virtuale* che sia – implica sempre la costruzione di legami che si fondano su affetti, interessi, linguaggi e solidarietà comuni, non vi sono, dubbi che una delle contraddizioni più acute della condizione umana dei nostri tempi – con le sue conquiste di libertà e le sue perdite di sicurezza – consista, proprio, nella costitutiva *provvisorietà e revocabilità dei legami odierni*. Tuttavia questa strategia non può sortire gli effetti desiderati, perché non intacca le radici dell’insicurezza. Al contrario, il ripiegamento sulle risorse e sulle capacità individuali finisce con la alimentare maggiormente nel mondo *quell’insicurezza che tentiamo di rifuggire*. In realtà *ciò che ci manca è la comunità*, ma essa «resta pervicacemente assente perché la direzione in cui questo mondo ci spinge nel tentativo di realizzare il nostro sogno di una vita sicura non ci avvicina per nulla a questa meta».

10 S. Turkle, *La vita sullo schermo, nuove identità e relazioni sociali nell’epoca di Internet*, Milano, 1997.

da una concezione strumentale che pone sempre la condivisione delle idee, di appartenenza e di luogo (in uno spazio cibernetico e quindi non fisico), ma non pone come principio fondamentale la conoscenza personale tra gli individui.

La nostra ipotesi è che le differenze tra le due comunità, pur nelle diversità, non sono così distanti come pur sono state più volte rappresentate da alcuni illustri studiosi tra cui Leonardo Terzo, Thomas Maldonado, Marino Livolsi, lo stesso Bauman.

La considerazione che nelle comunità virtuali ci sia un (malinteso) maggior senso di libertà rispetto alla comunità reale non significa per ciò stesso che i rapporti siano meno reali di quelli effettivamente reali. Gli studiosi sono orientati sostanzialmente su due considerazioni contrapposte, da un lato le comunità virtuali sono ritenute deboli poiché prive della necessaria coesione che rende una comunità tale; dall'altro attraverso le comunità virtuali si ha la possibilità di costruire una sorta d'intelligenza collettiva, di sapere comune condiviso, che tutti gli individui virtuali contribuiscono a creare ed elaborare.

L'aspetto sicuramente più interessante dal punto di vista sociologico riguarda il dibattito che si è scatenato intorno alle comunità virtuali: da una parte si tende a evidenziare gli aspetti positivi, i vantaggi che possono derivare agli individui dallo sviluppo delle nuove tecnologie e dalla costituzione di queste comunità; dall'altra, invece, la nascita di questi aggregati è interpretata come un sintomo e una causa della decadenza del senso stesso di appartenenza ad una comunità.

Tra le voci più critiche, Leonardo Terzo afferma che il limite fondamentale delle comunità virtuali è, infatti, l'assenza del corpo nella condivisione dell'esperienza. Se si tiene conto che il corpo è l'eccezione che fornisce la garanzia giuridica e politica all'identità sociale, è evidente la straordinaria molteplicità di conseguenze che tale assenza determina. Le opinioni su queste conseguenze sono a loro volta variegata e contraddittorie, e riguardano la presenza di marche di classe, razza, genere e orientamento sessuale<sup>11</sup>. Sostanzialmente ana-

11 L. Terzo, *Stili fatici. Comunità, virtualità, ipertesto*, in P. Carbone, P. Ferri (a cura di), *Le comunità virtuali*, Milano, 1999, p. 61.

loga posizione critica assume Thomas Maldonado nell'affermare che «le comunità virtuali sono delle comunità depotenziate, prive di un reale impatto sulla società, poiché sono fondate su reti di affinità, su una sorta di selezione che eliminerebbe all'origine le differenze e i conseguenti conflitti, e quindi, sostanzialmente, sarebbero comunità prive di effettive differenze al proprio interno, e quindi intrinsecamente incapace di gestire il conflitto, ed, in sostanza, prive di reale forza. Nicchie artificiali che non inciderebbero però sui reali meccanismi comunitari»<sup>12</sup>. Secondo l'autore le comunità virtuali, in quanto, associazioni che derivano da una libera e spontanea confluenza di soggetti con unanimi vedute, sono comunità con scarsa dinamica interna. Per il loro alto grado di omogeneità tendono ad essere decisamente autoreferenziali. E non di rado si comportano come vere e proprie sette, in cui l'esacerbazione del senso di appartenenza conduce, nei fatti, a escludere qualsiasi differenza di opinione tra i membri<sup>13</sup>.

L'idea delle comunità virtuali come comunità depotenziate, rarefatte, è condivisa anche da Marino Livolsi, il quale considera che, «*chi naviga in rete deve passare dalla materialità e dalle emozioni che attraversano il mondo reale per entrare in quello freddo delle ombre elettroniche*»<sup>14</sup>. L'autore, inoltre, considera la vita sulla rete caratterizzata dall'indeterminatezza dei luoghi e delle situazioni, sarebbe un mondo d'immagini fredde e non di cose e persone: un mondo artificiale progettato a tavolino che si contrappone alla realtà concreta ben differente anche dalla quasi realtà dei media tradizionali che incarnano a parere di Livolsi in maniera più calda ed emozionale il mondo dei corpi<sup>15</sup>.

Anche Bauman offre una lettura critica delle comunità virtuali, di fatto, secondo questo autore, le comunità che si formano intorno

12 T. Maldonado, *Società dell'informazione e futuro del sapere*, ivi, p. 117.

13 T. Maldonado, *Critica della ragione informatica*, Milano, 1999, del medesimo autore, si veda anche *Reale e Virtuale*, Milano, 2005.

14 M. Livolsi, *Identità, esperienza e socialità in rete*, in P. Carbone, P. Ferri, in *Le comunità virtuali*, cit. p. 129.

15 *Ibidem*.

ad idoli artificiali, come le comunità virtuali delle *chat*, non mettono in discussione l'autonomia individuale e sono caratterizzate da un'estrema transitorietà; costruiscono legami senza conseguenze e per questo non sono vere comunità. L'autore definisce tali aggregazioni "comunità gruccia o guardaroba" poiché servono agli individui per abbandonare momentaneamente le proprie preoccupazioni vissute individualmente salvo poi riprenderle per abbandonarle su qualche altra gruccia. In sostanza l'autore queste comunità fragili e brevi poiché di natura superficiale e senza legami di lungo periodo, in quanto possono essere sciolte su richiesta.

Alla visione critica delle comunità virtuali esposta sopra, si contrappone un'altra visione di tipo positiva, che vede nelle comunità virtuali e nei nuovi strumenti tecnologici, un'opportunità di crescita sociale, dell'individuo e delle comunità.

Le comunità virtuali sono state antropologicamente descritte in maniera assai efficace da Pierre Lévy.<sup>16</sup> Secondo cui il concetto di virtuale non è l'opposto di reale ma di attuale; in altri termini il virtuale non sarebbe un reale cui manca l'attributo dell'esistenza, ma sarebbe qualcosa presente nel reale che è in procinto di realizzarsi. Secondo l'autore proprio quel carattere che per molti interpreti costituirebbe un limite intrinseco delle comunità virtuali, l'essere cioè scisso da una struttura spazio-temporale, rappresenta la loro forza, di conseguenza, il problema spazio-temporale non è visto come un limite ma come un'opportunità nella costruzione di uno spazio condiviso, dove tutti sono costruttori di senso pari grado, una sorta d'intelligenza collettiva che tesse un sapere comune<sup>17</sup>.

Indicativa inoltre è la definizione di Howard Rheingold che introduce le comunità in rete come un insieme di persone che si muovono in uno spazio concettuale creando relazioni telematiche senza un'effettiva partecipazione fisica. È introdotta così una prima basilare differenza che intercorre tra comunità a mondo

virtuale e a mondo reale: la mancata partecipazione fisica crea la necessità di utilizzare differenti mezzi comunicativi che nel caso delle comunità in rete sono offerti dalla *comunicazione mediata dal computer*.

Parallelamente Rheingold evidenzia i legami tra mondo virtuale e realtà quotidiana: le esperienze comunicative, come mostrano anche le etnografie delle comunità virtuali, sono reali a tutti gli effetti giacché sono presenti livelli affettivi ed emozionali, possibilità di crescita e di espressione, ma soprattutto, quelle che sono semplicisticamente definite "amicizie immaginarie" spesso si evolve in incontri reali. Una considerazione particolarmente efficace è quella per cui nella vita reale le persone prima s'incontrano e poi si conoscono mentre nella rete si invertono le tappe sociologiche, permettendo, infatti, prima una conoscenza e solo in un secondo momento, a discrezione degli utenti, un incontro reale.

## 2. LA COMUNITÀ VIRTUALE

### COME FENOMENO E MUTAMENTO SOCIALE

In questi anni, l'innovazione tecnologica ha facilitato notevolmente la vita di ogni individuo, permettendo, ad esempio, di comunicare più rapidamente e a grandi distanze, favorendo così continui mutamenti sociologici, nuove conoscenze e diverse opportunità, che hanno portato a percepire il mondo da immenso ad un piccolo villaggio globale. Lo sviluppo tecnologico però, nonostante abbia portato notevole vantaggio alla società, soprattutto riguardo alla funzione di mediazione comunicativa, ha reso instabile il sistema sociale, che ha sicuramente bisogno di tempo per rimettersi in equilibrio.

Tutto ciò, effettivamente, ha determinato un cambiamento radicale, sia per quanto riguarda il *modus operandi* degli individui, sia per quanto riguarda l'ambito culturale, sociale, ed i rapporti interpersonali.

Si è arrivati a mettere in discussione tradizionali luoghi d'incontro e di relazione come l'agorà (la piazza), che fin dall'antichità ha rappresentato simbolicamente il fulcro della vita comunitaria.

Pertanto, con le nuove tecnologie e la distribuzione della rete internet si sono determina-

<sup>16</sup> P. Lévy, *Cybercultura. Gli usi sociali delle nuove tecnologie*, Milano, 2000.

<sup>17</sup> *Ibidem*.

te nuove forme di socializzazione, dalla chat line, al social network, che hanno contribuito a realizzare una diversa idea di comunità, non più organizzata in maniera di vertice, rigida, tradizionale, ma organizzata in forma di rete, più flessibile, che si adatta con maggiore facilità ai cambiamenti della nostra società. In questa nuova situazione sociale lo spazio fisico (che è considerato elemento fondamentale per la costituzione di una comunità) è stato sostituito da quello virtuale, diventando esso luogo caratteristico per la costituzione delle nuove forme di collettività, dunque elemento fondamentale di socializzazione, poiché come sostenuto da Simmel «lo spazio è un'attività dell'anima, condizione e simbolo dei rapporti umani, un elemento importante per l'interazione sociale, condizione verso la quale capire i processi di addensamento del fluire incessante della vita in forme sociali»<sup>18</sup>. Questo non significa che nel virtuale non ci siano differenze rispetto alle forme sociali tradizionali, infatti, inizialmente tale cambiamento ha prodotto un disequilibrio sociale, che porta a orientare l'individuo verso mete più individualistiche che di gruppo, generando una certa instabilità delle forme sociali, al punto che, le vie della socializzazione appaiano sempre meno chiare e ordinate rispetto al passato. Di conseguenza nel web la struttura sociale assume una forma nuova, sia perché integra il concetto di globalizzazione, sia perché rappresenta la modernità. Ciò nonostante, al suo interno emergono ugualmente i valori come la solidarietà, la multiculturalità, la libertà, tutti valori che s'identificano nei membri in modo spontaneo. Anche l'appartenenza ai gruppi è spontanea, di fatti, fare parte del gruppo "x" piuttosto che "y", presuppone una libertà di scelta, autonomia, indipendente e flessibile, poiché nel mondo virtuale il tempo, il modo e la quantità, è determinato dal partecipante, non essendoci appunto uno spazio temporale ben definito. Inoltre, proprio perché non c'è uno spazio geograficamente definito e si è alla presenza di un contesto sociale dinamico, si ha la possibilità

18 G. Simmel citato in V. Cotesta, M. Bontempi, M. Nocenzi (a cura di), *Simmel e la cultura moderna*, volume primo *La teoria sociologica di Georg Simmel*, Perugia, 2010.

di interagire in più comunità contemporaneamente, favorendo così da un lato, come sostenuto da Simmel, la creazione di individui con personalità maggiormente sociale, e dall'altro quelle condizioni per rafforzare i legami sociali tra gli individui che nello specifico influiscono a riscoprire quella voglia di comunità o di relazione tra gli attori sociali.

La comunità virtuale, in quest'ottica si colloca come la naturale conseguenza del mutamento sociale, infatti, negli ultimi anni, soprattutto a causa del proliferare del social network, la frequentazione a esse, è cresciuta in modo esponenziale<sup>19</sup>. Di conseguenza, s'impone una nuova riflessione su questo fenomeno che, di giorno in giorno, acquisisce nuovi utenti e sempre più curiosità e attenzione da parte degli studiosi. Con l'affermarsi delle comunità virtuali anche i ruoli, all'interno del web sono mutati, infatti, se inizialmente si aveva la consapevolezza di frequentare un mondo virtuale oggi si tende a dare più importanza a questi rapporti che, in molti casi, continuano fuori dal web.

I rapporti sociali e lo stesso concetto dello stare insieme sono cambiati, poiché la tecnologia ha inciso notevolmente sia nell'ambito della comunicazione, sia in quello della socializzazione, individuando nuove forme di socialità, meno stabili e più complessi, dove, come ha affermato Bauman, anche se l'individuo è più libero di rappresentare se stesso, allo stesso modo ha meno certezze, proprio perché offre libertà in cambio di sicurezza.

Bauman inoltre sostiene che l'eccesso d'individualismo causato da una frammentazione sociale e da modelli fragili, in cui i rapporti hanno perso solidità, consistenza, definitezza, stabilisce nell'individuo una maggiore insicurezza, che non fa altro che determinare un maggior disorientamento. Secondo l'autore la stessa sicurezza di cui soffre l'individuo nell'era della globalizzazione genera assenza di comunità. Un'assenza di comunità che non fa altro che alimentare una voglia di comunità, a tal proposito Bauman evidenzia come la necessità di cercare un'identità comune è considerata fondamentale per una comunità

19 Indagine multiscopo sulle famiglie *Aspetti della vita quotidiana*, Istat, 2010.

condivisa, dove anche la sicurezza e la libertà necessitano, di essere mediate. Nell'analisi di questo autore le comunità virtuali rientrano in quelle "flessibili", cioè comunità a tempo, senza certezze.

### 3. IL CIBERNETICO: STRUMENTO MODERNO DI SOCIALIZZAZIONE E DI COMUNICAZIONE

Chi accetta di vivere in società, accetta di mettersi in relazione con gli altri, accetta quindi di scambiare esperienze, conoscenze, informazioni, messaggi con i propri simili usando forme espressive di vario tipo, non necessariamente solo verbali. La comunicazione pur se in diverse sfaccettature, diventa un elemento essenziale per la nascita della società e della comunità, cioè, è la forma indispensabile che utilizza l'uomo per relazionarsi tra i suoi simili.

Quando comunichiamo, incrementiamo la nostra conoscenza condivisa, cioè il "senso comune", la precondizione essenziale di qualsiasi comunità<sup>20</sup>.

Ogni individuo dunque avverte l'esigenza di comunicare con i propri simili utilizzando modi diversi. L'uomo, ad esempio, a differenza degli altri esseri viventi, sin dall'inizio della sua esistenza, ha elaborato modi sempre più complessi per trasmettere conoscenze e informazioni ai propri simili.

Nella società post-moderna, dove la complessità è diventata normalità, il modo di comunicare è divenuto molto più veloce rispetto al passato. Questo perché in passato la comunicazione avveniva in un ambiente limitato, poiché la struttura sociale era caratterizzata da piccole comunità, costituite in modo rigido, con un'identità ben definita. Nel corso degli anni, principalmente grazie allo sviluppo tecnologico e informatico, abbiamo assistito a notevoli cambiamenti sociali che hanno portato a un più complesso modo di comunicare. Ne consegue che oggi possiamo definire le forme di comunicazione sostanzialmente in tre categorie: la comunicazione *face to face*, dove si presuppone la presenza simultanea fisica

degli interlocutori; la comunicazione attraverso i mass media, o meglio *one to many*, dove grazie allo strumento tecnologico (Tv, radio carta stampata, computer ecc), il messaggio ha un'influenza sociale presso intere masse; la comunicazione mediata attraverso il computer, nel quale possono essere raffigurate la forma di comunicazione *one to one* oppure *one to many*, oppure *many to many* grazie ai forum, al social network.

Quanto premesso rafforza il legame tra comunità e comunicazione, al punto che senza l'una non esiste l'altra. In questi anni, a nostro avviso, la comunicazione ha preso il sopravvento sulla comunità, il web specialmente nell'ultimo ventennio è diventato un mezzo di comunicazione e d'informazione di grande importanza, che porta in sé una modernizzazione della società. Una società contemporanea che si basa sulla tecnologia e su un ritmo di vita sempre più frenetico, dove lo strumento tecnologico nell'ambito della comunicazione ha aperto prospettive diverse completamente nuove.

Levy nello specifico ha esaltato l'importanza delle nuove tecnologie considerandole migliorative da un punto di vista sociale, culturale e politico<sup>21</sup>. Condividiamo con Levy, l'idea di globalizzazione culturale, in cui considera l'individuo, libero di esprimere la propria intelligenza con gli altri in una relazione paritaria.

Da quest'ultima considerazione a nostro avviso si evidenzia come l'uomo non è succube dello strumento tecnologico, ma è lui stes-

21 P. Levy, *Intelligenza Collettiva*, intervista, 04/09/1995, in [www.mediamente.rai.it](http://www.mediamente.rai.it). L'autore considera l'intelligenza collettiva come un vero progetto di civilizzazione della società nella quale l'individuo ha più opportunità di ampliare le conoscenze e comunicare con persone a lunga distanza. Un progetto che non è calato dall'alto cioè non è governato dalla politica, ma nasce da un movimento sociale, formato da una gioventù cosmopolita di diplomati che s'interessano all'intelligenza collettiva. Secondo Levy l'intelligenza è distribuita ovunque c'è umanità e per tale motivo, questa intelligenza distribuita dappertutto, può essere valorizzata al massimo "mediante le nuove tecniche", mettendola in sinergia. Il fatto stesso che oggi attraverso le nuove tecnologie si possa entrare in comunicazione con persone distanti e quindi poter scambiare il loro sapere su cose complementari, non fa altro che rafforzare l'idea stessa d'intelligenza collettiva espressa da Levy.

20 K. H. Rosengren, *Introduzione allo studio della Comunicazione*, Bologna, 2001, p.11.

so, protagonista nel guidare tale strumento al servizio della comunità. Da ciò si deduce che gli strumenti tecnologici sulla comunicazione se inizialmente hanno determinato uno squilibrio nel sistema sociale, oggi rappresentano un'opportunità di crescita sociale, culturale e politica. La nostra società, infatti, è basata sull'informazione e sulla comunicazione, una società mediatica, dove i mass media nel ventesimo secolo hanno ricoperto un ruolo decisivo e d'influenza sulla costruzione sociale della collettività. Giovanna Greco al riguardo, sostiene che la funzione sociale dei media nella società contemporanea, consiste sostanzialmente nell'informare, nell'intrattenere e nel fornire un'interpretazione di ciò che avviene nel mondo. Essi, secondo la Greco, hanno il potere di raccontare il mondo in maniera e misura sconosciute alle società tradizionali, né si limita a una semplice (per quanto selettiva e rielaborata) narrazione, ma sviluppano una vera e propria costruzione della realtà, per lo più coerente con i valori sociali dominanti<sup>22</sup>. Dalla televisione alle maggiori testate giornalistiche, alla radio, al web, si evince come la comunicazione ha rappresentato, e rappresenta tutt'oggi, un ruolo decisivo nella guida della società. A tale proposito, gli studi sui mezzi di comunicazione hanno dimostrato, come il messaggio influenza sia direttamente che indirettamente il comportamento e le opinioni degli individui, diventando esso stesso elemento d'indirizzo e di costruzione sociale<sup>23</sup>.

22 G. Greco, *L'avvento della società mediale Riflessioni su politica, sport, educazione*, Milano, 2004.

23 Per un maggior approfondimento citiamo di seguito alcune teorie che trattano l'influenza del messaggio dei mass media sugli individui. La teoria ipodermica nata negli Stati Uniti tra le due guerre mondiali, ad esempio afferma che i messaggi colpiscono personalmente gli individui, in modo diretto e immediato, modificandone opinioni e comportamenti. Perciò considera il messaggio dal punto di vista della propaganda e manipolazione. In questa teoria gli individui sono isolati, anonimi atomizzati. In seguito altre teorie hanno dimostrato che non è del tutto vero che il messaggio agisce sugli individui in modo passivo, ma è proprio l'individuo a porre delle resistenze. Pertanto il messaggio per essere accolto deve seguire diverse fasi. La teoria degli effetti limitati di Lazarsfeld del 1940 a tale proposito sostiene che le dinamiche sociali si intersecano con i proces-

Di fatti la comunicazione in qualsiasi forma si manifesta, è uno dei presupposti della nascita di una comunità. Più si ha comunicazione più si ha comunità. In questo tipo di società mediale, dunque, l'attore sociale come sostiene la Greco, e condiviso pienamente da noi, rischia di appiattirsi sulla figura dell'attore mediale, un attore prestato alla realtà, un "viaggiatore" nel mondo rappresentato dai media, un "personaggio auto-costruito" la cui azione sociale riflette lo stile di vita che si è scelto tra i molti possibili, suggeriti o legittimati dai media.

Tuttavia, ai fini della costruzione sociale non basta solo il controllo mediale, ma in una società complessa come la nostra in cui il conflitto sociale è molto presente, assume egualmente importanza la gestione del potere. Al riguardo, Bruno Bilotta – nel saggio *Voglia di Nemico*<sup>24</sup> – sostiene che il nesso tra potere e conflitto rappresenta un sinallagma molto stretto dal quale l'uno presuppone l'esistenza dell'altro, di fatti il conflitto assume secondo

si comunicativi. In questa teoria si evidenzia l'aspetto dell'influenza del messaggio sugli individui. In questa teoria si evidenzia l'aspetto dell'influenza del messaggio sugli individui. In altro modo non si parla più di manipolazione e persuasione del messaggio ma di influenza del messaggio sugli individui, dove importanza rilevante hanno le caratteristiche del contesto sociale. Secondo tale teoria i mezzi di comunicazione di massa non riescono a raggiungere una grossa parte del pubblico in modo diretto, bensì il messaggio è prima raccolto da un gruppo di persone influenti all'interno della comunità, che trasmettono il messaggio alle altre persone che sono meno attive nell'uso dei mezzi d'informazione. La teoria funzionalista altresì analizza la funzione dei mezzi di comunicazione sulla società. In questa teoria la società è vista come un organismo composto di parti ciascuna delle quali svolge determinate funzioni e il sistema è formato da sottosistemi, che contribuiscono alla soddisfazione dei bisogni fondamentali. Wright nello studio del rapporto tra media e società afferma che l'obiettivo è articolare le funzioni e disfunzioni (latenti e manifeste) delle trasmissioni giornalistiche, informative, culturali, e d'intrattenimento, rispetto a società, gruppi, individuo e sistema culturale. Pertanto il sistema sociale è considerato un organismo dotato di parti (strutture parziali) che svolgono funzioni, manifeste e latenti, finalizzate alla risoluzione dei problemi di mantenimento del sistema, adattamento all'ambiente, perseguimento allo scopo e all'integrazione sociale.

24 B. M. Bilotta, *Voglia di nemico*, in B. M. Bilotta, F. A. Cappelletti A. Scerbo (a cura di), *Pace Guerra Conflitto nella società dei diritti*, Torino, 2010.

l'autore una forma stabilizzatrice del sistema sociale. Pertanto chi detiene il potere, ha anche la possibilità di determinare la decisione. Potere non va inteso come puro mezzo di coercizione, ma come elemento importante nella partecipazione della decisione. In società come in comunità, di fatti, chi è detentore del potere o meglio chi è partecipe della decisione, influisce attivamente nella costruzione sociale. Il controllo della comunicazione pertanto ha assunto fin dal passato un ruolo determinante sia nel mantenere il potere e sia nella guida della società, perciò anche l'azione sociale ne è influenzata. Weber ad esempio considera l'agire sociale da un punto di vista dell'idealtipo, cioè l'azione il cui scopo è orientato verso altre persone e condiviso con altre persone, secondo della condivisione di un valore o da un fatto irrazionale<sup>25</sup>. Mentre Parsons, invece, definisce l'azione sociale come ogni comportamento motivato e influenzato da precise cause che consistono nello scopo di raggiungere determinati obiettivi<sup>26</sup>.

Pur condividendo le tesi degli autori ci sembra opportuno fare alcune riflessioni al riguardo, poiché se è vero che l'azione sociale è influenzata dalle unità empiriche (tipi ideali), e dal fine da perseguire, è, altrettanto vero che la stessa azione è influenzata da cause esterne che ne impongano la scelta. Altresì, anche la decisione di fare parte di questa o di quella comunità deriva da una causa esterna. Ne consegue che in una società dell'immagine come la nostra, dove è più importante apparire che essere, la scelta di partecipare o no, a una comunità, è determinata anche dal rapporto che ogni individuo ha con il Sé.

Il Sé inteso come relazione interna tra l'io e il me. George Herbert Mead, ad esempio, definisce l'io come la risposta dell'organismo agli atteggiamenti degli altri, cioè la reazione individuale al Me organizzato. Il "Me" visto come l'insieme organizzato degli atteggiamenti degli altri, che un individuo assume. Secondo Mead l'io prevale sul me, introducendo lo stesso, dei cambiamenti nella società, cioè deter-

mina un prodotto sociale oggettivato<sup>27</sup>. Mead inoltre considera la società umana soprattutto un fenomeno di comunicazione, secondo la quale le forme simboliche codificate dell'agire che fondando i significati condivisi e i comuni processi di formazione degli individui, garantiscono l'ordine sociale. Pertanto secondo Mead ci si trova di fronte ad un punto d'incontro tra individuo e società rappresentato dal ruolo come insieme di modelli di comportamento organizzati in vista dell'espletamento di funzioni sociali specifiche. Mead inoltre considera la società ideale fondata da una comunità democratica integrata, pluralistica e cooperativistica, in cui gli individui sono membri di numerosi gruppi sociali, differenziati funzionalmente all'interno di una stessa totalità sociale<sup>28</sup>.

Mead, a nostro avviso, nella sua analisi, è stato particolarmente lungimirante nel cogliere il cambiamento sociale che da lì a poco avrebbe riguardato l'intera società.

Aderire dunque a questa o quella comunità presuppone anche una costruzione del Sé, poiché lo stesso Sé è influenzato sia interiormente che da fattori esterni. La comunicazione nella costruzione del Sé assume un ruolo decisivo, giacché influisce direttamente fin dalla nascita sull'individuo; quindi, più una comunicazione è orientata sulla persuasione e/o manipolazione, più influisce sull'individuo, e di conseguenza sul contesto sociale. Sulla costruzione del Sé ci sono stati altri contributi, che reputiamo utile per la nostra analisi richiamare, come l'approccio psicologico relazionale<sup>29</sup>, e quello sociologico<sup>30</sup>. Dagli stessi, appunto, emerge

27 G. Mead *Mente, sé e società*, Firenze, 1972.

28 F. Crespi op. cit. pag.159 e succ.

29 G. Bateson, *Verso un'ecologia della mente*, Milano, 1976. L'autore nell'ambito dell'approccio psicologico relazionale negli anni settanta afferma che gli individui attraverso la comunicazione giocano la propria identità, pertanto tramite la comunicazione si definisce la relazione interpersonale e si definiscono il Sé e l'altro.

30 In ambito sociologico, l'uso del termine comunicazione è riferita alla trasmissione di significato tra uomo e uomo. Le società umane s'integrano sulla base dell'interazione simbolica, cioè si fa riferimento alla costruzione sociale della società. Reiman a tal proposito sostiene che la comunicazione umana si regge sullo

25 F. Crespi *Il pensiero sociologico*, Bologna, 2002, pp.54-55.

26 Ivi pp. 96, 97.

ancora di più come la comunicazione sia elemento fondamentale sia per la costruzione del Sé sia per la realizzazione sociale e di conseguenza diventa decisiva nella guida della società. Nonostante tutto con lo sviluppo del web e del modello cibernetico la comunicazione tra gli attori sociali cambia, cioè diventa più complessa e più difficile da controllare, la struttura sociale pertanto subisce un eccesso di comunicazione che se da un lato ha aperto nuove opportunità, dall'altro ha determinato una certa instabilità sociale. Di conseguenza, l'influenza della comunicazione sulla costruzione del Sé e sulla guida della società, subisce anch'essa un indebolimento a fronte di una maggiore opportunità per gli attori sociali, che grazie alle nuove tecnologie si trovano ad attingere giornalmente a numerose informazioni.

Oggi a seguito di questo nuovo modello sociale, siamo di fronte ad una crisi della società e della comunità, giacché queste nuove scoperte tecnologiche hanno fatto emergere quel senso di solitudine, d'individualismo e di mancanza d'identità. Pertanto, il concetto d'identità specialmente nell'era della comunicazione mediata al computer, assume una forma flessibile e precaria, poiché l'identità stessa nel cyberspazio può cambiare e assumere una forma diversa, secondo convenienza.

Giddens, a proposito dell'identità pur manifestando nella sua analisi alcune criticità, sostiene che lo sviluppo del web e delle altre tecnologie piuttosto che determinare una perdita

---

scambio di simboli, il cui significato è appreso nel corso del processo di socializzazione e di inculturazione specifica di una cultura. Per Thompson, invece la posizione all'interno di un campo di interazione è legata al potere che detiene, che indica la capacità di agire in vista dei propri obiettivi e di influire sul corso degli eventi. Per Goffman altresì ogni individuo possiede una certa immagine di sé e rivendica per se stesso l'identità che ritiene più congeniale. L'immagine di sé la utilizza sia per affermarsi sia per essere considerato dagli altri, cioè far accettare un'immagine positiva dell'Io che è la sfida continua dell'Interazione sociale. Perciò secondo i sociologi, i sistemi sociali possono nascere e svilupparsi solo grazie alla comunicazione. Oltremodo anche le comunità si formano grazie alla comunicazione. La comunicazione pertanto diventa elemento essenziale sia per la costruzione del sé, sia per la realizzazione sociale e di conseguenza diventa decisiva nella guida della società.

dell'identità, ha portato ad una maggiore individualità e decentramento<sup>31</sup>. Tesi questa ancora oggi di grande attualità, sulla considerazione che l'utilizzo di questi mezzi non è sufficiente per far perdere l'identità, ma anzi permette di rafforzarla, dunque il problema non è da ricercare nell'identità ma nell'individualità e nella solitudine. La comunicazione tramite computer a nostro avviso può rafforzare l'identità e crearne una nuova che aiuti la comunità a risolvere i problemi dell'individualità e della solitudine che emergono sia nelle tesi di Bauman sia in quelle di Giddens. Nella comunicazione mediata al computer, pertanto, dove l'utilizzo del linguaggio si determina in sincrono o asincrono, il concetto di comunità assume una certa rilevanza sia negli ambiti sociali che negli ambiti lavorativi. Marina Montinori, ad esempio, affronta un tema molto interessante sull'importanza della comunità nell'ambito delle professioni. La sua analisi rileva l'importanza della comunità senza la quale in una società della comunicazione e della conoscenza come quella di oggi non esisterebbe mercato interno.

Le possibilità delle nuove tecnologie e dell'informatica secondo l'autrice aprono un nuovo capitolo nella concezione dei servizi del personale e dei processi di sviluppo delle persone e delle organizzazioni: si sta diffondendo una nuova visione dei servizi del e per il personale<sup>32</sup>.

La comunicazione mediata al computer, pertanto, sia nell'ambito lavorativo che in quello sociale sta favorendo una maggiore aggregazione sociale e di conseguenza non si appartiene più solo ad una comunità ma a più comunità composte da individui che si riconoscono e si identificano per l'oggetto delle stesse. Di conseguenza è proprio nel web che si sta risolvendo quella crisi della comunità

---

31 A. Giddens *Fondamenti di sociologia*, Bologna, 2000. L'autore aggiunge, in un mondo caratterizzato da un cambiamento tecnologico decisamente sbalorditivo, nessuno può essere sicuro di cosa riservi il futuro. Nel cyberspazio, non siamo più "persone" ma messaggi l'uno sullo schermo dell'altro. Ad eccezione delle mail, i cui utenti si identificano, nessuno su Internet sa realmente chi è l'altro, se è maschio o femmina, o in che punto del mondo sta.

32 M. Montinori *Comunità e Reti e-services per le comunità professionali*, Milano, 2001.

sostenuta da Bauman, con la costruzione di tante comunità cosiddette comunità virtuali, che rappresentano una nuova opportunità di crescita dell'individuo.

#### 4. ANALISI SOCIOLOGICA:

##### SVILUPPO E CRESCITA DELLE COMUNITÀ VIRTUALI!

Lo sviluppo delle nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione, rappresenta uno dei traguardi fondamentali delle politiche d'inclusione sociale e culturale dell'Unione Europea<sup>33</sup>.

L'Italia nel 2010 (tabelle n.1 e n. 2), è stimata al 48,9% per l'utilizzo di Internet da 6 anni più, e al 26.4%, per l'utilizzo quotidiano di internet riferito agli ultimi dodici mesi, (considerando sempre la classe di età da 6 anni più).

Nonostante l'aumento consistente che si è manifestato nell'utilizzo di internet dal 2001 al 2010 (Tab. 1), l'Italia nel 2010 nel confronto con gli altri paesi Europei, è ancora notevolmente indietro. Di fatti il rapporto medio non raggiunge neanche il 50%, a fronte di un valore medio per i paesi dell'UE a 27, pari al 65%. La posizione nazionale è simile al Portogallo 47% e alla Bulgaria 42%, mentre i paesi Bassi, Svezia, Danimarca e Lussemburgo registrano valori superiori 85%.

All'interno del territorio Italiano si evidenzia un differente utilizzo del web, infatti, mentre al nord l'utilizzo di internet supera il 50% fino a toccare il 55% circa, al centro tranne il Lazio che si attesta intorno al 53%, le altre regioni oscillano sotto il 50%, le regioni meridionali invece vengono stimate in media al 42%circa.

Per quanto riguarda inoltre la distinzione per classi di età, (tab. 3), si evidenzia che da 6 a 10 anni l'utilizzo di internet è pari al 36.7%, mentre se si prende in riferimento una classe di età che varia da 11 a 44 anni, osserviamo che da 11 a 14 anni la percentuale di utenti è pari al 76%, per poi scendere al 65% considerando la classe di età dai 35 ai 44, pertanto, la media dagli 11 ai 44 anni di età è pari 78,88% con delle oscillazioni che vanno dal 90% classe di età tra

i 18/19, al 65% della classe di età 35/44, mentre dai 45 - 54 anni di età si ritorna appena sopra il 50% per poi scendere dai 60 - 64 al 41% ed infine sopra i 75 si scende intorno al 2%. Inoltre, va rilevato che fino a 34 anni le differenze di generi all'interno del web sono pressoché nulle mentre tra i 35 anni a seguire c'è una prevalenza del sesso maschile. Da questi dati, si evidenzia che il fenomeno delle comunità virtuali riguarda specialmente una classe di età che varia dai 15 anni ai 44 anni di età.

Dalla lettura di questi dati emerge che internet in Italia ad oggi è sotto utilizzato. Tuttavia nel 2011 si certifica un aumento dell'uso del web; infatti, dai dati audiweb<sup>34</sup> emerge che circa 26,6 milioni di Italiani si sono connessi almeno per una volta nel mese di Luglio 2011, di conseguenza si rileva un aumento pari al 10% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. Dall'analisi dell'audiweb si evidenzia inoltre il tempo medio speso online, or dunque si calcola che 12,2 milioni di utenti, attivi nel giorno medio hanno speso almeno 1 ora e 13 minuti.

Per quanto riguarda le categorie demografiche, gli uomini che si sono connessi online nel mese di luglio sono stati 6,8 milioni e 5,4 milioni le donne; i giovani usano molto Internet, più delle generazioni precedenti: la fascia più connessa, infatti, è stata quella tra i 25 e 34 anni di età, con il 32,4% della popolazione totale di riferimento che usa il computer con molta frequenza. Un dato rilevante è che anche la fascia dagli 11 ai 17 anni di età spende molto tempo online, circa il 15,3% della popolazione, mentre rimane bassa la percentuale dei cosiddetti OVER 50, che si attesta al 12,5%.

Dall'analisi emerge inoltre che per quanto riguarda il territorio di provenienza, rimangono forti le aree di Sud e Nord, mentre dal Centro e Nord-Est si registra il numero minore di connessioni uniche. Infatti, dall'area Nord-Ovest proviene il 30% degli utenti attivi (3,7 milioni) e dal Sud e Isole il 31,5% (3,8 milioni di utenti); mentre dal Centro il 17,8% (solo 2,2 milioni) e dall'area Nord-Est il 15,7% con 1,9 milioni di popolazione online attiva cioè utenti almeno di un secondo del mezzo nel giorno medio del periodo selezionato. Questo

<sup>33</sup> *Aspetti della Vita quotidiana Gli utenti di Internet*, Istat, indagine multiscopo sulle famiglie anno 2010.

<sup>34</sup> Dati proposti da audiweb, [www.audiweb.it](http://www.audiweb.it).

può significare che nel Centro e Nord-Est italiano, vige di più un'economia manifatturiera, legata all'industria e all'artigianato che nelle altre aree. Nel Nord-Ovest si predilige invece più un'economia di mercato mentre nel Sud e Isole il computer è considerata una risorsa per emergere in lavori, come quelli del terziario - connessi all'innovazione -, dove Internet realizza il valore aggiunto proprio in aree problematiche per il lavoro. Dagli ultimi aggiornamenti dei dati audiweb sull'uso di internet in Italia, emerge inoltre un'ulteriore crescita, che è pari al 7% per i restanti mesi del 2011 e di circa del 9% per i primi mesi del 2012. Da questi nuovi dati è confermata la tendenza di crescita che dal 2001 ad oggi ha visto protagonisti nuovi utenti online. Questo risultato assume un valore più importante soprattutto se si considera che la disponibilità di collegamenti Internet in Italia è molto recente. Di fatti Internet si è evoluta nell'arco di cinquant'anni, dapprima a uso militare, "attraverso la creazione della rete arpanet", per poi dagli anni ottanta essere divulgata negli altri ambiti. Inizialmente gli utenti della rete erano gli specialisti delle nuove tecnologie, a partire degli anni ottanta invece anche le persone comuni che non erano dei programmatori, poterono utilizzare i vari network. Negli anni novanta poi attraverso il passaggio alla rete World Wide Web, internet fu divulgata a milioni di persone. Fin dall'inizio dei collegamenti in rete dei computer, parallelamente ai collegamenti cominciarono a formarsi delle comunità virtuali tra gli utenti. I primi social network, nacquero negli stati Uniti intorno alla metà degli anni novanta, famosissimo *classmates.com*, sito creato nel 1995, che già allora raccoglieva informazioni sui membri registrati per poter rintracciare vecchi compagni di scuola, vecchi amici ecc.) e si è sviluppato attorno a tre grandi filoni tematici: l'ambito professionale, quello dell'amicizia e quello delle relazioni amorose<sup>35</sup>. Da questi dati emerge che lo sviluppo di Internet si è determinato più che da un bisogno tecnologico, dall'esigenza di soddisfare delle nuove forme di attività di socializzazione e quindi una nuova forma di raggruppamento sociale che

35 Epointonline in [www.epointonline.it](http://www.epointonline.it).

sostituisse le forme tradizionali. A tale proposito Castells sostiene che se la cultura hacker ha fornito le fondamenta tecnologiche, la cultura comunitaria ne ha plasmato le forme sociali, i processi e gli usi.<sup>36</sup>

Tuttavia quando si parla di fenomeno sociale di massa dei social network o web community, bisogna fare riferimento agli ultimi dieci anni, con la nascita appunto dei social network come myspace, youtube, messenger, facebook, badoo, twitter ecc.

Tra i vari social networks, quello che si è maggiormente affermato a livello mondiale è stato facebook, che nel 2010 ha registrato cinquecento milioni di utenti, e si attesta oggi come secondo sito più cliccato al mondo dopo google. Pertanto a fronte di due miliardi di utenti collegati su internet a livello mondiale "tabella 4", cinquecento milioni sono utenti del solo social network di facebook.

36 M. Castells, *Galassia Internet*, Milano, 2002.

Tab. 1. - Persone di 6 anni e più che hanno usato Internet almeno una volta negli ultimi 12 mesi<sup>37</sup>

| REGIONI E<br>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE | 2001 | 2002 | 2003 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|---------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Piemonte                              | 29,7 | 28,7 | 30,7 | 34,5 | 34,5 | 40,3 | 41,5 | 45,7 | 51,1 |
| Valle D'Aosta                         | 31,5 | 27,8 | 32,4 | 35,0 | 35,3 | 40,4 | 45,0 | 47,9 | 52,2 |
| Lombardia                             | 32,3 | 32,3 | 34,9 | 37,3 | 42,0 | 43,7 | 47,2 | 50,1 | 55,7 |
| Liguria                               | 28,5 | 27,6 | 31,0 | 30,6 | 34,3 | 35,9 | 38,4 | 44,8 | 48,1 |
| Trentino - Alto Adige                 | 30,9 | 34,7 | 36,0 | 40,1 | 42,1 | 44,4 | 49,0 | 52,5 | 54,7 |
| Bolzano/Bozen                         | 31,9 | 35,8 | 37,3 | 41,0 | 43,5 | 46,4 | 52,4 | 52,8 | 55,0 |
| Trento                                | 29,8 | 33,6 | 34,7 | 39,3 | 40,9 | 42,5 | 45,6 | 52,2 | 54,5 |
| Veneto                                | 29,1 | 31,1 | 33,1 | 35,8 | 37,7 | 40,7 | 43,7 | 46,4 | 50,6 |
| Friuli-Venezia Giulia                 | 30,0 | 31,5 | 31,1 | 34,9 | 36,0 | 39,6 | 45,8 | 50,8 | 51,9 |
| Emilia-Romagna                        | 30,7 | 32,0 | 34,8 | 34,6 | 38,2 | 41,4 | 46,4 | 48,5 | 51,1 |
| Toscana                               | 30,1 | 31,0 | 31,3 | 34,4 | 37,8 | 39,3 | 41,0 | 47,0 | 50,9 |
| Umbria                                | 27,6 | 24,6 | 28,5 | 34,2 | 35,4 | 36,2 | 40,8 | 45,8 | 47,0 |
| Marche                                | 27,5 | 31,1 | 32,8 | 34,5 | 36,0 | 36,8 | 39,8 | 46,7 | 48,0 |
| Lazio                                 | 31,5 | 28,6 | 31,9 | 37,5 | 36,9 | 39,3 | 45,5 | 46,9 | 53,1 |
| Abruzzo                               | 26,6 | 25,7 | 29,9 | 33,5 | 30,8 | 35,7 | 37,5 | 44,4 | 47,6 |
| Molise                                | 25,0 | 23,5 | 27,2 | 27,3 | 29,0 | 31,9 | 36,1 | 40,8 | 43,8 |
| Campania                              | 21,3 | 18,6 | 25,7 | 23,0 | 24,0 | 29,8 | 31,3 | 37,3 | 40,4 |
| Puglia                                | 19,7 | 21,4 | 24,5 | 23,0 | 26,9 | 26,5 | 30,4 | 34,9 | 41,4 |
| Basilicata                            | 21,7 | 25,5 | 28,5 | 29,5 | 30,4 | 32,3 | 35,7 | 39,5 | 40,8 |
| Calabria                              | 20,9 | 20,5 | 23,1 | 25,9 | 26,1 | 30,3 | 32,5 | 36,2 | 43,1 |
| Sicilia                               | 17,1 | 19,3 | 21,2 | 22,3 | 25,1 | 26,9 | 30,9 | 37,2 | 42,3 |
| Sardegna                              | 26,3 | 27,0 | 27,2 | 31,2 | 35,6 | 38,5 | 41,5 | 46,6 | 51,0 |
| Nord-ovest                            | 31,1 | 30,7 | 33,3 | 35,8 | 39,0 | 41,9 | 44,7 | 48,3 | 53,6 |
| Nord-est                              | 30,0 | 31,8 | 33,7 | 35,6 | 38,1 | 41,2 | 45,4 | 48,2 | 51,3 |
| Centro                                | 30,2 | 29,4 | 31,6 | 35,9 | 37,0 | 38,7 | 42,9 | 46,8 | 51,3 |
| Centro-Nord                           | 30,5 | 30,6 | 32,9 | 35,8 | 38,1 | 40,7 | 44,4 | 47,8 | 52,2 |
| Mezzogiorno                           | 20,7 | 20,9 | 24,6 | 24,7 | 26,7 | 29,7 | 32,6 | 38,0 | 42,7 |
| Italia                                | 27,0 | 27,2 | 29,9 | 31,8 | 34,1 | 36,9 | 40,2 | 44,4 | 48,9 |

<sup>37</sup> Anni 2001-2010 (per 100 persone della stessa zona con le stesse caratteristiche) Il 2004 non è presente poiché l'indagine ha subito un cambiamento del periodo di rilevazione da novembre 2004 a febbraio 2005.

Tab. 2. - Persone di 6 anni e più che hanno usato Internet tutti i giorni negli ultimi 12 mesi per regione<sup>38</sup>

| REGIONI<br>E RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE | 2001 | 2002 | 2003 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|---------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Piemonte                              | 8,5  | 9,5  | 9,2  | 12,2 | 13,7 | 18,3 | 18,5 | 21,9 | 27,5 |
| Valle D'Aosta/Vallée D'Aoste          | 6,0  | 8,0  | 9,3  | 11,2 | 12,9 | 16,1 | 18,1 | 20,3 | 26,9 |
| Lombardia                             | 9,4  | 12,6 | 11,8 | 15,0 | 19,9 | 23,3 | 23,4 | 26,6 | 31,5 |
| Liguria                               | 8,1  | 9,1  | 8,4  | 11,6 | 13,6 | 17,0 | 16,8 | 21,1 | 25,9 |
| Trentino - Alto Adige                 | 7,3  | 9,6  | 8,9  | 13,6 | 16,7 | 21,7 | 18,7 | 23,6 | 25,6 |
| Bolzano/Bozen                         | 7,9  | 8,9  | 10,0 | 14,7 | 16,4 | 21,1 | 18,7 | 22,5 | 24,3 |
| Trento                                | 6,7  | 10,3 | 7,9  | 12,6 | 17,0 | 22,2 | 18,8 | 24,6 | 26,8 |
| Veneto                                | 7,0  | 9,1  | 9,9  | 11,7 | 15,4 | 19,1 | 18,5 | 21,3 | 27,1 |
| Friuli-Venezia Giulia                 | 7,4  | 9,5  | 8,0  | 12,8 | 15,8 | 20,4 | 17,6 | 23,5 | 27,3 |
| Emilia-Romagna                        | 8,6  | 11,4 | 12,0 | 12,8 | 16,5 | 21,8 | 20,4 | 24,5 | 27,2 |
| Toscana                               | 7,5  | 10,3 | 10,8 | 12,8 | 15,3 | 20,1 | 19,1 | 24,1 | 31,1 |
| Umbria                                | 6,1  | 6,9  | 8,8  | 9,5  | 13,1 | 18,3 | 18,7 | 21,0 | 24,8 |
| Marche                                | 7,0  | 8,1  | 8,1  | 11,4 | 13,6 | 18,2 | 16,4 | 21,7 | 27,0 |
| Lazio                                 | 9,4  | 8,3  | 11,9 | 14,4 | 16,9 | 21,9 | 21,3 | 24,9 | 30,1 |
| Abruzzo                               | 6,6  | 7,4  | 8,2  | 9,6  | 11,1 | 16,4 | 16,1 | 21,2 | 23,6 |
| Molise                                | 4,0  | 5,3  | 7,1  | 8,6  | 9,5  | 14,3 | 13,9 | 18,1 | 22,2 |
| Campania                              | 5,2  | 5,1  | 6,5  | 6,9  | 9,0  | 14,4 | 13,7 | 18,2 | 21,5 |
| Puglia                                | 4,9  | 5,7  | 5,9  | 7,6  | 9,7  | 12,5 | 10,0 | 15,8 | 21,0 |
| Basilicata                            | 4,0  | 5,2  | 8,0  | 8,8  | 10,6 | 13,6 | 14,0 | 16,8 | 19,5 |
| Calabria                              | 4,4  | 5,0  | 5,2  | 6,3  | 8,6  | 13,0 | 11,0 | 16,3 | 21,4 |
| Sicilia                               | 4,5  | 4,9  | 5,7  | 6,2  | 9,6  | 12,3 | 13,2 | 17,1 | 19,8 |
| Sardegna                              | 5,3  | 6,3  | 7,1  | 9,3  | 13,3 | 17,9 | 17,7 | 22,3 | 27,7 |
| Nord-ovest                            | 8,9  | 11,3 | 10,7 | 13,8 | 17,5 | 21,2 | 21,3 | 24,6 | 29,8 |
| Nord-est                              | 7,7  | 10,0 | 10,4 | 12,4 | 16,0 | 20,5 | 19,1 | 23,0 | 27,0 |
| Centro                                | 8,2  | 8,8  | 10,8 | 13,1 | 15,6 | 20,5 | 19,7 | 23,9 | 29,6 |
| Centro-Nord                           | 8,4  | 10,2 | 10,6 | 13,2 | 16,5 | 20,8 | 20,2 | 23,9 | 28,9 |
| Mezzogiorno                           | 4,9  | 5,4  | 6,3  | 7,2  | 9,8  | 13,8 | 13,1 | 17,8 | 21,6 |
| Italia                                | 7,1  | 8,5  | 9,1  | 11,1 | 14,1 | 18,3 | 17,7 | 21,8 | 26,4 |

Fonte: Istat, indagine multiscopo sulle famiglie (Aspetti della vita quotidiana). Il 2004 non è presente poiché l'indagine ha subito un cambiamento del periodo di rilevazione da novembre 2004 a febbraio 2005.

<sup>38</sup> Anni 2001-2010 (per 100 persone della stessa zona con le stesse caratteristiche).

Tab. 3. - Persone di 6 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi in Italia per sesso e classe di età Anno 2010 (per 100 persone con le stesse caratteristiche).

| CLASSI DI ETÀ | MASCHI | FEMMINE | TOTALE |
|---------------|--------|---------|--------|
| 6-10          | 38,0   | 35,2    | 36,7   |
| 11-14         | 75,1   | 76,4    | 75,7   |
| 15-17         | 89,2   | 85,2    | 87,2   |
| 18-19         | 90,4   | 90,5    | 90,4   |
| 20-24         | 82,5   | 81,6    | 82,1   |
| 25-34         | 74,4   | 72,1    | 73,3   |
| 35-44         | 68,2   | 61,0    | 64,6   |
| 45-54         | 60,1   | 46,3    | 53,0   |
| 55-59         | 49,6   | 32,8    | 41,0   |
| 61-64         | 34,1   | 16,6    | 25,2   |
| 65-74         | 19,0   | 6,4     | 12,1   |
| 75 e più      | 3,8    | 0,8     | 2,0    |
| Totale        | 54,6   | 43,6    | 48,9   |

Fonte: Istat, Indagine multiscopo sulle famiglie "Aspetti della vita quotidiana"

Tab. 4. - Percorso storico internet Di Nicola.<sup>39</sup> Fonte: Istat P. Di Nicola

|      |   |
|------|---|
| 1968 | creazione della rete arpanet  |
| 1969 | prima versione di Unix  |
| 1972 | Introduzione del linguaggio C   |
| 1973 | sviluppo del protocollo TCP/IP  |
| 1979 | AT&T inizia commercio di UNIX   |
| 1979 | lancio di BSD<br>(Unix in versione open di Berkeley)                        |
| 1979 | Sviluppo di Send mail   |
| 1984 | Lancio del progetto GNU (Stallman)  |
| 1985 | Creazione della Free Software Foundation                                    |
| 1991 | Lancio progetto Linux (Torvalds)  |
| 1994 | Lancio di RedHat  |
| 1995 | Creazione Apache Software Foundation  |
| 1998 | Creazione della open source Initiative<br>(Raymond); 1998 lancio di Mozilla |
| 2000 | Linux nei prodotti IBM;<br>Sun lancia Open Office                           |
| 2001 | Il parlamento tedesco considera Linux<br>una valida alternativa             |
| 2003 | Microsoft annuncia rilascio codice di Windows                               |

<sup>39</sup> P. Di Nicola 2004 Fonte [www.istat.it](http://www.istat.it).

## 5 ANALISI EMPIRICA:

### I PROTAGONISTI DELLE COMUNITÀ VIRTUALI

L'indagine empirica ha lo scopo di dimostrare attraverso il rilevamento di alcuni dati statistici, la percezione che hanno i protagonisti del web sulla differenza tra le comunità reali e quelle virtuali. Prima di entrare nel merito della ricerca si rende opportuno fare la fotografia dell'Italia su quanti sono gli utenti che si collegano ad Internet. Dal rapporto Istat "Cittadini e nuove tecnologie anno 2010" emerge che l'Italia a differenza degli altri paesi europei è ancora indietro rispetto sia al possesso d'internet che alla qualità della connessione. Secondo il rapporto, il nostro Paese si colloca al ventesimo posto in Europa per possesso di Internet e per l'accesso mediante banda larga. Tuttavia rispetto al 2009 nel 2010 si ha un incremento dell'accesso ad Internet del 11,13% circa e della connessione a banda larga pari al 25,6% circa. La tendenza dai dati rilevati su audiweb per l'anno 2011 e nei primi mesi del 2012 è in crescita, infatti, di giorno in giorno, la rete acquisisce nuovi utenti. Secondo il rapporto Istat, l'utilizzo della rete è prevalentemente per spedire o ricevere e-mail (78,5%), per apprendere (67,7%) e per cercare informazioni su merci e servizi (62,8%). Inoltre dai dati ISTAT emerge come le attività di socializzazione hanno acquisito un ruolo importante nell'utilizzo della rete, infatti: il 45% degli utenti di Internet, utilizza siti di *social network* (Facebook, Twitter, My space, Badoo ecc.) il 36,7% inserisce messaggi in chat, blog, newsgroup o forum di discussione online e il 26,8% utilizza i servizi d'*instant messaging*.

Le attività di socializzazione attraverso i *social networks*, anche nel 2011, hanno dimostrato un incremento rispetto al 2010, infatti se si analizzano gli iscritti ad esempio su facebook, osserviamo come su ventisei milioni e seicento mila utenti collegati su internet in Italia, ventidue milioni sono utenti facebook (82%). Questi dati rilevano come l'utilizzo d'internet e del *social network* sia diventato un fenomeno sociale di massa, e pertanto si rende opportuno capirne e osservarne gli effetti sugli individui.

La ricerca dunque si pone l'obiettivo di capire le relazioni sociali che s'intercorrono attraverso il web e inoltre se tali rapporti, possono essere considerati ancora virtuali oppure reali.

Tabella 5. Percorso storico di Internet<sup>40</sup>

|       |   |
|-------|---|
| 1960  | Avvio delle ricerche di ARPA, progetto del Ministero della difesa degli Stati Uniti   |
| 1967  | Prima conferenza internazionale sulla rete ARPANET  |
| 1969: | Collegamento dei primi computer tra 4 università americane  |
| 1971  | La rete ARPANET connette tra loro 23 computer   |
| 1972  | Nascita dell'Inter Networking Working Group, organismo incaricato della gestione di Internet. RayTomlinson propone l'utilizzo del segno @ per separare il nome utente da quello della macchina  |
| 1973  | La Gran Bretagna e la Norvegia si uniscono alla rete con un computer ciascuna.  |
| 1979  | Creazione dei primi Newsgroup (forum di discussione) da parte di studenti americani   |
| 1981  | Nasce in Francia la rete Minitel. In breve tempo diventa la più grande rete di computer al di fuori degli USA   |
| 1982  | Definizione del protocollo TCP/IP e della parola Internet   |
| 1983  | Appaiono i primi server dei nomi dei siti   |
| 1984  | La rete conta ormai mille computer collegati  |
| 1985  | Sono assegnati i domini nazionali: .it per l'Italia, .de per la Germania, .fr per la Francia, ecc.  |
| 1986  | Viene lanciato LISTERV, il primo software per la gestione di una mailing list. In aprile, da Pisa, sede del Centro Nazionale Universitario di Calcolo Elettronico (Cnuce) viene realizzata la prima connessione Internet dall'Italia con gli Stati Uniti. |
| 1987  | Sono connessi 10 000 computer. Il 23 dicembre viene registrato "cnr.it", il primo dominio con la denominazione geografica dell'Italia; è il sito del Consiglio Nazionale delle Ricerche.  |
| 1989  | Sono connessi 100mila computer  |
| 1990  | Scomparsa di ARPANET; apparizione del linguaggio HTML   |
| 1991  | Il CERN (Centro Europeo di Ricerca Nucleare) annuncia la nascita del World Wide Web   |
| 1992  | Un milione di computer sono connessi alla rete  |
| 1993  | Apparizione del primo browser pensato per il web, Mosaic  |
| 1996  | Sono connessi 10 milioni di computer  |
| 1999  | Gli utenti di Internet sono 200 milioni in tutto il mondo   |
| 2008  | Gli utenti di Internet sono circa 600 milioni in tutto il mondo   |
| 2009  | Gli utenti di Internet sono circa 1 miliardo in tutto il mondo  |
| 2011  | Gli utenti di Internet sono circa 2 miliardi in tutto il mondo  |

Fonte: [www.wikipedia.it](http://www.wikipedia.it)

<sup>40</sup> Wikipedia in [www.wikipedia.it](http://www.wikipedia.it).

## IPOTESI DI RICERCA

Dalla lettura dei dati Istat e di audiweb, si evidenzia come il fenomeno del web e di conseguenza la socializzazione attraverso la partecipazione ai *social network*, è molto attuale.

Che cosa porta tanta gente a utilizzare una buona parte del proprio tempo su internet?

Perché si tende ad incontrarsi sul *social network* quando ci si potrebbe incontrare di persona?

Che cosa spinge una persona ad iscriversi a una comunità virtuale rispetto ad un'altra?

Perché ventidue milioni di utenti su internet nel 2011 si sono iscritti sul *social network* Facebook?

Cercheremo di partire da queste domande per elaborare la nostra tesi.

Inizialmente alle domande poste sopra, risponderemo con un'altra domanda.

Vista la notevole crescita e partecipazione degli individui alle comunità virtuali, possono essere considerate ancora virtuali?

La nostra indagine pertanto seguirà alcune ipotesi che avranno l'ambizione di dimostrare come le comunità cosiddette virtuali non sono da considerare troppo virtuali.

Le ipotesi di riferimento sono:

- Capire l'età media che utilizza il *social network* o *web community* e quanto tempo si dedica nel web.

- Che tipo di rapporto s'instaura nella comunità online, la continuità nel tempo e qual è la differenza con la vita normale.

- Capire se le comunità che si formano nel web abbiano una continuità fuori dallo strumento tecnologico.

- Capire se il web è uno strumento di socializzazione virtuale o reale, che si ripercuote anche all'esterno.

- Capire se il web ha avvicinato le persone nei rapporti interpersonali o abbia accentuato l'individualismo.

## METODOLOGIA DI RICERCA

Il metodo d'indagine applicato per la rilevazione dei dati ha seguito quattro fasi principali:

- Osservazione degli utenti dei *social network*: (Facebook, Badoo, My space);
- Questionario sul web inviato attraverso il sito [surveymonkey](http://surveymonkey.it)<sup>41</sup>;
- Questionario cartaceo;
- Confronto delle risposte e accorpamento con un'unica rilevazione.

La prima fase è stata caratterizzata da un'accurata osservazione degli iscritti sui *social networks* (facebook, badoo e myspace). L'indagine pertanto è servita per capire le abitudini, i comportamenti e le motivazioni che hanno spinto gli utenti ad iscriversi.

La seconda fase ha visto la somministrazione a 100 utenti di facebook (che sono state prese direttamente dai contatti sul *social network*) di un questionario online composto di quaranta domande a risposte multiple.

La terza fase ha riguardato la somministrazione di un questionario cartaceo composto da trentasei domande a risposte multiple e due domande a risposte aperte a 200 persone.

La quarta e ultima fase è servita per mettere in relazione le risposte di tutte e due i questionari di riferimento ed elaborare i grafici.

## ELABORAZIONE DEI DATI

Dopo aver individuato gli obiettivi e le ipotesi d'indagine, siamo entrati nel merito della ricerca, attraverso la raccolta dei dati empirici.

La prima fase di indagine ha visto per circa un anno l'osservazione (attraverso l'occhio dell'osservatore) del comportamento degli utenti dei tre *social network* (Facebook, Badoo, My Space) che sono stati presi a riferimento per il nostro studio. Pertanto, abbiamo analizzato: quattro profili su (facebook)<sup>42</sup>, un profilo su (Badoo)<sup>43</sup>, e uno su (MySpace)<sup>44</sup>. Dall'osservazione dei *social network*, è emerso che Facebook viene utilizzato come una vetrina, alla quale tutti partecipano, sia per promuovere la propria immagine sia perché permette fa-

41 Il questionario [www.surveymonkey.it](http://www.surveymonkey.it).

42 [www.facebook.it](http://www.facebook.it) (profili Carlo Bonifati, Spettacolo e benessere, festa universitaria, ESN Catanzaro).

43 [www.badoo.com](http://www.badoo.com) (Carlo Bonifati).

44 [www.myspace.it](http://www.myspace.it) (profilo Carlo Bonifati).

ilmente di comunicare con persone distanti e sia perché si può promuovere con facilità la propria azienda o evento. Badoo invece si utilizza maggiormente per fini d'incontri o relazioni anche a scopo sessuale. My Space infine può essere considerato il social network degli artisti e dei creativi.

L'interpretazione è stata oggetto di osservazione di ogni singolo social network.

Il primo social network oggetto dello studio è stato Facebook (Grafico 1 e 2).

Dall'osservazione quotidiana (circa un anno) dei quattro profili (Grafico 1) è emerso che su un campione di 5000 contatti, circa 80% esprime quotidianamente uno stato d'animo, attraverso una forma comunicativa di una frase, un collegamento ipertestuale di una canzone o di un'immagine; il 60% lo utilizza per giocare; le persone che hanno un interesse lo usano soprattutto per promuovere eventi o la propria attività; circa il 20% degli utenti a prescindere dall'ora di riferimento è connesso online; i partecipanti ai gruppi aderiscono soprattutto per condivisione e interesse, inoltre si evidenzia che all'interno dei gruppi emerge sempre la figura di un opinion leader, che stimola e influenza i partecipanti ad intervenire alle discussioni; infine si nota un certo equilibrio di generi tra uomo e donna e un'età media dai 20 ai 37 anni che si collega online almeno una volta al giorno.

Grafico 1. - Il numero complessivo espresso in percentuali di contatti, presenti nei quattro Profili del social network Facebook.

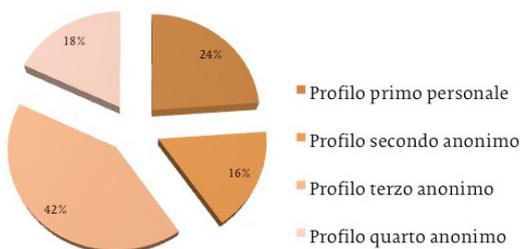
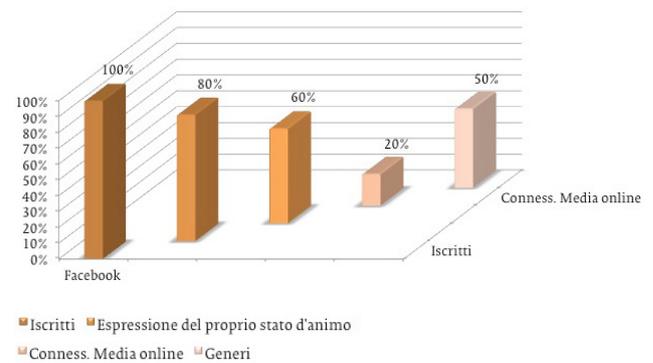


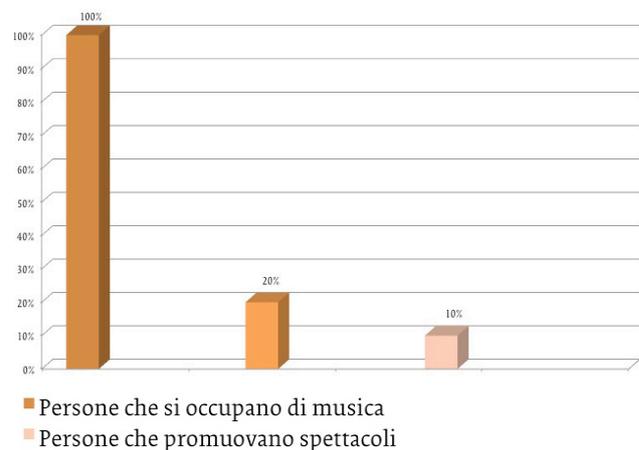
Grafico 2. - Persone che utilizzano Facebook.



Il secondo social network di riferimento è stato Badoo.

Prima di procedere all'osservazione dello stesso, si rende opportuno rilevare il suo mutamento da strumento di socializzazione globale a strumento di promozione di incontri e relazioni. Dal monitoraggio quotidiano (per circa un anno) del social network, infatti, è emerso, che la maggior parte degli iscritti lo usa soprattutto per cercare di approfondire una conoscenza al di fuori del web. Di fatti, dall'osservazione del profilo di circa 3000 utenti è emerso che: il 75% è in cerca di un rapporto o di una relazione, il 15% di amicizia e 10% varie.

Grafico 3. Persone che utilizzano Badoo.

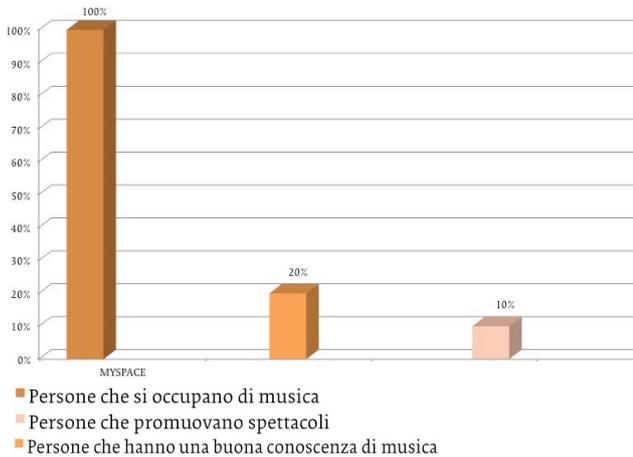


L'ultimo social network osservato è stato My Space.

Dallo studio iconografico del social network si evidenzia subito l'oggetto di riferimento, che è indicato nella musica o nell'arte. Or dunque l'utente tipo di My Space è una persona che ha una buona cultura musicale ed artistica. Di fatti dall'osservazione quotidiana degli utenti iscritti su My Space si rileva che su 2000 profili esami-

nati, il 70% si occupano personalmente di musica (Deejay, Cantanti ecc.) il 20% anche se non si occupano di musica in prima persona, hanno una buona conoscenza musicale e il restante 10% lo utilizza per promuovere eventi di spettacolo.

Grafico 4. - Persone che utilizzano My Space.



La seconda e terza fase di ricerca ha riguardato la rilevazione dei dati dei questionari somministrati sia online che in forma cartacea, dalla quale, si sono prima estrapolati i dati e poi confrontati. Premesso che le domande di riferimento somministrate erano le stesse, pertanto i grafici presentati di seguito indicheranno la rilevazione complessiva dei questionari di riferimento.

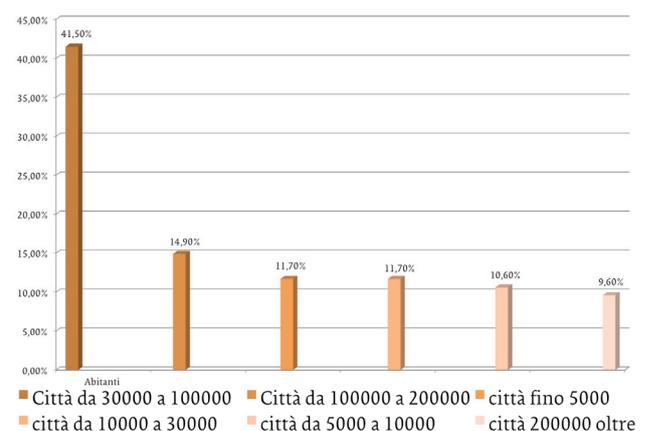
Prima di analizzare i protagonisti della ricerca è fondamentale una preliminare ricognizione in merito ai dati socio-demografici del campione ottenuto, costituito da un totale di 300 persone che utilizzano il social network quasi tutti i giorni, di cui 100 rilevati attraverso il questionario online, e 200 attraverso quello cartaceo. Il primo elemento che si è considerato è stato l'età: come mostra la tabella 6, il 50% del campione ha un'età tra i 19 e i 30 anni, mentre il 47% ha un'età tra i 31 ai 50 mentre oltre i 50 solo il 3% ha risposto alle domande. Dai dati rilevati nella tabella n. 5, si conferma l'analisi Istat sulla classe di età che utilizzano internet, infatti, anche da quest'indagine, emerge che a utilizzare maggiormente internet e di conseguenza le comunità virtuali, sono le persone che hanno un'età dai 15 ai 45 anni, ovviamente con delle differenze di classi di età, sopra i 45 anni invece l'utilizzo di internet tende a diminuire.

Gli altri elementi che si sono considerati hanno riguardato il genere, il titolo di studio, la professione e la città di provenienza per numero di abitanti. La differenza di generi vede il 52% di donne e il 48% uomini, nel grafico n. 5, si riportano i dati concernenti, la città di provenienza. Dall'estrapolazione dei dati, emerge che circa il 50% del campione vive in una città con un numero di abitanti che oscilla dai 30000 ai 100000 abitanti; il 14% da 5000 a 10000 abitanti; 11,7% fino a 5000 abitanti; 11,7% da 10000 a 30000 abitanti; il 10,6% da 5000 a 10000 abitanti e il 9,60% sopra i 200000 abitanti. Il 58% circa del campione è diplomato, il 17% ha una laurea, il 10% ha un titolo post laurea, il 6% ha un diploma di licenza media, il 6% ha un diploma di laurea triennale, il 2% ha un altro titolo di studio. Il 29% del campione dichiara di essere occupato, il 27% di essere studente, il 16% di essere disoccupato, il 2% di essere in cerca di prima occupazione, il 2% di essere casalinga, il 2% di essere in pensione, infine circa 11% o non risponde o risponde altro.

Tab. 6. - Età in classi del campione.

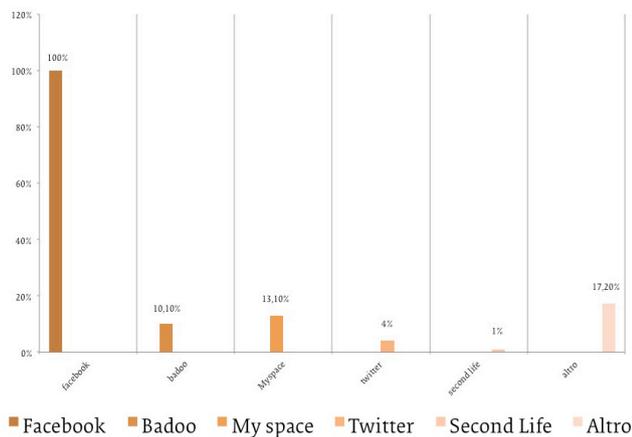
| CLASSI DI ETÀ   | INTERVISTATI 100 | 100% |
|-----------------|------------------|------|
| Da 20 a 30      | 52               | 50   |
| Da 31 a 40      | 34               | 34   |
| Da 41 a 50      | 12               | 13   |
| Oltre i 50 anni | 3                | 2    |

Grafico 5. - Si prende in considerazione il numero di abitanti in cui gli utenti vivono abitualmente.



Una volta rilevato il campione di riferimento, sono state analizzate le risposte alle singole domande, accorpendo le stesse in aree tematiche, poiché si è scelto di utilizzare un questionario costituito da domande chiuse a risposte multiple. Questo sistema di rilevazione ha portato ad applicare delle domande di richiamo. Pertanto i grafici qui esposti riguardano la raccolta dei dati di tutte le domande che si riferiscono ai questionari somministrati sia attraverso il web sia in forma cartacea. Dall'analisi delle risposte degli intervistati è emerso (Grafico 6) che tutti sono iscritti su facebook, il 13% su My space, il 10% su badoo, il 10% Twitter, 1% Second life, mentre il 17% ha risposto altro. Inoltre il 50% è iscritto a tre social network il 30% più di tre, il 20% a due e il restante 10% è iscritto solo su facebook.

Grafico 6. - Classificazione per frequentazione di social network.



Alla domanda su che cosa cerchi in una comunità online, (formulata in più domande nell'ambito del questionario), e qual è la motivazione che ti spinge ad iscriverti (grafico 7), gli intervistati hanno risposto, (prendendo in riferimento solo molto e abbastanza), per il 74% che è un'esigenza determinata da una società complessa, per il 90% è un bisogno sociale, per 80% è un'esigenza di comunicazione, il 69% per immagine, 88% per accedere a informazione e per 86% per amicizia. Si osserva inoltre che le persone che utilizzano i social network: tra il 60% al 70% lo usa per fare amicizia, il 28% per incontrare vecchi compagni di scuola, per oltre il 70% ritrova vecchi amici, circa il 30% e in cerca di amici in rete.

Se poi si prende in esame l'utilizzo del social network sia a proposito del rapporto con le persone, sia in funzione dei giochi file ecc., si evidenzia (si prende in esame solo molto e abbastanza) che 82% di persone sono interessati a relazionarsi con gli altri, il 60% partecipa alle discussioni, il 45% ai forum, il 76% utilizza quotidianamente la chat per comunicare con gli altri, il 48% comunica il suo stato d'animo e solo il 15% è interessato ad una relazione sentimentale, inoltre circa il 60% usa condividere un link o mettere un'immagine, foto ecc, il 49% promuove gruppi di interessi, mentre il 46% pubblica e promuove eventi. Per entrare nel merito dei rapporti all'interno della community, abbiamo chiesto di dirci quali sono le ultime attività svolte nell'ultimo anno, (grafico 8) è emerso che il 70% ha utilizzato la chat per comunicare con gli amici, il 66% ha modificato il profilo almeno per una volta in un mese, il 53% ha partecipato al forum, il 70% ha utilizzato la mail del web per comunicare con le persone, il 47% ha pubblicato almeno un evento e condiviso un link, e il 35% lo ha utilizzato per giocare. Se poi si chiede che sensazione di te trasmetti agli altri, gli intervistati hanno risposto per il 97% dice di rappresentarsi com'è nella vita reale mentre solo il 3% si sente libero di allontanarsi dal modo di essere nel quotidiano. Poi se si entra nelle informazioni personali, relativi ai dati inseriti dagli intervistati nel loro profilo di social network, (grafico 9 e tabella 7). Si evidenzia che: in media circa il 70% degli intervistati con delle percentuali che variano dal 56% al 75% nel loro profilo, inseriscono dati reali riguardante l'età, le foto, il titolo di studio, la professione, il rapporto sentimentale, mentre il 25% con differenze che vanno da 1% al 40% nel loro profilo evitano di indicare la mail personale, la descrizione fisica, il telefono fisso o cellulare. Inoltre, questi dati sono confermati dalla tabella n. 6, infatti, alla domanda se l'identità online è diversa da quella reale, gli intervistati hanno risposto per la maggioranza di non avere mai cambiato l'identità con delle percentuali che oscillano dal 65% al 96%, mentre da 0 al 17% ha risposto che ha cambiato l'identità spesso, e dal 4% al 20% ha risposto di averla cambiata qualche volta.

Grafico 7. - Motivazione per entrare in una comunità virtuale

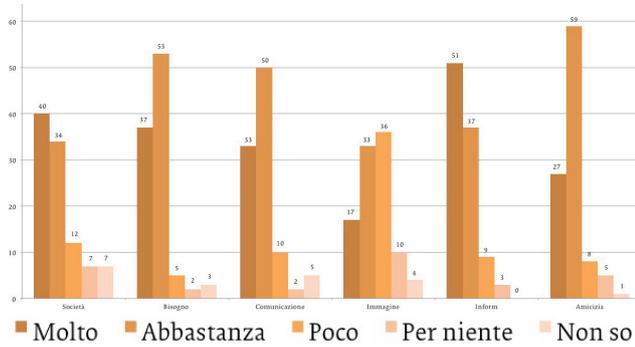


Grafico 8. - Le attività svolte negli ultimi 12 mesi.

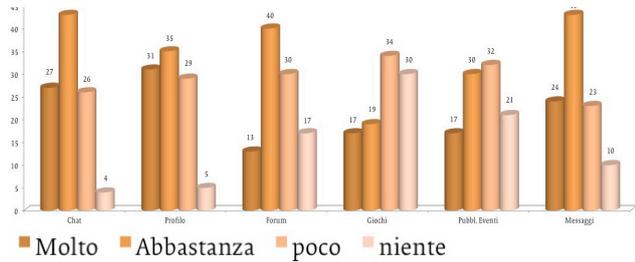
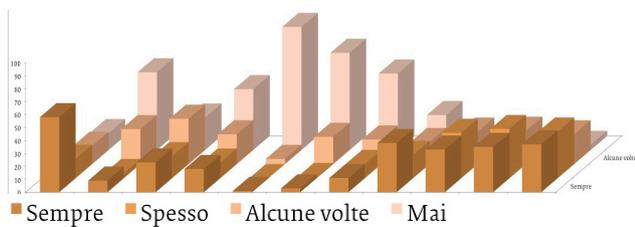


Grafico 9. - Dati personali inseriti nel profilo.



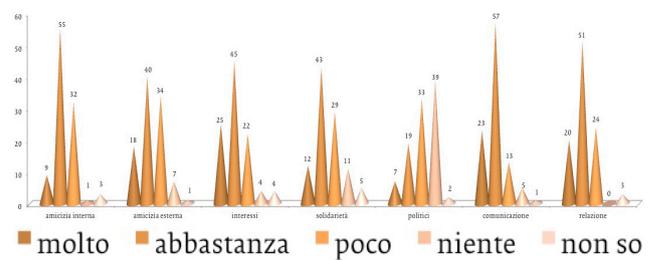
Dopo aver analizzato il tipo d'identità che si utilizza online, l'uso che si fa del social network, la motivazione ad iscriversi e il compor-

Tab. 7. - Identità all'interno della comunità virtuale.

| IDENTITÀ ONLINE DIVERSA DA QUELLA REALE | VOCE                   | SPESSE | ALCUNE VOLTE | MAI |
|---|------------------------|--------|--------------|-----|
|   | Nome                   | 17%    | 18%          | 65% |
|   | Età                    | 6%     | 20%          | 74% |
|   | Genere uomo/donna      | 4.5%   | 6.5%         | 89% |
|   | Professione            | 0.0%   | 4%           | 96% |
|   | Provenienza geografica | 0.0%   | 15%          | 85% |
|   | L'aspetto fisico       | 0.0%   | 7%           | 93% |
|   | Interessi              | 0.0%   |              |     |
|   | Foto                   | 4%     | 18           | 76  |

tamento all'interno delle comunità virtuali, ora ci accingiamo ad analizzare i rapporti che s'istaurano all'interno della comunità. (Grafico n. 10), secondo la rilevazione emerge che circa il 64% ha un rapporto di amicizia interna al social network, il 58% ha un rapporto di amicizia che continua anche all'esterno del web, il 70% ha rapporti d'interesse, il 55% inoltre ha rapporti di tipo solidale, il 61% ha rapporti politici, e il 75% in media con delle percentuali che oscillano tra il 70% e 80%, ha dei rapporti di relazione e di comunicazione quotidiana. Per quanto riguarda i rapporti sentimentali il 25% dichiara di aver avuto una relazione sentimentale e che la stessa è nata per il 30% attraverso la chat, il 29% seguito di una nuova conoscenza il 14% da una vecchia amica, il 10% all'interno di un gruppo a tema, il 17% da incontri fuori il web.

Grafico 10. - Rapporti all'interno della comunità virtuale.



Nell'ultima parte di analisi si analizzano i giudizi che sono stati espressi dagli intervistati sulle comunità virtuali, a proposito, delle

considerazioni personali, dei possibili vantaggi o svantaggi e degli effetti sulle relazioni tra le persone.

(Grafico n. 11), A tale proposito il 21% considera la comunità online come virtuale, il 21% come reale, il 24% ritiene che i rapporti all'interno della comunità online siano rilevanti mentre il 10% li considera irrilevanti, il 16% quasi rilevanti e 8% quasi irrilevanti. Da questo dato si evidenzia come il fenomeno del web non sia ancora del tutto chiaro tuttavia dalle risposte degli intervistati emerge che il 60% li considera importanti e di conseguenza rilevanti ai fini sociali, mentre sotto il 40% li considera poco reali. Per quanto concerne il giudizio espresso dagli intervistati sulle differenze tra le comunità virtuali e reali (come mostra il grafico n. 12), si evidenzia che in media circa il 65% con delle oscillazioni che vanno tra il 53% al 75% considera i rapporti interpersonali, di amicizia, sociali, sentimentali, di conoscenza o comunicazione diversi dai rapporti fuori dal web. Ciò nonostante gli stessi intervistati alla domanda se la nascita delle comunità online abbia portato dei miglioramenti nella vita sociale, hanno risposto che il miglioramento ha riguardato soprattutto i rapporti sociali, di solidarietà, di comunicazione e inoltre a dato la possibilità di accedere liberamente alla conoscenza, mentre per quanto concerne i rapporti familiari, politici o di religione e sentimentali gli intervistati non ritengono che il web abbia portato dei miglioramenti. Poi alla domanda sui possibili vantaggi ad incontrarsi nel web, gli stessi (grafico n. 13), con percentuali che oscillano dal 65% all'80%, hanno risposto che i vantaggi riguardano soprattutto la possibilità di migliorare la comunicazione, il rapporto con le persone, inoltre si è più diretti, si ha la possibilità di nascondere meglio la timidezza, e allo stesso modo si ha la possibilità di esprimere le proprie idee in libertà. Inoltre alla domanda se ritieni che ci siano vantaggi a comunicare tramite un profilo anonimo, gli intervistati hanno risposto per il 67% che non c'è nessun vantaggio, mentre il 20% ritiene che ci sia, il 9% invece considera che il vantaggio si manifesti poiché si è più liberi nell'esprimere il suo modo di essere, mentre il 4% ritiene che può es-

mere altri modi di essere. Infine alla domanda se l'appartenenza alla comunità virtuale abbia influito o migliorato i rapporti con gli altri, gli intervistati hanno risposto nella maggioranza dei casi che non ha cambiato il loro comportamento come mostra il grafico n. 13.

Grafico 11.- Giudizio sulle comunità virtuali.

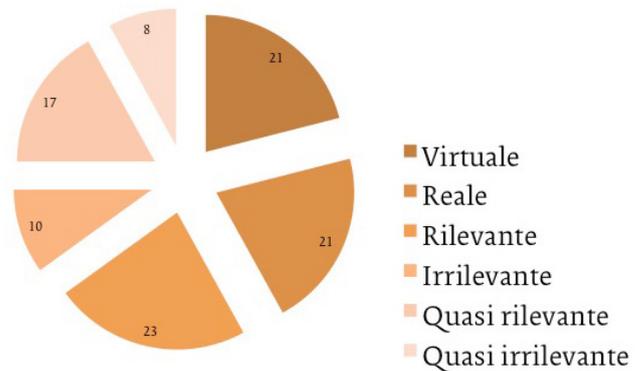


Grafico 12. - Differenza tra comunità reale e virtuale nei rapporti sociali.

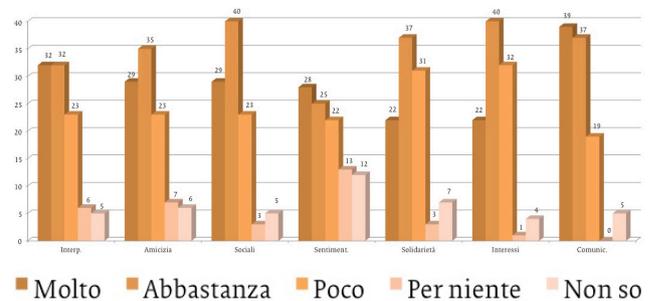
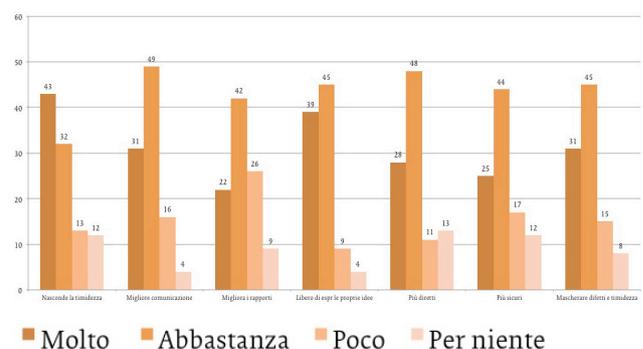


Grafico 13. - I vantaggi di incontrarsi nel web.



## 6. CONCLUSIONI

Traiamo, adesso le nostre conclusioni, ribadendo che ci siamo rafforzati nell'idea che tra mondo reale e mondo virtuale il filo di intersezione è sottilissimo e talora inesistente.

L'analisi che abbiamo proposto si è sviluppata in due fasi distinte, una teorica ed una di ricerca.

L'aspetto che ci ha interessato maggiormente, dal punto di vista teorico, è stato il dibattito sorto intorno al tema delle comunità virtuali; un tema che è stato come pochi oggetto delle più diverse interpretazioni da parte di coloro che ne esaltano gli aspetti positivi, sostenendo che con l'avvento delle comunità virtuali si è di fatto costruita una sorta d'intelligenza collettiva, di sapere comune condiviso, che tutti gli individui virtuali contribuiscono a creare ed elaborare, e dall'altro da parte di coloro che ne evidenziano gli aspetti negativi, giacché le comunità virtuali sarebbero da considerate come forme collettive deboli e prive della necessaria coesione che rende una comunità tale.

Al di là dei giudizi discordi un dato è incontestabile ed è relativo alla straordinaria diffusione che le comunità virtuali hanno visto a livello planetario, il che rafforza in noi la convinzione, che nell'ambito dei rapporti sociali non corra alcuna differenza tra il mondo reale e mondo virtuale, e che anzi, assai spesso, le comunità virtuali hanno svolto quell'attività di propulsore sociale che nella comunità reale stentava a svilupparsi.

Crediamo, pertanto, che le comunità virtuali siano un supporto ed una alternativa vera alle comunità reali, e costituiscano una stampella più che valida alle crisi sempre più frequenti e coinvolgenti della comunità reale.

In conclusione crediamo che le comunità che si formano all'interno del web siano da interpretare in maniera decisamente positiva, confortati in questo giudizio anche dalla nostra ricerca i cui esiti dimostrano senza equivoci che i rapporti nati all'interno delle comunità virtuali assai di frequente proseguono anche al di fuori di questi e si trasformano in relazioni reali.

*Carlo Bonifati, collabora alle cattedre di Sociologia del diritto e di Sociologia della devianza della Facoltà di Giurisprudenza dell'università Magna Graecia di Catanzaro, titolare il prof. Bruno M. Bilotta. Ha conseguito il titolo di dottore in scienze dell'amministrazione presso l'Università Magna Graecia di Catanzaro e si è specializzato negli studi Im-*

*prenditoriali presso la fondazione F.I.E.L.D (centro studi e ricerche) della regione Calabria e alla Curtin University of Technology (Curtin Business School) di Perth Australia. È docente nelle materie di Comunicazione, Tecniche di vendita, Sicurezza sul lavoro e Diritti e doveri dei lavoratori presso l'Ente di Formazione ISIM di Catanzaro e T.M.S. di Milano. Ha svolto studi sulle organizzazioni delle pubbliche amministrazioni ultimate con la discussione della Tesi di laurea in Sociologia dell'Amministrazione, dal titolo "La Pubblica amministrazione come sistema complesso: un'analisi socio giuridica e ricerca su un modello empirico" relatore prof. Bruno M. Bilotta. È impegnato attualmente in ricerche sulla devianza giovanile e sulle comunità virtuali. Si occupa professionalmente di consulenza alle piccole medie imprese.*

*carlo.bonifati@libero.it*