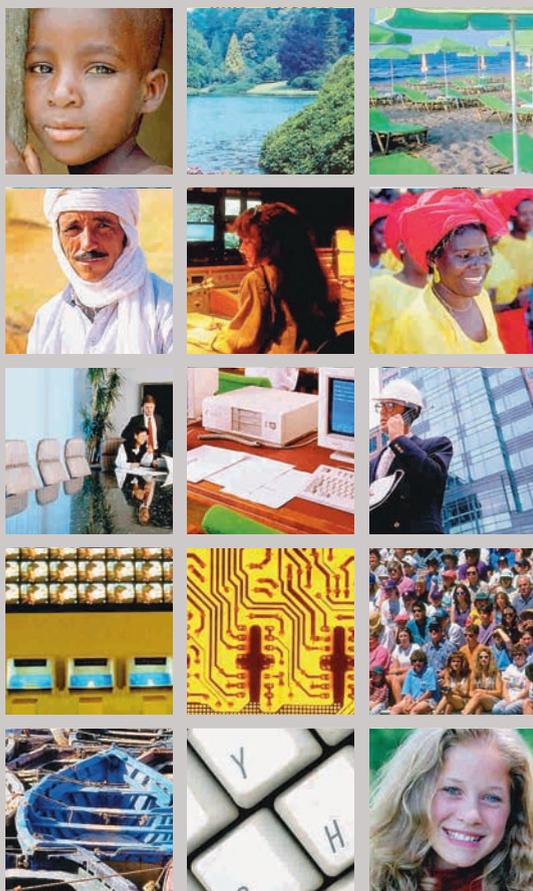


Osservatorio sull'Economia sociale e civile in Sardegna XIV Rapporto 2019

Ricerche di Economia sociale e civile in Sardegna

FrancoAngeli



Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.





Hanno collaborato al XIV Rapporto sull'economica sociale e Civile della Sardegna *Antonello Caria, Sara Frau, Vania Statzu.*

Speciali ringraziamenti all'Assessore Alla Programmazione della RAS *Giuseppe Fasolino*, al Presidente della Fondazione di Sardegna *Antonello Cabras*, al Coordinatore del Gruppo di Lavoro Politiche per la ricerca scientifica e l'innovazione tecnologica CRP RAS *Fabio Tore.*

Si ringrazia il Presidente delle ACLI della Sardegna *Franco Marras.*

Osservatorio sull'Economia sociale e civile in Sardegna XIV Rapporto 2019

FrancoAngeli

Copyright © 2021 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

INDICE

| | | |
|---|------|----|
| Introduzione , a cura di <i>Antonello Caria, Sara Frau e Vania Statzu</i> | pag. | 7 |
| 1. I social network e gli indicatori di partecipazione sociale nell'ambito dell'analisi sul capitale sociale della Sardegna , a cura di <i>Antonello Caria</i> | » | 9 |
| Introduzione | » | 9 |
| 1.1. Social network e capitale sociale: definizioni | » | 10 |
| 1.2. La rete sociale e la rete virtuale | » | 11 |
| 1.3. I social network in alcuni studi nella letteratura | » | 12 |
| 1.4. Perché usare i social network | » | 16 |
| 1.5. Social network e rete sociale | » | 18 |
| 1.6. I dati del campione regionale della Sardegna sul capitale sociale | » | 18 |
| 1.7. Il profilo del sardo iscritto ai social network | » | 20 |
| 1.8. Il senso di appartenenza dei sardi alla comunità virtuale | » | 21 |
| 1.9. Le percezioni soggettive dei <i>cybernauti</i> sardi | » | 22 |
| 1.10. Partecipazione e disponibilità alla comunità del <i>cybernauta</i> sardo | » | 23 |
| Considerazioni conclusive | » | 24 |
| 2. Il ruolo del social network nella creazione di capitale sociale e della salute percepita , a cura di <i>Vania Statzu e Sara Frau</i> | » | 25 |
| Introduzione | » | 25 |
| 2.1. Il ruolo del social network nella creazione del capitale sociale: analisi per sotto-campioni | » | 27 |

| | | |
|---|------|----|
| 2.2. Utilizzo dei social network e capitale sociale: un'analisi econometrica | pag. | 46 |
| 2.2.1. Social network e capitale sociale | » | 52 |
| 2.3. Salute percepita e oggettiva e capitale sociale | » | 53 |
| Conclusioni | » | 57 |
| Appendice | » | 61 |
| Commento conclusivo al progetto di ricerca | » | 67 |
| Bibliografia | » | 69 |

INTRODUZIONE

a cura di *Antonello Caria, Sara Frau e Vania Statzu*

Questo rapporto arriva a conclusione di un lavoro di ricerca triennale che ha spostato l'interesse della ricerca IARES dall'ambito territoriale a quello individuale. Così mentre nelle edizioni precedenti del Rapporto IARES sull'Economia Sociale e Civile della Sardegna siamo andati a indagare le differenze tra le diverse zone della Sardegna in termini di stock di capitale sociale e le sue relazioni con diversi indicatori di benessere economico e sociale, in queste ultime due edizioni ci siamo concentrati sugli individui. Le ultime due edizioni del rapporto sono andate a indagare l'influenza del capitale sociale su alcuni elementi individuali di rilevante interesse sociale, quale la difficoltà economica delle famiglie, considerata sia in termini oggettivi che soggettivi (XIII Rapporto) e la salute percepita (XIV Rapporto).

I risultati ottenuti nel XIII Rapporto hanno mostrato che il capitale sociale risulta essere una determinante forte della povertà intesa come un reddito basso, ma non è una variabile rilevante quando si va a considerare la povertà in termini più ampi che tengono in considerazione le difficoltà finanziarie a prescindere dal livello di reddito. In questo caso, è la relazione opposta a essere rilevante: le difficoltà finanziarie risultano essere un ostacolo alla creazione di un capitale sociale basato non solo sulle relazioni familiari.

Nel presente rapporto abbiamo invece analizzato le relazioni tra capitale sociale e stato di salute oggettivo e percepito: si tratta di un elemento rilevante in una Regione, quale la Sardegna, nella quale una rilevante quota della popolazione soffre di malattie croniche e che ha una spesa sanitaria piuttosto elevata. A corredo dell'analisi del capitale sociale, abbiamo inserito anche una serie di variabili che ci permettono di tenere in considerazione l'effetto del supporto sociale, ovvero, quanto le persone che sono o si percepiscono in condizioni di salute critica ritengono di ricevere sostegno sufficiente da parte delle persone che le circondano.

Abbiamo inserito nell'analisi di questi aspetti individuali un ulteriore elemento, quello dei social network, cercando di capire quali conseguenze ha avuto la diffusione di questi strumenti di condivisione sulla povertà oggettiva e soggettiva, sulla salute percepita e il capitale sociale. Siamo per questo entrati nel merito degli studi che hanno messo sotto analisi le dinamiche proprie allo sviluppo di questi nuovi strumenti della comunicazione. Diversi studi hanno infatti sottolineato come la diffusione di questi strumenti sia associata ad uno sgretolamento di alcuni degli elementi base della socialità, con un effetto opposto a quello per cui sono stati creati. Per questo abbiamo provato a valutare sulla base dei dati, il rilievo dei comportamenti individuali di quanti usano i social network sulla propensione alla partecipazione ed alla cittadinanza attiva. L'intento è quello di scoprire se si può affermare anche per la Sardegna che la diffusione dell'uso dei social determini lo sgretolamento delle tradizionali dinamiche della socialità: si tratta di un dato importante in una regione con una dinamica demografica in calo e una popolazione dispersa in oltre 350 piccoli comuni e nella quale l'uso dei social network è ampiamente diffuso, per via della presenza a partire dagli anni Novanta del secolo scorso di un diffuso e vivace settore imprenditoriale innovativo legato alla diffusione dell'ICT e di Internet che ha fortemente connotato la più recente storia economica e culturale dell'Isola.

1. I SOCIAL NETWORK E GLI INDICATORI DI PARTECIPAZIONE SOCIALE NELL'AMBITO DELL'ANALISI SUL CAPITALE SOCIALE DELLA SARDEGNA

a cura di *Antonello Caria*

Introduzione

Nei nostri ultimi Rapporti di ricerca abbiamo presentato l'indagine sul concetto di capitale sociale nelle sue differenti accezioni, entrando nel merito di aspetti rilevanti riguardo alla capacità di lettura delle caratteristiche dei territori che il particolare approccio metodologico consente. Abbiamo centrato l'attenzione su aspetti salienti riguardo alle condizioni economiche e di povertà dei contesti, tentando per questa via un'analisi in grado di rilevare elementi, dati, informazioni prima inesplorati ed esclusi dall'osservazione, in quanto esclusi nella lettura complessa della fenomenologia sociale che vi è collegata. Abbiamo quindi avviato analisi conseguenti costruendo "piste progettuali" finalizzate a soluzioni e risposte in relazione alle impostazioni del sistema istituzionale di tutela dei diritti sociali (welfare locale).

Nel percorso abbiamo preso atto della necessità di considerare in modo aperto e partecipativo le progettazioni finalizzandone gli sviluppi verso la rilevazione dei bisogni per come interpretati, sia dai portatori degli stessi, che dagli stessi attori sociali che per propria *mission* costitutiva favoriscono ipotesi di progetto e soluzioni.

Siamo gradualmente arrivati a comprendere che sul versante della percezione dei bisogni e dei condizionamenti sociali che la determinano, sempre più spesso hanno un ruolo i nuovi strumenti di comunicazione di massa e tra questi i cosiddetti "social network", applicativi software in grado di favorire l'incontro virtuale tra le persone consentendone lo scambio di informazioni, storie, punti di vista, sentimenti, opinioni.

Strumenti che con la diffusione dei telefoni connessi alla rete Internet, hanno avuto una diffusione esponenziale e capillare, che ha sovrapposto alle comunità reali, le "*community*" virtuali, determinando modalità innovative

di costruzione di opinioni e condizionamenti sulla percezione di sé e della propria condizione personale.

In questo senso l'innesto con il concetto di capitale sociale che abbiamo studiato nel nostro progetto triennale è stato normale. Per cui, come documentano i contributi a questo rapporto, le rilevazioni sono state costruite con la finalità di recuperare informazioni in grado di consentire una prima lettura sul ruolo che i social network hanno nella costruzione del capitale sociale della Sardegna.

In questo contributo si presenta una lettura dei dati raccolti riguardo alla partecipazione sociale degli intervistati sui temi propri della cittadinanza attiva e quindi in relazione alla costruzione di risposte sui principali problemi sociali.

I dati usati sono quelli della rilevazione principale posta alla base del progetto triennale, come descritta nei contributi contenuti nei precedenti Rapporti e la cui impostazione viene richiamata nel presente elaborato.

Nel proseguo dell'articolo presentiamo delle letture del fenomeno frutto di una ricerca basata sulla letteratura e quindi l'analisi dei dati che permettono di comprendere la propensione alla partecipazione attiva degli intervistati in relazione all'utilizzo dei social network.

1.1. Social network e capitale sociale: definizioni

Secondo lo studioso francese Pierre Bourdieu (1986) il capitale sociale è: «l'aggregato delle risorse effettive e potenziali legate al possedere una durevole rete di relazioni più o meno istituzionalizzate, basate sul reciproco riconoscimento».

Le persone di un dato gruppo ottengono dei vantaggi e dei benefici nel fare capitale sociale e nei legami che lo costituiscono. In questo quadro è determinante il ruolo che il singolo attore sociale ha rispetto al gruppo. Le interazioni, in questo senso, costituiscono la componente fondamentale del capitale sociale, in quanto determinano in modo simbolico la percezione del proprio status sociale all'interno di un gruppo e di quello degli altri componenti.

È rilevante in questo senso la numerosità delle relazioni infragruppo, che tanto più sono ampie e stabili, tanto più strutturano dei network in disponibilità ai singoli, favorendo lo schema virtuoso per cui maggiore è la dotazione di capitale sociale, tanto più alte saranno le opportunità in senso economico, culturale, sociale.

Per questo secondo vari autori, Internet costituisce un mezzo straordinario attraverso cui una quantità ormai esponenziale di individui popola il web, crea relazioni, costruisce il proprio network e quindi capitale sociale, affiancando alle relazioni reali importanti bagagli di relazioni “virtuali”. È pertanto un dato ormai acquisito che la comunità virtuale sia uno strumento efficace per generare e alimentare il capitale sociale dei cybernauti, favorendo fra l’altro delle occasioni prima sconosciute di diffondere opportunità democratiche per favorire l’impegno civico.

Uno degli aspetti che viene individuato come maggiormente innovativo, determinando nuovi bisogni di socialità, quindi favorendo la necessaria rivisitazione delle modalità con cui le relazioni costruiscono il capitale sociale, è relativo alla capacità moltiplicativa delle relazioni. Secondo Benkler (2006) «osserviamo lo spostamento di individui dipendenti da relazioni sociali compatte, immediate, definite e stabili, verso soggetti in rete dipendenti dalla propria specifica combinazione di legami forti e tenuti, ad individui che si destreggiano tra un network e un altro, varcando frontiere e tessendo da sé la propria tela di relazioni fluide più o meno strumentali».

Si analizza che le relazioni sociali già esistenti si consolidano per il tramite delle community virtuali favorendo un approccio orizzontale che ridefinisce la comunicazione a prescindere dalle posizioni sociali e quindi dall’impostazione gerarchica che vi è sottesa. In questo senso, c’è chi valuta che si possa parlare di un percorso di “accentuata democratizzazione” che potrebbe essere favorito dalle comunità virtuali (Horrihan, 2000).

1.2. La rete sociale e la rete virtuale

La “rete sociale” (social network), in sociologia definisce le interazioni di diversi attori sociali in relazione fra loro. Entro questa definizione si trovano reti con caratteristiche differenti che connotano gli obiettivi o la natura della rete. Secondo gli studi a riguardo, gli individui costituiscono i nodi della rete. Dentro questa, le persone si ritrovano sulla base dei particolari legami che le animano e quindi consentono una tassonomia delle reti, per cui è possibile individuare delle matrici complesse entro cui si individuano relazioni personali e transpersonali.

Le comunità virtuali su Internet rappresentano queste matrici complesse, a partire dalle quali ogni individuo può ampliare il proprio capitale sociale.

In questo senso il capitale sociale come definito nel nostro progetto di ricerca, viene riprodotto nella realtà virtuale, dando modo di ritrovare le distinzioni di *bridging social capital* e di *bonding social capital*, con in più

l'accentuata possibilità del mantenimento di quei legami nel corso della trasformazione della vita.

Le applicazioni più note di social network, rendendo disponibili agli internauti spazio virtuale per un *profilo* che viene arricchito di contenuti (foto, musica, ecc.), consentono la messaggistica in varie forme e la possibilità di mettersi in contatto con altre persone non ancora conosciute.

I contatti sono la funzione principale di un social network, anche se può permettere opportunità di comunicazione, la formazione di gruppi e una molteplicità di contenuti e applicazioni.

Le varie tipologie di social network si sviluppano attorno a tre principali aree tematiche: lavoro, amicizia, relazioni amorose. *LinkedIn* (<http://www.linkedin.com>) ad esempio è un sito che mette in contatto persone che lavorano in ambiti affini e agevola la condivisione libera di conoscenze e progetti. *My Space* (<http://www.myspace.com>) permette la condivisione di interessi personali, come quelli politici o musicali. *Instagram* (www.instagram.com), *YouTube* (<http://www.youtube.com>) e *Flirk* (<http://www.flirk.com>) consentono la condivisione di immagini (video e foto). E infine *Facebook* (<http://www.facebook.com>), re incontrastato fra i social network mondiali, che permette di mantenere i rapporti con persone che si conoscono offline, ma anche di conoscere nuove persone. Questo tipo di social network, previa iscrizione, consente di presentarsi, gestire la propria rete di contatti e stabilire o mantenere connessioni con gli altri.

Uno studio sul capitale sociale degli studenti di un *college*, svolto nell'Università del Michigan da Allison, Steinfield e Lampe (2007), ha dimostrato che esiste una forte correlazione tra l'uso di Facebook e i tre tipi di capitale sociale, di cui la più forte è quella con il *social bridging*. In questo studio, l'uso di Facebook sembrerebbe correlarsi anche al benessere psicologico, specie per quegli utenti con bassa autostima e bassa soddisfazione di vita. Pare che i benefici maggiori siano tratti proprio da coloro che hanno più difficoltà a costruire e mantenere legami sia profondi che superficiali nella vita reale.

1.3. I social network in alcuni studi nella letteratura

La letteratura presenta sia lavori in cui Internet è associato ad un aumento del capitale sociale, sia studi in cui invece si mettono in luce aspetti per cui il capitale sociale addirittura decrescerebbe. Questo riflette posizioni contrastanti fra chi collega l'uso di Internet a una diminuzione delle interazioni faccia a faccia, che appunto diminuisce il valore del capitale sociale, e chi

afferma che le interazioni online possono supportare o sostituire le interazioni di persona, mitigando le conseguenze della perdita di tempo speso online.

Uno studio condotto nel 2008 nel Regno Unito¹, in ambito accademico, analizza gli usi del social network Facebook, e le gratificazioni del suo uso per i fruitori.

L'analisi fattoriale ha identificato sette univoci usi e gratificazioni: connessione sociale, condivisione di identità, contenuti, foto, investigazione sociale, navigazione nel social network, e aggiornamento dello stato.

Mentre un'analisi svolta negli USA traccia una distinzione fra l'uso di Facebook per la ricerca di nuove conoscenze (*social searching*), favorire la ricerca di contatti offline, e il *social browsing* (curiosare sociale), per favorire nuove interazioni.

In questo quadro d'analisi, una ricerca su oltre 2000 studenti ha determinato che Facebook favorisce in particolare il *social searching*. Mentre usare Facebook per il *social browsing* non viene considerato molto adeguato.

Vi sono anche altre utilità, come ad esempio la funzione di *surveillance* (sorveglianza) in quanto i social network permettono di seguire i movimenti e le tendenze del gruppo allargato in cui si è inseriti. In questo senso si spiegherebbe perché molti utenti lascerebbero le impostazioni di privacy relativamente aperte, anche consentendo di far conoscere ai visitatori aspetti personali del proprio profilo, favorendo in questo modo l'estensione della propria rete sociale. In questo senso si parla di due tipi di gratificazioni: acquisire nuovi contenuti (*content gratification*) ed essere parte del social network (*process gratification*).

Ne deriva che, con la funzione di sorveglianza sociale, Facebook favorisca anche la costruzione di relazioni e quindi l'investimento in capitale sociale, rinforzato dalla possibilità di favorire i contatti offline.

Dalle indagini scaturisce in questo modo la possibilità di misurare il tipo di utilizzo preferito dalle persone tra la ricerca di nuove relazioni e l'osservazione dei contatti del proprio gruppo, degli amici e gli amici di amici.

Vi è da notare che verificando la scala di gratificazioni (*content gratification*), vi sono delle sottocategorie di utenti che ottengono soddisfazione piuttosto dal poter visionare i contenuti che Facebook mette a disposizione, che dalla possibilità di accrescere il numero di contatti. In questo senso, lo svariato numero di applicazioni che questo social network consente giustifica queste preferenze, anche rinforzate dal fatto che il trattare con applicazioni

¹ Adam N. Joinson l'Università di Bath, intitolato «“Looking at” “Looking up” or “Keeping up with” people? Motives and uses of Facebook”».

differenti, anche giochi ad esempio, consente di rinforzare la propria rete virtuale, consolidando legami da cui si giustifica l'impiego di tempo in attività che potrebbero apparire futili.

In questo senso l'uso di tempo sui social network è in grado di mostrare come gli svariati comportamenti virtuali siano in grado di favorire una varietà di "categorie di utenza" su cui gli esperti creativi delle applicazioni orientano le proprie produzioni. Infatti, il mantenere contatti e svilupparne dei nuovi, richiede un tempo differente rispetto al tempo necessario per usare le varie applicazioni consentite dalle attività di *social networking*. Gli usi e le gratificazioni per questi motivi sono tali da consentire una pluralità di usi che tende a raggiungere una platea di fruitori più estesa.

In questo modo è comprensibile un "desiderio di contatto continuo", fornito dai social network, giustificando azioni in grado di accrescere implicazioni rilevanti nel rapporto con i propri contatti virtuali ed al contempo favorendo la maggiore consapevolezza sulla presentazione della propria identità nella rete.

Riprendendo le indagini di cui diamo conto in bibliografia (tra le quali Allison et al., 2007; Boscarol, 2008; La Barbera, 2009), presentiamo una classificazione dei principali motivi che giustificano quelli che possiamo definire come "viaggiatori virtuali".

Il primo fattore si riferisce predominantemente al "**tenersi in contatto**". In questo caso il loro punto focale sta nel rimettersi in contatto con persone perse di vista e mantenere i contatti con gli amici esistenti, con correlazioni ai comportamenti tipici della sorveglianza sociale, per esempio: "scoprire cosa i vecchi amici stanno facendo attualmente", oppure alla creazione e al mantenimento di "legami fragili".

Nel secondo caso, la fattispecie tipica delle funzioni di sorveglianza e mantenimento del capitale sociale è denominata **connessione sociale** (*social connection*), ed è giustificata in particolare da comportamenti quali: "leggere messaggi in bacheca" e "vedere come stanno vecchi conoscenti". In questo caso siamo nella sfera della gestione delle relazioni personali, come effettivamente gestite nel mondo reale da differenti categorie di persone e che secondo alcuni osservatori riguarderebbe classi di età fra i 30 ed i 40 anni. In questo caso si ricerca una risposta ad esigenze sociali come il senso di vuoto e la solitudine tipiche di molte storie di vita in quella fascia di età. Si tratta di storie alla ricerca di nuovi percorsi e di altre realtà, a cui l'utilizzo in questo senso dei social network riesce a dare una giustificazione. Anche se non tutti gli osservatori giustificano in questo modo tali comportamenti e diverse indagini (Allison, Strainfield and Lampe, 2007; Boscarol, 2008) dimostrano che vi sono usi differenti dei social network a seconda dell'età.

Un ulteriore fattore individuato comprende sei aree di interesse mirate a sviluppare la relazione con gruppi di persone, fare parte di organizzazioni, partecipare ad eventi e porsi in relazione con persone con cui si condividono gusti e attitudini. Si tratta di attività tipiche del *social browsing*, che comunque non sono giustificate da ipotesi di volontà a sviluppare relazioni non virtuali. Questo fattore fa pensare alla condivisione delle identità.

Secondo approfondimenti della psicologia sociale, in questo caso, l'identità può essere considerata sia in senso individuale che in senso sociale. Vengono messe in risalto e distinte le caratteristiche delle persone in merito alla percezione di sé ed alla sua rappresentazione verso l'esterno, ripresa e collocata sull'appartenenza a delle categorie. In questo senso è evidente che si riscontrino nel modo di porsi sui social network dei singoli individui, delle uniformità che sono agevolmente individuabili e riconoscibili, dal modo in cui i gruppi virtuali sviluppano le proprie scelte. Anche se il *medium* tipico della comunicazione virtuale tende a semplificare in modo rilevante lo scambio di informazioni, in forza della velocità con cui avviene lo scambio disponendolo sia in senso diacronico che sincronico. Se ne determina una maggiore fluidità delle identità, ma al contempo libera lo scambio di opinioni, ed il trasferimento delle informazioni diviene meno vincolata e quindi più aperta rispetto alla comunicazione reale. È il potenziale comunicativo tipico della rete che liberando la comunicazione dal corpo la rende più immediata e meno sottoposta ai condizionamenti tipici dei gruppi sociali tradizionalmente intesi.

Si aggiunge, il dato del rapporto tra il singolo ed il computer e tra i gruppi mediati dal computer, definendo delle categorie ulteriori tra quanti si conoscono sia tramite i social network che nella vita reale e quanti si conoscono solo virtualmente. Vi sono pertanto delle differenti appartenenze che definiscono delle identità comunque marcate, anche se appunto differenti. Facebook consente la presenza ad entrambe le categorie di gruppi che possono nascere su presupposti differenti comunque in grado di definire delle identità e delle appartenenze.

Un altro degli ambiti di interesse seguito sui social network e su Facebook passa dall'utilizzo delle fotografie, che in qualche modo richiamano il fattore relativo alla connessione sociale. Usare le fotografie a fini sociali mostra (si pensi anche al successo di Instagram) che disporre la comunicazione sociale passando esclusivamente dalle immagini può gratificare molto chi la pratica, sia per il solo vedere le foto degli altri, che per il diventarne parte e condividerle. Settimana per settimana sono milioni le foto che vengono pubblicate e condivise, con una tendenza ad accentuare le tendenze narcisistiche innate nelle persone e , al contempo mettendo in risalto il fatto che con l'ambiente

si possa comunicare ed interagire in vari modi, rendendo immaginifico ogni momento e consentendone al contempo una rappresentazione ad alto impatto emotivo.

Il tratto postmoderno del vivere sociale di questa epoca viene mostrato in modo evidente. I social network consentono il passaggio epocale che, seguendo quello in cui a prevalere era la cultura televisiva, consente il protagonismo dei singoli i quali in ogni momento possono allestire il proprio “set” in cui sceneggiare e comunicare le proprie emozioni come meglio ritengono.

In questo fatto, vi è però il risvolto della “narcosi emotiva” dell’affettività e della sua complessità, portata da rassicurazioni immediate consentite dal medium, ma che mantengono nel suo interno i pericoli della solitudine (rischio del resto sperimentato con il fenomeno degli *Hikikomori*² in parte associato all’uso eccessivo di Internet: stime parlano di 240.000 adolescenti italiani che trascorrono più di tre ore al giorno tra Internet e videogiochi).

Altro ambito rilevante di interesse riguarda l’utilizzo di giochi consentito dalla dinamica propria dei social e di Facebook in particolare. Vi sono, in queste possibilità, delle gratificazioni rilevanti sul piano psicologico che possono sfociare in usi compulsivi che possono, a loro volta, sfociare in comportamenti tali da impoverire la vita sociale, ponendosi come una difesa dalle relazioni sociali reali e concrete della comunità. A questo proposito sono stati prodotti degli studi che misurano la dipendenza da Internet, che hanno dimostrato che al crescere del tempo dedicato ai social network, e tolto alla famiglia ed alle relazioni nella vita reale, si associava un maggior senso di solitudine e depressione. Dalle indagini svolte, molti degli intervistati sono stati poi considerati affetti da dipendenza dai social network.

1.4. Perché usare i social network

La psicologia sociale e del comportamento giustifica l’uso dei social network e di Internet secondo lo schema del condizionamento operante. È quindi l’esperienza nell’uso degli strumenti che favorisce dei rinforzi tali da consentire la ripetizione dei comportamenti, fino allo sfociare in vere e proprie patologie. Vi sono condizioni e ambienti nella realtà virtuale che aiutano i differenti gradualismi nella ripetizione dell’uso degli strumenti e dei suoi utilizzi. I soli giochi virtuali con la generazione di premi successivi dimostrano questo stato di cose (si pensi ad esempio a giochi come *Farmville*).

²*Hikikomori* è un termine giapponese che significa letteralmente “stare in disparte”. Definisce chi decide di ritirarsi dalla vita sociale per lungo tempo, chiudendosi in casa ed eliminando ogni contatto ed ogni rapporto sociale financo con i propri familiari.

Ma anche la lettura psicodinamica consente delle spiegazioni molto efficaci nell'uso dei social network. Il progressivo prevalere della cultura informatica dei giovani (nativi digitali), che si avvantaggia di novità tecnologiche sempre più attraenti e multifunzione (immagini, audio, video, in versioni portatili più o meno grandi, fruibili in differenti versioni e ambienti), favoriscono lo sviluppo delle esperienze e dei risvolti psicologici che vi sono connessi, tanto più rilevanti nelle fasi di crescita psichica ed emotiva dei giovani.

L'uso di Internet in questo caso agisce nella formazione delle identità nella fase in cui lo sviluppo psicologico definisce le condizioni classiche e tipiche dell'età, di individuazione-separazione, che portano la persona alla costruzione di stabilità identitarie che continueranno a mutare nel corso della vita. In questa epoca post-moderna, l'uso dei nuovi strumenti determina una rilevante accelerazione di questi processi e delle trasformazioni nelle dinamiche che li riguardano, determinando comunque il perpetuarsi di maggiori rischi con le richiamate dipendenze. Al riguardo, l'uso di Internet si caratterizza come esperienza morbosa che sfocia nel bisogno compulsivo di ripeterla, favorendo il ritiro dal mondo reale per l'impossibilità, data la debolezza del sé, di sostenere i sentimenti di vergogna, ma anche di paura e imbarazzo riguardo alle situazioni sociali; tuttavia, vi sono, in questo, anche tendenze difensive dalla realtà non virtuale.

Vi sono anche i rischi della regressione, indotta dal prolungato uso e ricorso alla realtà virtuale, con il conseguente impoverimento delle relazioni sociali e oggettuali; ed i rischi di dissociazione da sé, con la depersonalizzazione che può arrivare fino al distacco completo dalla realtà, favorito dal vivere in un altro contesto anch'esso virtuale, agevolato dall'uso delle tecnologie della comunicazione. Si tratta però di dare attenzione nei casi estremi a condizioni patologiche, innate o intervenute, che prescindono dall'uso dei social network.

Altri comportamenti sono relativi alla propensione, favorita dagli strumenti che consentono l'osservazione dei profili altrui, ad individuare categorie specifiche di persone, arrivare a nuove persone o addirittura praticare dello *stalking*.

Si tratta in questi casi di comportamenti tipici dell'investigazione sociale che prescindono dalla ricerca di nuove conoscenze, quanto piuttosto dalla curiosità sulle informazioni altrui.

Su questi comportamenti vi sono considerazioni su cui si esercita la ricerca criminologica per le varie categorie di *stalking*, definendo quella dello *cyberstalking*.

Una categoria differente di comportamenti dei viaggiatori virtuali è legata alla ricerca di reti complesse di relazioni, giustificata dalla sorveglianza

sociale, ma anche dall'aspettativa del potenziamento della propria rete sociale (*social network surfing*). In questo caso ci troviamo di fronte a persone che vogliono accrescere il proprio capitale sociale ricercando il confronto, ponendo questo obiettivo come basilare ed essenziale della presenza sulla realtà virtuale.

1.5. Social network e rete sociale

La maggior parte degli utenti utilizza i social network (Facebook nello specifico) per mantenersi in contatto con persone che si conoscono offline. Le correlazioni su alcune indagini campionarie mostrano che, ad esempio, il genere è correlato negativamente con il numero di amici, indicando che i maschi tendono ad avere più “amici” rispetto alle femmine. Inoltre, con l'aumentare dell'età diminuisce il numero di “amici” ma aumenta il livello di conoscenza, ovvero gli “amici” sono di meno ma si conoscono nella vita reale. Infine, un maggior numero di amici implica un minor numero di contatti che si conoscono offline. La rete sociale viene qui messa in connessione con le scale che misurano appunto la connessione sociale, la navigazione nel social network e l'investigazione sociale. Al crescere del numero di amici, come ci si potrebbe aspettare, cresce anche l'uso di Facebook per i fattori *Social Connection*, e *Social Investigation*; non risulta correlata invece la scala *Social network Surfing*, che si riferisce al guardare profili di persone che non si conoscono o di “amici di amici”. Al diminuire del numero di amici che si conoscono offline, aumentano i punteggi ottenuti nell'investigazione sociale, quasi a significare che chi possiede più contatti di persone che non si conoscono nella vita reale, tende a usare Facebook per guardare profili di persone sconosciute o i loro amici.

1.6. I dati del campione regionale della Sardegna sul capitale sociale

Nell'ambito del complessivo lavoro di ricerca sviluppato nel triennio, è stata prevista la raccolta di dati relativi all'utilizzo dei social network nella varietà di forme maggiormente diffuse ed utilizzate³. Si è voluto comprendere quanto, tra gli intervistati presenti nei campioni impiegati nell'indagine,

³ Per l'impostazione metodologica di questa sezione dell'indagine si rinvia al II capitolo di questo rapporto.

si diversificassero le opinioni relativamente ai temi trattati e fino a che punto vi fossero delle differenze considerabili sostanziali e degne di analisi.

Abbiamo voluto mettere in relazione la dimensione della presenza sui social network con gli indicatori di capitale sociale posti alla base dell'indagine. Per questo il questionario è stato costruito con un'apposita sezione, prevedendo la domanda sull'iscrizione o meno dell'intervistato ad un social network e, nel caso di risposta affermativa, a quale si fosse iscritto, richiamando nelle possibili risposte i social più diffusi⁴ oltre ad altri possibili, sia pure non specificati.

Come detto nello sviluppo del capitolo, ormai l'utilizzo del contatto virtuale tra persone, ha ottenuto una diffusione tale da riuscire a sostituirsi ad altri classici strumenti della comunicazione moderna. In particolare, la diffusione dei cosiddetti *smartphone* con la disponibilità a costi accessibili delle connessioni Internet ultraveloci e disponibili su ogni strumento, facilitano in modo considerevole la possibilità per fasce considerevoli della popolazione, di differenti categorie ed età, di comunicare in tempo reale con l'infinità di contatti virtuali, inviando e ricevendo continuamente messaggi.

Si tratta della rivoluzione tecnologica più rilevante degli ultimi tempi che, come richiamato, di fatto definisce un cambio d'epoca, condizionando ogni ambito della società nelle sfere dell'economia, della politica, della cultura, della formazione delle opinioni.

Abbiamo visto come Allison N., Steinfield C., Lampe C. (2007) individuino nello sviluppo di relazioni sociali virtuali tutte le similitudini proprie del concetto di capitale sociale da noi studiato e definito nel nostro progetto di ricerca. Ne discende che una giusta attenzione a questo ambito, consenta una più completa analisi del fenomeno, consentendo di comprendere le trasformazioni che riguardano la società sarda ed i risvolti sul suo sistema istituzionale.

Su questo aspetto è rilevante indagare. È infatti fuor di dubbio che vi siano risvolti importanti sulle modalità con cui i nuovi strumenti favoriscono la formazione delle opinioni collettive. In questo senso è quindi lo stesso schema democratico a venire coinvolto dentro percorsi che rappresentano uno dei dati salienti del capitale sociale dei contesti.

La capacità che hanno i singoli di essere parte dei processi è uno degli indicatori di presenza più o meno ricca e articolata di capitale sociale in un dato contesto, in una data comunità. Al contempo le possibilità che riguardano il capitale sociale virtuale, richiedono attenzioni secondo valutazioni proprie fatte senza pregiudizi, o resistenze per così dire "ideologiche".

⁴ Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter.