

Alma Mater Studiorum – Università di Bologna

SCUOLA DI SCIENZE POLITICHE

Corso di Laurea in Sociologia

Classe di Laurea L-40

Tesi di Laurea in Sociologia II

**LA RETE NET GARAGE DI MODENA:
UNA RICERCA SOCIOLOGICA**

Candidato

Relatore

LORENZO ARLETTI

Chiar.mo Prof. **PIERPAOLO DONATI**

Sessione III

Anno Accademico 2012-2013

INDICE

INTRODUZIONE	5
CAPITOLO PRIMO	
La Rete Net Garage: aspetti teorici e metodologici	8
1.1 Presentazione della Rete Net Garage	8
1.2 Metodologia di ricerca	11
1.3 I social network: come definirli?	13
1.4 Percorsi di ricerca sui social network	16
1.5 Tra comunità reali e virtuali	21
1.6 L'amicizia nell'epoca del web 2.0	23
1.7 La famiglia in rete	25
1.8 Il dibattito sociologico sulle relazioni sociali: un excursus teorico	30
1.9 La sociologia relazionale come nuovo paradigma di ricerca	34
1.10 Il ruolo del capitale sociale	37
CAPITOLO SECONDO	
Il monitoraggio Marzo-Giugno 2013	42
2.1 Il profilo degli utenti frequentanti	42
2.1.1 Nazionalità	44
2.1.2 Residenza	45
2.1.3 Titolo di studio e professione	45
2.1.4 La nazionalità dei genitori	46
2.2 Gli utenti e la Rete Net Garage	48
2.2.1 Conoscenza e motivazioni	49
2.2.2 Modalità di accesso, frequenza e durata media temporale	51
2.2.3 Le attività svolte dagli utenti	53

2.2.4 <i>Oltre i Net Garage</i>	55
2.3 Gli utenti e Internet all'esterno dei Net Garage	56
2.3.1 <i>Altri luoghi comunali</i>	56
2.3.2 <i>Il ricorso agli internet point</i>	57
2.3.3 <i>Il rapporto utenti – reti wireless</i>	57
2.4 Come giudicano gli utenti i net garage?	58
2.5 Il rapporto utenti-operatori	60
2.6 In sintesi	62

CAPITOLO TERZO

Rete Net Garage e Internet: l'impatto dei social network	64
3.1 Un profilo degli utenti contattati	64
3.1.1 <i>La nazionalità dei genitori</i>	67
3.1.2 <i>Titolo di studio e professione degli utenti</i>	68
3.2 Il rapporto con i Net Garage	69
3.2.1 <i>Le due motivazioni alla frequenza</i>	70
3.2.2 <i>L'utilizzo di internet al di fuori dei Net</i>	71
3.2.3 <i>Le tre principali attività svolte</i>	73
3.2.4 <i>Il ricorso degli utenti agli operatori</i>	74
3.2.5 <i>Frequenza e accesso ai Net Garage</i>	75
3.2.6 <i>Quanto è importante per gli utenti la Rete Net Garage?</i>	76
3.3 Utenti e Social Network: implicazioni sociali e relazionali	76
3.3.1 <i>Le reti di amicizia online</i>	82
3.3.2 <i>Le tre principali attività sui social network</i>	85
3.3.3 <i>Le motivazioni all'utilizzo dei social network</i>	86
3.3.4 <i>Cosa pensano gli utenti dei social network?</i>	88
3.3.5 <i>L'influenza dei social network nella quotidianità</i>	89
3.4 In sintesi	94

CAPITOLO QUARTO	
Un profilo degli operatori della Rete Net Garage	97
4.1 La formazione professionale degli operatori	97
4.2 Conferimento dell’incarico, durata e mobilità	98
4.3 Il ruolo e le mansioni ricoperte	100
4.4 Il rapporto operatori-utenti	100
4.5 Il rapporto operatori-rete di coordinamento Net Garage	101
4.6 Il servizio: obiettivi, punti forza e criticità	102
4.7 La figura dell’operatore: caratteristiche e competenze richieste	106
4.8 In sintesi	106
CONCLUSIONI	108
BIBLIOGRAFIA	111
SITOGRAFIA	113
APPENDICE METODOLOGICA	114
Allegato I – Questionario ricerca 2013-2014	114
Allegato II – Questionario 2012-2013	119
Allegato III - Traccia interviste agli utenti	121
Allegato IV – Traccia interviste agli operatori	122
Allegato V – Intervista al responsabile della rete	123

INTRODUZIONE

Nel corso degli ultimi anni, le nuove tecnologie della comunicazione si sono imposte agli individui diventando parte integrante della loro quotidianità. Recentemente, il 47° Rapporto sulla situazione sociale del paese del Centro Studi Investimenti Sociali (Censis), ha evidenziato come tra i giovani la quota di utenti connessi alla rete, giunge al 90,4% mentre non supera il 21,1% tra gli anziani; il 75,6% dei giovani è iscritto a Facebook, contro il 9,2% degli anziani; il 66,1% degli under trenta usa telefoni smartphone, ma lo fa solo il 6,8% degli over sessantacinque; i giovani che guardano la web tv (il 49,4%) sono diciotto volte di più degli anziani (il 2,7%); il 32,5% dei primi ascolta la radio attraverso il cellulare, contro solo l'1,7% dei secondi; e mentre il 20,6% dei giovani ha già un tablet, solo il 2,3% degli anziani lo usa. Inoltre è costatato l'incremento (precisamente del 4,5%) dei cellulari, soprattutto degli smartphone che offrono sempre più di connettersi alla rete internet. Il tema di internet e dei social network si trova oggi di fronte ad un vivace dibattito seppur in un contesto di documentazioni frammentarie.

All'interno del dibattito odierno si è recentemente pronunciato Zygmunt Bauman autore di numerosi contributi sul tema delle trasformazioni della società odierna soprattutto in merito a quella che definisce *modernità liquida*, il quale rileva come la rete permetta di aprire un mondo tutto nuovo davanti agli individui, di trovare una molteplicità d'informazioni tramite i motori di ricerca che non sarebbe possibile accedere e consultare nell'arco della nostra esistenza. Tuttavia ci porterebbe verso quelli che l'autore definisce come *danni collaterali*¹ come la perdita della conoscenza all'interno degli individui stessi, che mette in pericolo la stessa creatività interna a ciascuno di noi poiché la rete si fa promotrice di immagazzinare le conoscenze le quali possono essere solo consultate e dunque è messa in pericolo la nostra capacità di memorizzare. In particolare, nel suo incontro milanese a Meet the media Guru, l'autore cita esplicitamente il diffondersi dei social network nella società post-moderna, mettendo in risalto come questi ultimi si presentino agli individui come opportunità di semplificare

¹ Cfr. Bauman Z. (2013), *Danni collaterali. Disuguaglianze sociali nell'età globale*, Laterza, Roma-Bari.

la propria quotidianità e in particolare le dinamiche offline attraverso le funzionalità online, ma vadano ben oltre.

Premesso ciò, da ormai più di dieci anni, presso il Comune di Modena – Assessorato Politiche Giovanili, è sorta la rete Net Garage, con l'obiettivo di promuovere la navigazione libera a tutti i cittadini, comprese le fasce più deboli della popolazione, per far sì che queste non restino isolate dai cambiamenti della nostra società. Alla luce di tutto ciò, il seguente lavoro parte dal presupposto di voler prendere in esame la suddetta Rete Net Garage come progetto rivolto allo sviluppo delle nuove tecnologie, da un lato per comprendere in che misura i cittadini (e soprattutto quali di questi) vi si rivolgono, e dall'altro sulla base di quanto emerso in questa prima parte preliminare del lavoro, il focus dell'analisi si è concentrato su un altro aspetto saliente che investe la nostra vita oggi giorno: i social network. Nell'accezione comune quando si parla di social network, si tende a riferirsi a quei siti che permettono il contatto tra le persone, ma più propriamente quali elementi ci permettono di parlare di social network? Come s'impongono agli individui? Quali implicazioni hanno a livello relazionale e quotidiano? Sono alcuni degli interrogativi cui si cercherà di rispondere, prendendo in esame la specifica fascia costituita dagli utenti che frequentano i Net Garage e che sono iscritti a uno o più social network. Nei prossimi capitoli sarà illustrato più dettagliatamente il lavoro svolto.

Nel primo capitolo, partendo dalla presentazione della rete net garage e della metodologia di ricerca, si proporrà un excursus dei principali problemi teorici e di ricerca che il tema dei social network propone e lascia tutt'ora aperti, da problemi di definizione, all'illustrazione di alcuni approcci di ricerca, dal tema delle comunità a quello delle relazioni, con un'enfasi sui principali contributi della sociologia attraverso i principali autori classici e i principali paradigmi odierni. Nel secondo capitolo, saranno illustrati i risultati della prima parte dell'indagine sul campo (marzo-giugno 2013) rivolto principalmente a conoscere gli utenti e i net garage di riferimento, dal profilo anagrafico degli utenti, alle attività da questi svolte al loro interno passando dalle motivazioni alla frequenza fino alla frequenza. Il terzo capitolo invece, costituisce la seconda parte del lavoro in cui, per rispondere alle domande iniziali, ho apportato alcune modifiche metodologiche per meglio comprendere il fenomeno sociale in

oggetto. Ho precisato alcune variabili al fine di introdurre una nuova sezione del questionario il cui scopo è quello di comprendere il rapporto degli utenti con i social network, partendo dalla loro conoscenza (e relativo utilizzo), per poi concentrarsi sugli aspetti che più a noi interessano, relativi al versante relazionale e sociale, attraverso l'analisi dei meccanismi per cui gli individui instaurano legami online e l'influenza offline che questi legami comportano.

CAPITOLO PRIMO

LA RETE NET GARAGE: ASPETTI TEORICI E METODOLOGICI

1.1 Presentazione della Rete Net Garage

La rete Net Garage di Modena comprende una serie di luoghi rivolti principalmente ai giovani dove si può accedere e navigare su internet liberamente, il tutto sotto il monitoraggio degli operatori addetti al servizio. Net Garage perché da un lato vi è “net” che rimanda alla rete e alla connessione internet, “garage” alle potenzialità di cui possono usufruirne soprattutto i giovani per passare il tempo, suonare o anche aggiustare oggetti. Un servizio di tutoraggio con operatori che, da un lato offrono sostegno e supporto nelle problematiche legate alla registrazione e alla navigazione online, dall’altro controllano la tipologia di attività svolte al fine di evitare violazioni al regolamento d’accesso e/o la navigazione in siti non consentiti. Si tratta di luoghi dove si può passare dalla semplice navigazione ai corsi, fino alla possibilità di realizzare iniziative ed esperienze grazie alle nuove tecnologie. Numerose - a tal proposito - sono le iniziative proposte con la collaborazione dell'Associazione Civibox²: corsi per l’alfabetizzazione informatica, corsi sull’utilizzo di photoshop, corsi sulla creazione di un sito web, corsi su come organizzare in maniera sicura un viaggio attraverso le nuove frontiere di internet fino a corsi sull’utilizzo dei social network, non solo di fronte alla loro crescente diffusione ma anche come occasione per promuovere profili e/o campagne di comunicazione per le proprie attività. Il primo net garage è nato nell’ormai lontano 2001, nei locali della Circoscrizione 3 (S.Agnese, S. Damaso) di via Viterbo con l’obiettivo di rispondere alle richieste poste dalla stessa circoscrizione, di trovare uno spazio per gli adolescenti residenti che potesse configurarsi anche come punto di riferimento per tutto ciò che concerne la rete, la sua funzionalità e lo sviluppo delle nuove tecnologie. Successivamente con la nascita del net garage di via Barchetta il servizio si è ulteriormente articolato e da allora molteplici sono gli obiettivi che cerca di perseguire: alfabetizzazione informatica, consentire a tutti i cittadini comprese le fasce

² Associazione di promozione sociale Civibox. Nata nel 2012 con l'intento di favorire l'uso consapevole, critico e creativo delle nuove tecnologie. Accanto alla gestione triennale della rete Net Garage, Civibox promuove attività consistita sulle tematiche informatiche. www.civibox.it

più deboli della popolazione di poter accedere alle rete internet gratuitamente e di non essere tagliate fuori dai mutamenti tecnologici, sensibilizzare i giovani ad un uso critico e consapevole delle nuove tecnologie delle comunicazione (ICT), favorire a seconda della specifica dimensione del net i processi di partecipazione-socializzazione e infine ma non ultimo promuovere la cultura dell'open source, ovvero del software libero attraverso l'utilizzo del sistema operativo Ubuntu installato nei computer di tutti i net garage del territorio. Rete net garage che fino a pochi anni fa è stata composta da undici net garage sparsi sul territorio cittadino e frazionale, mentre al momento della rilevazione la rete, anche in virtù delle ultime trasformazioni è risultata essere costituita dai seguenti net garage:

1. MyNet Garage di via degli Adelardi, in pieno Centro Storico
2. Net 2.0 presso Windsor Park via San Faustino
3. Net Garage presso l'omonima ludoteca Strapapera
4. Eleven Net Garage presso il centro educativo territoriale nella frazione di Albareto
5. Net 4 Garage presso la frazione di Villanova
6. Net Garage @ Live, in via Viterbo 80
7. I net garage configurati all'interno dei punti lettura di Modena Est e San Damaso

Ogni circoscrizione della città ha almeno un net garage operativo. Il MyNet Garage è stato inaugurato nell'ottobre 2008 e si colloca in pieno Centro Storico a Modena presso il cortile di palazzo Santa Chiara e la cui struttura è stata ricavata da un laboratorio d'arte (ex "Arteteca") non più utilizzato. All'interno di questa struttura sono state ricavate circa venti postazioni internet ed è aperto nei pomeriggi di lunedì-mercoledì e venerdì dalle 16 alle 19 e della sua gestione si occupa l'associazione Civibox. Il Net 2.0, è invece sorto nell'ottobre 2009 presso le strutture del complesso condominiale Windsor Park Centre a metà con il locale portierato sociale ed è comprensivo di dieci postazioni internet. Occorre altresì specificare come questo net, sia sorto nell'ambito di un progetto di riqualificazione di una zona oggetto di degrado sociale con l'obiettivo di istituire un luogo di aggregazione, punto di riferimento per i residenti. Vi è poi il Net Garage interno alla ludoteca Strapapera che si discosta dagli altri per la sua collocazione interna alla ludoteca la quale contribuisce a ridisegnare le attività del net che si affiancano a

quelle ludiche e di gioco dei ragazzi. La ludoteca è sorta nel 1998 e della sua gestione se ne occupa l'Arco previa convenzione comunale. In particolare l'area dedicata al net può vantare un numero di sei postazioni con accesso ad internet di cui quattro aventi sistema operativo Ubuntu ed è accessibile (così come la ludoteca stessa) due pomeriggi alla settimana, precisamente il martedì e il giovedì dalle 16 alle 19. Poi abbiamo l'Eleven net garage gestito dalla Cooperativa Sociale "Il Girasole" in collaborazione con la polisportiva Fase Nord ed è stato inaugurato nel maggio 2010 presso i locali della polisportiva di Albareto ed è sorto inizialmente per rispondere alle esigenze territoriali per cui diverse abitazioni non furono allacciate all'epoca dalla linea ADSL e addirittura in alcuni casi anche della linea telefonica. È tutt'ora attivo con circa otto postazioni internet e aperto nei pomeriggi di lunedì-martedì-mercoledì, da quest'anno negli orari del locale doposcuola e sempre da quest'anno con accesso principalmente riservato ai ragazzi impegnati nelle attività scolastiche, contrariamente allo scorso anno nel quale il Net era accessibile a tutti i cittadini residenti della zona. Infine il net 4 garage di Villanova e il Net garage @ Live. Il primo è situato nella frazione di Villanova di Modena, ed è gestito dalla locale polisportiva quattro ville e situato al suo interno. È aperto due pomeriggi a settimana, precisamente il lunedì e giovedì dalle 16 alle 19 con circa sette-otto postazioni e si affianca alle attività interne della polisportiva in particolare alle attività dedicate ai ragazzi, in quanto rientra nelle competenze dei volontari del gruppo "cultura formazione e socializzazione" della polisportiva. Il secondo, Net Garage @ Live è situato in via Viterbo a Modena e funge sia da net garage sia da centro di aggregazione giovanile, in quanto rivolto esclusivamente ai giovani tra i dieci e vent'anni. Ritornato operativo dal mese di novembre 2013 dopo l'inagibilità dei locali del terremoto del 2012, risulta essere frequentato pressoché dai ragazzi residenti in zona e frequentanti le locali scuole medie. Le attività di net garage (con circa dieci postazioni) vengono affiancate ad attività di supporto nello svolgimento dei compiti, attività di socializzazione, giochi di società e per un sabato ogni tre, serate per i ragazzi.

Nel corso degli ultimi anni di particolare rilievo nell'analisi dei mutamenti che hanno caratterizzato la rete net garage del comune di Modena, sono state le seguenti ricerche valutative:

1. Ricerca sui primi centri “Net Garage” e “Blu Net Garage” volta all’acquisizione di informazioni sulla conoscenza, la frequenza e il giudizio degli utenti sui servizi e svolta nell’arco dell’anno scolastico 2002/2003 svolta da Pinelli Laura, Santunione Rita e Vandelli Marta nell’ambito di un’esperienza di stage frutto della collaborazione tra Liceo “C. Sigonio” e Comune di Modena.
2. La tesi di laurea (dal titolo “*I servizi Net Garage e Net Open Source. Una ricerca valutativa.*” Relatore: Prof. Leonardo Altieri) della studentessa Sara Manfredini che, partendo dalla definizione di politiche giovanili in generale si è successivamente focalizzata sulle politiche giovanili in Europa e in particolare in Italia in primis con un’indagine sulle politiche attuate nel territorio modenese. All’interno delle politiche attuate dall’assessorato del Comune di Modena, grande attenzione è stata dedicata all’emergere del progetto Net Garage e alla nascita, lo sviluppo e la valutazione del progetto Net Open Source, inaugurato il 25 Febbraio 2006, come spazio dedicato alle nuove tecnologie e piattaforme digitali, nel tentativo di promuovere la cultura dei software liberi e al tempo stesso cercare di approfondire l’acquisizione delle nuove strumentazioni informatiche.
3. La pubblicazione “Net Garage e Pinguino tra i banchi” del 2011 con un duplice obiettivo: da un lato l’occasione per un bilancio della rete net garage attraverso la presentazione dei net da parte degli operatori il tutto affiancato a dati quantitativi (ottenuti tramite monitoraggio da Settembre 2009 a Giugno 2010) necessari a fronte dell’ampliamento della rete sul territorio modenese; dall’altro si è cercato di descrivere il progetto “Pinguino tra i banchi” mediante il quale si è cercato di diffondere la cultura dell’open source all’interno dei laboratori informatici delle scuole secondarie di 1° grado di Modena.

1.2 La metodologia di ricerca

Dal punto di vista metodologico appare opportuno, in questa sede, illustrare le varie tappe che hanno caratterizzato il percorso della ricerca. Percorso di ricerca che si è articolato in due momenti distinti: il primo (marzo-giugno 2013) legato all’esperienza di

tirocinio curriculare nel quale ci si è concentrati ad analizzare l'utenza dei Net Garage, il loro profilo anagrafico, le motivazioni e la conoscenza del servizio, le attività e la frequenza dei Net. Nel secondo momento (dicembre 2013 / gennaio-febbraio 2014) in virtù dei risultati raggiunti nella prima fase, essendo Internet il fulcro centrale dei Net Garage e al tempo stesso l'utilizzo dei social network una delle principali attività svolte dagli utenti, si è deciso di comprendere il rapporto degli utenti Net Garage con i social network focalizzando l'attenzione sulle ripercussioni relazionali e nella quotidianità. Più in generale il disegno di ricerca si è caratterizzato in entrambi i momenti da specifiche fasi. Una prima fase in cui si è cercato di individuare il focus dell'analisi e di impostare il disegno della ricerca. Una seconda fase in cui ci si è concentrati nella visione e nell'analisi delle risorse già presenti a proposito del servizio net garage. Una terza fase in cui si è analizzato i dati raccolti nell'anno precedente e a elaborarli mediante SPSS³, in modo tale da avere dati quantitativi per una prima riflessione e al tempo stesso (per quanto riguarda il progetto di tirocinio) acquisire familiarità con gli strumenti metodologici di ricerca. Una quarta fase di predisposizione degli strumenti per l'analisi sul campo, in particolare mediante la costruzione del questionario per gli utenti e le tracce per le interviste semi strutturate agli operatori e ad un campione di utenti per ciascun net. Relativamente al questionario, nel primo momento della ricerca è risultato costituito da una parte sul profilo anagrafico e una seconda incentrata ad comprendere come gli utenti abbiano conosciuto il net, che cosa li spinge alla frequenza, l'eventuale frequenza di altri luoghi comunali e/o al di fuori del Comune di Modena per l'utilizzo di Internet, le attività svolte presso il Net, la durata e la frequenza del Net e infine il rapporto con le reti wireless. Nel secondo momento invece si è proceduto a riprendere gli aspetti precedenti integrando alcune lacune precedenti ad esempio focalizzando ulteriormente la ricerca, ad esempio nel rapporto con le reti wireless domandando se sono a conoscenza e le utilizzano, se ne sono a conoscenza ma non le utilizzano oppure se non le conoscono e non le utilizzano o ancora si è chiesto loro di indicare le prime due motivazioni alla frequenza dei net e solamente tre attività tra quelle proposte negli item formulati. A ciò si è integrata una nuova parte con l'obiettivo di focalizzare l'attenzione sulla conoscenza e il giudizio sui social network, sulle relazioni online, il numero di contatti posseduti, le persone conosciute realmente e quelle che si possono

³ Statistical Package for Social Science

effettivamente considerare all'interno della cerchia ristretta delle amicizie. Parallelamente a ciò si è voluto comprendere il funzionamento dei meccanismi di accettazione delle amicizie online, le attività e le motivazioni in merito all'utilizzo dei network e infine comprendere in che misura i social network si ripercuotano nell'ambito familiare, scolastico-lavorativo, nell'organizzazione del tempo libero e infine sulle reti di amicizia. Sul versante delle interviste per gli operatori si è cercato di comprendere il loro profilo dal punto di vista della formazione fino al rapporto con gli utenti e alla gestione del servizio; dal punto di vista degli utenti si è voluto raccogliere dati sia quantitativi (mediante questionario e associazione di un codice a ciascuna variabile) sia qualitativi cercando di approfondire il loro rapporto con internet, il suo utilizzo, le attività da loro svolte il tutto accompagnato a un inserimento graduale e all'osservazione partecipante all'interno di ciascun net garage che mi ha permesso di entrare a far parte di questa realtà direttamente da vicino. La quinta fase e la sesta fase hanno riguardato la somministrazione agli utenti presenti nei diversi net garage del questionario da noi predisposto con relativa assistenza alla compilazione e nella realizzazione di una serie d'interviste semi strutturate agli operatori e ad alcuni utenti di ciascun net al fine di approfondire dove possibile alcuni campi di ricerca attraverso le parole dei diretti interessati. Infine si è proceduto ad inserire i dati raccolti e a trascrivere quanto emerso dalle interviste, per poi procedere alle elaborazioni statistiche.

1.3 I social network: come definirli?

Con l'avvento del web 2.0 la società contemporanea porta con sé una rivoluzione tecnologica in grado di modificare le nostre consuetudini e le modalità di relazionarci con gli altri. Molto spesso oggi si parla di social network o social media, in riferimento soprattutto nell'accezione comune a quei siti internet che permettono agli individui di svolgere una molteplicità di mansioni: dal mantenere i contatti con i propri amici, organizzare la propria vita sociale con loro, rimanere in contatto con le persone che si frequenta meno abitualmente, condividere contenuti più disparati da foto, video, musica, pensieri, partecipare a gruppi di discussione e altro ancora. Distaccandosi dall'accezione comune che cos'è effettivamente un social network? Che cosa può definirsi tale? Social network, o letteralmente rete sociale si può definire secondo le parole del sociologo inglese John Adam Barnes *una struttura sociale fatta di nodi legati gli uni agli altri da*

una o più specifiche tipologie di interdipendenze, come valori, visioni, idee, scambi finanziari, amicizie, affinità, avversioni, conflitti o accordi. Occorre poi prestare attenzione alla distinzione che intercorre tra rete sociale e la sempre più frequente confusione con social networking, termine con il quale si vuole fare riferimento a quei siti che permettono di creare, consolidare e ampliare la propria rete. Tra coloro che si sono cimentati in questo dibattito, il riferimento è a Boyd ed Ellison (2007), le quali definiscono i social network come «servizi web che consentono agli individui di costruire un profilo pubblico o semi-pubblico all'interno di un sistema chiuso, articolare una lista di altri utenti con cui condividere una connessione, consultare e attraversare la lista di connessioni propria e degli altri all'interno del sistema⁴.» Beer tuttavia ha criticato la definizione proposta dalle autrici non solo per la complessità di fornire una definizione a un fenomeno vasto, ampio e in continua evoluzione ma soprattutto perché esse non giungono a specificare effettivamente ciò che distingue i social network dagli altri siti quali potrebbero essere ad esempio delle chat, che permettono di relazionarsi con gli altri. A tal proposito Beer propone il caso di Youtube, il quale a parere dell'autore contiene tutte le caratteristiche esposte da Boyd ed Ellison; tuttavia Youtube non è sorto né tantomeno ha come obiettivo quello di permettere agli individui di creare nuove reti di relazioni o mantenersi in contatto con gli altri, ma creare un circuito di video categorizzati che si possono ricercare in base a delle parole-chiave.

«L'utilizzo dell'espressione social network sites, nell'accezione proposta da Boyd ed Ellison, è troppo ampio e rende più problematica una tipologia delle varie applicazioni web user generated. In questo modo, invece di raggruppare una serie di applicazioni differenti come i wiki, le folksonomie, i mashup e i siti di social networking - eventualmente sotto un termine-ombrello più ampio come web 2.0 - siamo invece indotti a pensare a una grande varietà di applicazioni anche differenti in termini di social network sites⁵» (Beer 2008, traduzione Comunello⁶)

⁴ Boyd D., Ellison N., 2007 "Social Network sites: Definition, History and Scholarship", Journal of Computer -Mediated Communication, 13 (1), pp-210-230

⁵ Beer D., 2008 "Social Network(ing) sites. Revisiting the story so fair: A response to Danah Boyd & Nicole Ellison", Journal of Computer Mediated Communication, vol 13 (2), pp 516-529

⁶ Francesca Comunello è ricercatrice di Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione della Sapienza, Università di Roma. Svolge attività didattica e di ricerca sul tema dei nuovi media e delle relazioni sociali mediate dalle tecnologie.

Occorre per Beer utilizzare ordini di classificazione e una terminologia adeguati al fine di evitare che espressioni quali social network sites possano confluire al loro interno una molteplicità di applicazioni sorte con l'avvento del 2.0 ma che in realtà si differenziano tra loro. Critica che viene condivisa da autori quali Laura Iannelli⁷, che rileva la genericità della definizione proposta con il rischio di generalizzare e includere differenti siti internet che in realtà svolgono funzioni assai diverse. Perplexità sorgono invece dall'analisi di Francesca Comunello la quale sostiene che la critica mossa da Beer risulti essere poco convincente sia sulla presunta distinzione che sarebbe stata posta dalle studiose tra relazionalità online e offline e non convince nemmeno come parlare di social networking anziché di social network possa in qualche modo porre rimedio alla questione. Boyd ed Ellison che in seguito cercano di rispondere alle critiche sostenendo che la specificità di questi siti risiede nelle modalità attraverso le quali si gestiscono relazioni con persone che già si conoscono e di aver scelto consapevolmente di non parlare di "networking":

«Abbiamo scelto di non usare il termine networking per due ragioni: enfasi e portata. Il termine networking enfatizza l'inizio di una relazione spesso tra estranei. Sebbene il networking sia possibile in questi siti non è la pratica principale e non è ciò che li distingue da altre forme di comunicazione mediata da computer⁸» (Boyd 2008)

Ciò che contraddistingue questa tipologia di siti dunque non è il potersi mettere in contatto con estranei ma poter esibire le proprie reti sociali, poiché le persone molto spesso usufruiscono di tali siti per sentirsi con persone che già conoscono nella quotidianità e che dunque fanno già parte delle proprie reti sociali e proprio quest'articolazione delle reti sociali che permette di contraddistinguere questi siti a parere delle autrici. Boyd che conducendo una serie di studi sulle pratiche di fruizione di tali siti, giunse in seguito a formulare nuove definizioni che, come sottolinea Iannelli risultano più convincente rispetto alla prima formulazione e soprattutto una certa continuità tra le reti sociali attivate nella quotidianità "reale" e i processi attivati online. In particolare Boyd distingue tra varie social network intesi come «legami tra persone indipendentemente dall'ambiente che li supporta» e online social network nei termini di

⁷ Iannelli L., 2011, *Facebook & Co. Sociologia dei social network sites*, Guerini Scientifica

⁸ Boyd D., 2008, *Taken Out of Context. American Teen Sociality in Networked*, Ph.D. Dissertation, University of California

«legami tra persone che esistono all'interno di spazi tecnologicamente mediati o sono creati a partire da questi», social networking come «la pratica di costruzione dei social network personali indipendentemente dalla piattaforma» e social network sites intesi come «siti che supportano l'utilizzo di reti sociali» e social networking sites nel senso di «siti focalizzati sulla pratica del networking in ambito personale o professionale».

1.4 Percorsi di ricerca sui social network

La diffusione sempre più ampia e l'aumento incessante di utenti che si iscrivono e usufruiscono dei social network pone gli studiosi nel campo delle scienze sociali di fronte alla necessità di ampliare i gli orizzonti di ricerca sul tema. Tuttavia ciò che si assiste per il momento è l'emergere di percorsi di ricerca piuttosto frammentari, collocati in riviste scientifiche, capitoli di testi, tesi accademiche (che partono dal più generale tema di internet) e paradossalmente la rete stessa. In questo paragrafo, si cercherà di sintetizzare alcuni approcci di ricerca nazionali e internazionali che hanno cercato di porre la loro attenzione sulle pratiche di consumo dei social network. Tra questi compaiono gli studi condotti *dal Pew internet e american life project* che dal 2005 si occupa di produzione ed elaborazione dati sull'accesso degli adolescenti ai social network. Nell'anno 2007, venne realizzato un progetto di ricerca su un campione di studenti dell'University of Illinois a Chicago, nel quale furono analizzate variabili quali il livello di istruzione dei componenti del nucleo familiare, il tempo trascorso su internet, il fatto di vivere da soli, in famiglia, in college individuando particolari propensioni all'utilizzo della rete a seconda di specifiche determinanti. Tra i risultati che è possibile sintetizzare, senz'altro il fatto che Facebook venne utilizzato da coloro che provenivano da famiglie con un livello di istruzione più elevato, e che l'accesso di chi si trovava a vivere con i genitori era ridotto rispetto a chi viveva da solo; inoltre una forte influenza all'accesso fu dettata dall'utilizzo settimanale della rete internet. In particolare, nell'anno 2009 egli misero in luce l'emergere di un processo sempre più in crescita come quello dell'accesso generalizzato ai social network da parte degli utenti americani, evidenziando come il 47% degli utenti con almeno 18 anni che utilizza internet risulti iscritto ad un social network, parlando di un 73% se si considera solo la fascia adolescenziale. Sempre nello stesso anno, viene riscontrato l'abbassamento di quelle barriere che potevano precedentemente influire nell'usufruire e utilizzare i social

network, quali per esempio il fatto di risiedere all'interno delle grandi metropoli o in contesti periferici, le differenze di genere e in termini di età nell'utilizzo di questi servizi. A questo proposito nel 2005 gli studiosi in questione registrarono un 41% di iscritti ai social network quali residenti nelle grandi metropoli americane, contro un 29% dell'anno 2009, mentre si sono affievolite le differenze tra la variabile genere e la variabile età, con il sesso femminile che in termini numerici ha pressoché raggiunto il genere maschile nell'usufruire di tali servizi. Viene inoltre proposta da questi studiosi, un mappatura dei social network più utilizzati. Se negli anni precedenti al 2009, MySpace risultava essere più proficuo soprattutto per i giovani, nel 2009 anche grazie alla traduzione in una molteplicità di lingue Facebook è risultato il network più rappresentativo. Mappa dei social network che è stata aggiornata anche nel nostro territorio, grazie ai contributi forniti da Vincenzo Cosenza con il suo "Osservatorio social media"⁹ che si propone di fornire alcuni dati statistici sull'utilizzo dei social network nel nostro paese con un'attenzione al fenomeno Facebook. In particolare, stando ai dati di Marzo 2013, confronti con quelli di Marzo 2012 Facebook risultata essere nel nostro paese, il network più visitato con 22.706.000 milioni rispetto ai 21.684.000 del 2012, anno dove comunque Facebook era già ampiamente in testa rispetto agli altri social media per frequenza utenti. Parallelamente a questa crescita, si assiste secondo quanto riferito recentemente da Cosenza, ad un abbandono del pubblico giovanile. Autore che, anche attraverso l'analisi dei dati ottobre 2012 – ottobre 2013, sostiene come vi sia di anno in anno una perdita del 5% degli utenti appartenenti alla fascia 13-18 anni. A seguire il successo di Twitter con 3.355.00 milioni di visitatori e soprattutto di Google+ con 3.832.000. Da segnalare come quest'ultimo sia stato creato nel 2011 e produce importanti novità che lo distinguono dagli altri: da un lato la possibilità di condividere audio e video e di poter parlare mediante webcam e microfono in apposite stanze con gli utenti collocati al loro interno, ma soprattutto di significativa importanza la possibilità di creazione di vere e proprie "cerchie" a libera scelta e discrezione del soggetto, ivi include alcune cerchie già predefinite quali *amici, famiglia, lavoro, conoscenti*. In collegamento con le variabili analizzate dagli studiosi Americani, accanto ai dati raccolti da Cosenza occorre segnalare il contributo dell'Istituto Swg il quale mette in luce la tendenza generalista che caratterizza Facebook rispetto agli altri,

⁹ <http://vincos.it/osservatorio-facebook/>

come per esempio MySpace tendenzialmente frequentato da giovanissimi. Questa tendenza generalista si accompagna inoltre ad una percentuale di uomini superiore a poco più della metà degli iscritti, rispetto a percentuali più elevate riscontrate in LinkedIn o MySpace. Sempre nell'anno 2009, gli studi condotti da Swg si sono focalizzati sulle differenze in termini di titoli di istruzione nei differenti social: emerge una discrepanza notevole tra MySpace affollato da giovanissimi nel quale il 72% ha affermato di avere al massimo la licenza media, Facebook la cui maggioranza mostra un titoli di studio medio e social network quali LinkedIn la cui ossatura essendo centrata sullo sviluppo dei contatti e delle identità professionali (in termini lavorativi) mette in luce nel 2009 il 59% dichiara un elevato tasso di istruzione. Istituto Swg che sulla base dei dati raccolti, ha tentato di proporre delle tipologie di utenti online: *i net-politicizzati* che utilizzano Facebook e altri social media come fonti di informazioni, in quanto fortemente interessati al contesto nazionale di appartenenza, *i lavoratori- digitali* principalmente occupati nel settore privato, sarebbero laureati in economia e discipline delle scienze sociali e utilizzerebbero i network per risaltare le proprie competenze professionali e infine la terza categoria denominata "*Cercatori di Amici*" che comprenderebbe tutti gli individui che cercano di sottrarsi dall'isolamento prodotto dai contesti urbani. Sempre in Italia, Marino Cavallo e Federico Spadoni¹⁰, pongono alcune riflessioni sui principali siti di social network evidenziando specificità e aspetti comuni a ciascun network prendendo in considerazione caratteristiche quali la home page dei social media, informazioni richieste al momento dell'iscrizione, i canali che permettono di mantenersi in contatto con i propri "amici", i bisogni che vengono realizzati attraverso i network, la sicurezza, la privacy e le lingue in cui sono tradotti. In particolare ciò che viene sottolineato, è il fatto che ciascun social media propone diversi aspetti uguali agli altri tra i quali la possibilità di iscriversi creando un proprio profilo con foto e contenuti di vario tipo che l'individuo può pubblicare a sua discrezione (ad esempio può decidere se rendere visibili i suoi contenuti a tutti, solo ai contatti che ha tra gli amici, oppure solo a specifiche persone o ancora solo a se stesso), la possibilità di creare delle "categorie" di persone nelle quali racchiudere i contatti, ad esempio amici, conoscenti, familiari, amici e/o colleghi dei percorsi lavorativi o di studi; infine offrono tutti molteplici possibilità di rimanere in contatto con gli altri, basti vedere Facebook

¹⁰ Cavallo M., Spadoni F., 2011, *I social network. Come Internet cambia la comunicazione*, Franco Angeli

con conversazioni private con gli utenti, il poter creare conversazioni multiple con più persone, il sistema di commenti alle foto e agli “stati” scritti dagli individui i quali possono aprire conversazioni. Tuttavia nonostante questi aspetti comuni, ciascun social sviluppa tali strumenti in maniera autonoma cercando di differenziarsi per quanto possibile e decidere i servizi sui quali puntare maggiormente. Privilegiando un approccio strettamente qualitativo, Angelo Romeo¹¹ nel tentativo di comprendere i social network come nuovi spazi sociali e più precisamente le nuove forme di comunicazione di relazione che si vengono a creare ha condotto nel periodo da marzo ad ottobre 2011 una serie di interviste in merito ai social network con riferimento a Facebook, a dieci persone appartenenti alla fascia 18-30 anni, a dieci persone appartenenti alla fascia 30-40 anni e infine dieci persone tra i 40 e i 60, di cui cinque di sesso maschile e cinque di sesso femminile. Romeo che si è soffermato in particolare su aspetti quali le motivazioni alla base dell’iscrizione, come i social network sono entrati a far parte del vissuto degli individui, come questi si sono avvicinati a questo mondo, come l’iscrizione e l’utilizzo di Facebook può coincidere e può integrarsi con l’utilizzo di altri supporti multimediali e i cambiamenti nell’ambito delle reti di amicizia. In riferimento a quest’ultimo aspetto, fulcro centrale della ricerca condotta presso la rete *Net Garage*, dalle testimonianze raccolte in merito alla fascia 18-30 si evince la consapevolezza dell’utilizzo di Facebook come strumento in grado di rafforzare i legami tra le persone, la possibilità di rimanere in contatto con le persone che si conoscono da diverso tempo al tempo stesso di rintracciare coloro che si è perso di vista per un qualsiasi motivo. Emerge inoltre, in alcune testimonianze la consapevolezza di essere coinvolti in una nuova realtà “virtuale” differente da quella reale, in alcuni casi in grado di prendere il sopravvento sulla seconda portando le persone a ricorrere alle opportunità offerte dai dispositivi mobili in modo tale da poter essere in contatto con gli altri pur in chiara assenza di una postazione fissa. Aspetti positivi che prevalgono negli intervistati 30-40 anni e oserei dire quasi a sorpresa anche negli intervistati appartenenti alla fascia 40-60. In particolare l’utilizzo di social network come Facebook ha ampliato le possibilità di rimanere in contatto con gli altri, con amici e/o parenti distanti dal luogo in cui si vive senza necessariamente ricorrere al telefono, la possibilità di partecipare a gruppi di discussione viene colta come occasione di dialogo e confronto che ha spinto

¹¹ Romeo A., 2011, *Società, relazioni e nuove tecnologie*, Franco Angeli

alcuni anche a intraprendere e a partecipare a reti di associazionismo e attività di volontariato. Infine, essendo il progetto di ricerca qui trattato incentrato sulla rete net garage del Comune di Modena, ci pare opportuno segnalare alcune rilevazioni condotte negli ultimi anni a Modena sul tema di internet e social network. A questo proposito si segnala “I giovani modenesi fra i 15 e i 24 anni” condotta nel 2011 all’interno del capitolo nel quale vengono presi in considerazione atteggiamenti, valori e riferimenti vi è un focus specifico sui social network, dove il 9,7% degli intervistati afferma di non avere un profilo online mentre l’85% ha un profilo su Facebook e il 27% anche su Youtube. Non si registrano inoltre particolari differenze di genere se non dell’usufruire di Youtube leggermente preferito dai ragazzi, mentre Facebook è risultato essere estremamente diffuso nella classe d’età tra i 15 e 17 anni. In termini di motivazioni nell’usufruire di tali servizi la risposta che risulta essere maggiormente frequente (63,2% di risposte sulle 1074 date). A seguire percentuali rilevanti vengono assegnate alla condivisione e scambio di contenuti e all’organizzazione della vita sociale. Nell’anno 2012 invece grazie alla collaborazione tra Politiche Giovanili, Rete Net Garage e Centro Studi e documentazione sulla condizione giovanile è stato predisposto un progetto di ricerca sui ragazzi delle scuole secondarie di primo e secondo grado di Modena, volto a comprendere l’uso di internet e dei social network per un totale di 2272 utenti coinvolti. Dai dati raccolti si evince la tendenza dei ragazzi a mettere online dati personali, foto, video e altri materiali anche sottovalutando delle possibili conseguenze, seppur in alcuni commenti si sottolinea consapevolezza dei rischi e richiesta di maggiori supporti preventivi. Tra le attività svolte su internet prevale la frequenza dei social network (Facebook in primis e a seguire Youtube) che hanno un’influenza positiva rispetto alle reti di amicizia e al tempo libero, mentre nessun cambiamento risulta essere riscontrato in merito all’ambito scolastico e familiare. Su quest’ultimo punto, il 50% dei ragazzi coinvolti dichiara di poter navigare liberamente senza filtri da parte dei genitori, percentuale pari al 61,1% per i ragazzi delle scuole superiori. A questo si aggiunge il fatto che Internet viene utilizzato prevalentemente dai ragazzi stessi piuttosto che dai loro genitori che non incoraggiano i figli nell’utilizzare la rete e ricorrono a rimproveri nel tentativo di limitarne l’uso.

1.5 Tra comunità reali e virtuali.

Oltre a problemi di carattere teorico relativi al problema di definire che cosa effettivamente possano essere definiti social network e al fatto che la letteratura appare oggi giorno frammentaria, appare opportuno ora concentrarsi sulle implicazioni sociali che questo fenomeno comporta e in particolare l'emergere di nuove forme relazionali e d'incontro e i processi partecipativi del web 2.0 ai quali gli individui fanno sempre più ricorso anche per una crisi collettiva della modernità di cui parlò già Harvey nel 1990 , crisi della famiglia nucleare, crisi della figura del padre all'interno della società, crisi nei processi lavorativi, distanza tra cittadini e classe politica che porta gli individui al ritiro dalla sfera pubblica e soprattutto i più giovani (ma ora si assiste sempre più ad una tendenza di più ampio raggio) a prendere parte ai processi partecipativi resi possibili dal web 2.0. In linea di massima si può affermare la presenza di due scuole di pensiero sulle implicazioni sociali di tale fenomeno. Da un lato coloro che rimpiangono i legami tradizionali tipici delle società pre-industriali e che vedono nella diffusione di nuove tecnologie la fonte di disintegrazione dei legami sociali e di isolamento degli individui, dall'altro coloro che sono entusiasti di prendere parte a questi nuovi "mondi" e per cui attraverso le molteplici opportunità da essi offerti si possano anche rafforzare i legami. Appare dunque doveroso porsi alcuni interrogativi ai quali cercheremo di rispondere riprendendo i contributi di alcuni importanti sociologi. Quale futuro per le comunità tradizionali? Ha ancora senso parlare di comunità? Innanzitutto occorre ripristinare a tal proposito il contributo offerto da uno dei classici della sociologia Ferdinand Tonnies, il quale nell'opera "Comunità e società"¹² propose la distinzione tra *Gemeinschaft* nel senso di comunità, fondata sulle tradizioni, sulla partecipazione e il senso di appartenenza e la *Gesellschaft* intesa come società in riferimento alle società industriali fondate sullo scambio economico, l'unione contrattuale e dunque dove prevale l'individualismo. Significativi a questo proposito i contributi forniti da Barry Wellman e Manuel Castells che si sono cimentati nel tentativo di comprendere i processi relazionali con l'avvento delle nuove tecnologie e in particolare dei mutamenti che intercorrono nelle modalità attraverso cui la dimensione di socialità insita degli individui tende a mutare. Sulla base delle trasformazioni in atto tra cui la drastica riduzione delle

¹² Tonnies, F. 1963, *Comunità e società*, Milano, Comunità (ed. Or. *Gemeinschaft und Gesellschaft*, Leipzig 1887)

interazioni nelle strade, nelle metropoli, nei locali nordamericani, la separazione tra luoghi di lavoro e di abitazione, il fatto che le relazioni odierne più importanti avvengono sempre più al di fuori dei singoli quartieri e lo sviluppo delle nuove tecnologie portano Wellman a definire le comunità con l'avvento del web in particolare definendo queste «come reti di legami personali che forniscono socialità, supporto, informazione, un senso di appartenenza e d'identità sociale». Definisce inoltre la presenza di processi di individualismo e personalizzazione delle relazioni nell'era del web 2.0 in termini di privatizzazione della socialità, sempre più incentrata sulla figura del singolo individuo che diviene a capo delle nuove comunità che si vengono a creare, costituite da insiemi di relazioni che sono frutto del superamento di relazioni primarie e secondarie e che Castells definisce quali terziarie. Questa privatizzazione che comporta l'accrescere di individualismo è agevolata dalla diffusione e dalla potenza dei dispositivi senza fili tali per cui gli individui risultano essere sempre più connessi alle reti in piedi, in giro per la città con i propri smart-phone tra le mani e dunque si vengono a perdere anche i tradizionali confini spaziali, tali per cui gli individui risultano essere connessi indipendentemente da luogo.

«Piuttosto che essere organizzati in gruppi chiusi e discreti – a casa, nella comunità, al lavoro, all'interno delle organizzazioni – le persone sono in perenne movimento come singole individualità tra diversi network separati da confini sfumati¹³»

Privatizzazione della socialità che vede nella possibilità del soggetto di gestire relazioni sia locali che a distanza, di intraprendere e fermare relazioni con più facilità, di accedere ad una vasta gamma di risorse e di entrare in contatto con persone appartenenti ad universi socio-culturali differenti, i suoi tratti predominanti. Castells al contrario, sostiene che con l'avvento del web 2.0 le comunità cesserebbero di esistere per far spazio alle moderne tecnologie le quali sostituirebbero i parametri di incontro e conoscenza fra i soggetti, in primis la vicinanza tra loro per far spazio agli interessi in comune. Network che secondo Castells, non sarebbero altro che la proiezione online delle tradizionali comunità con l'aggiunta di caratteristiche quali la possibilità di inviare messaggi *many to many*, in un arco di tempo stabilito o in tempo reale e infine a

¹³ Hampton K., Wellman B., 2002, "The Not So Global Village Of Netville", in Wellman B., Haythornthwaite C., *The internet in everyday life*, Blackwell, Oxford

seconda degli scopi che ci si prefigge la possibilità di usare la comunicazione *point to point* in narrowcasting o broadcasting, a seconda che ci si voglia rivolgere ad un numero ristretto di persone o ad una collettività come potrebbe essere il caso delle radio. Castells che per i suoi studi, riprende le prime ricerche condotte da Howard Rheingold, il quale sostiene che

«le comunità virtuali sono aggregazioni sociali che emergono dalla rete quando un certo numero di persone porta avanti delle discussioni pubbliche sufficientemente lungo, con un certo livello di emozioni umane, tanto da formare dei reticoli di relazioni sociali personali nel cyberspazio¹⁴»

Castells, sottolinea al tempo stesso come non necessariamente queste trasformazioni comportino individualismo e isolamento negli individui, ma occorre prendere atto di come si stiano modificando i processi alla base della costruzione delle relazioni sociali, sempre più caratterizzate da precise scelte degli individui, sugli interessi e fortemente selezionati. A questo proposito Castells, nell'analizzare la diffusione dell'accesso alla rete sui dispositivi mobili che consentono agli individui oggi giorno di tenersi in contatto con gli altri mediante applicazioni di messaggistica istantanea di svolgere le stesse funzioni che precedentemente venivano svolte unicamente al computer, parla di network di scelta in riferimento ai processi di personalizzazione delle interazioni comunicative. La vasta gamma di possibilità che la modernità offre agli individui per essere presenti "online" rendono l'individuo più indipendente e gli attribuiscono un potere che lo configura come in grado di instaurare e governare relazioni con gli altri.

1.6 L'amicizia nell'era del web 2.0

Strettamente collegato al dibattito tra comunità reali e virtuali nei quali un ruolo fondamentale è ricoperto dalla forza dei legami che si possono creare, vi è il concetto di amicizia. Un concetto di difficile interpretazione e soprattutto perché nella letteratura sociologica, i principali contributi come vedremo successivamente riguardano le relazioni sociali e i legami in senso ampio. Un tema che è difficile da definire e racchiudere entro determinati spazi nella vita reale e ancora di più se collegato ai social network. Sono proprio questi ultimi che ci spingono a porre delle riflessioni su questo

¹⁴ Rheingold H., 1993, *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*, Addison-Wesley, Reading Ma. (trad. It. *Comunità virtuali*, Sperling & Kupfer, Milano 1994).

concetto: da un lato perché gli individui hanno la possibilità di entrare in contatto con una molteplicità di persone conosciute o meno attraverso forme assai differenti (dai gruppi di discussione ai filtri che suggeriscono amici di amici) dall'altro sono gli stessi network (come nel caso di Facebook) che definiscono i contatti posseduti dagli individui come "amici". È interessante a questo proposito evidenziare come nelle definizioni di social network offerte da Boyd ed Ellison (2007), le studiosi abbiano in maniera accorta parlato di lista di utenti e non esplicitamente di amici in termini di reti di amicizia. Lee¹⁵ (2009) oltre a comprendere le ripercussioni sugli individui nell'utilizzo dei social network si è interrogato su ciò che porterebbe gli individui ad instaurare reti di relazioni online formulando una tesi per cui il tempo trascorso dagli individui online comporterebbe una drastica riduzione nella gestione della propria quotidianità online. Questo sarebbe particolarmente evidente secondo l'autore nei legami familiari, sui quali i social network si ripercuoterebbero negativamente in virtù del fatto che i rapporti con i componenti del proprio nucleo familiare e le attività online coesistono dal momento che quest'ultime molto spesso vengono svolte presso la propria abitazione. A sostegno della sua formulazione (rich get richer, i ricchi che diventano sempre più ricchi), egli sostiene che i risultati "possono essere spiegati dall'approccio degli usi e delle gratificazioni. Le persone socialmente integrate sono motivate a comunicare online per mantenere le relazioni sociali già esistenti, mentre le persone socialmente isolate possono aver bisogno di costruire nuove relazioni online" (Lee, 2009 – traduzione Comunello¹⁶). Più in generale, al di là delle formulazioni fin ora esposte, gli studi svolti fino a questo momento concordano su una serie di novità introdotte dai social network, che consentono sempre più, attraverso una vasta gamma di strumenti di gestire le proprie reti di relazioni online quando non è possibile farlo offline. Innanzitutto i social network propongono un processo di esplicitazione delle reti di amicizia online come parte integrante della costruzione della propria identità in rete nella formazione di un proprio profilo che difficilmente avviene nella realtà offline nella quale gli individui classificano le proprie reti attraverso una sorta di gerarchia del livello di conoscenza, ad esempio distinzione tra amici, conoscenti, colleghi di studio

¹⁵ Lee S., "Online communication and adolescent social ties: who benefits more from internet use?", *Journal of Computer-Mediated Communication* vol.14

¹⁶ Comunello F., 2010, *Networked sociability. Riflessioni e analisi sulle relazioni (anche) mediate dalle tecnologie*, Guerini Scientifica

e/o lavoro. Online questa differenziazione non è possibile e tutti rientrano indistintamente sotto la categoria “amici” seppur oggi i social network sites tentino di creare delle liste di distinzione e sia possibile decidere a chi rendere pubblici o meno i contenuti pubblicati nella propria pagina online. Social network sites che richiedono un processo di negoziazione nell’atto di chiedere o accettare l’amicizia online che può ripercuotersi nella vita offline in particolare se accettare o no tra i propri contatti amici, conoscenti, amici di amici, familiari, compagni di scuola; il tutto frutto di scelte soggette a precise norme culturali. Altro aspetto fondamentale che si denota è dato dal numero dei membri appartenenti alla lista di contatti o che si voglia amici che possiede ciascun soggetto, il che, sempre richiamandosi a norme culturali tende a delineare una maggiore o minore desiderabilità sociale dell’individuo fino al punto da influenzare l’opinione altrui. Attraverso i network gli individui si trovano dunque ad infrangere le barriere tradizionali, attuando una serie di strategie volte alla promozione e all’espressione della propria identità e personalità, nel tentativo di rimarcare alcuni aspetti di sé e al tempo stesso poter dal un lato mantenere i contatti con le reti offline sulle piattaforme online rinforzando ulteriormente tali legami, e dall’altro poter rinforzare i legami deboli e ripristinare quelle reti che in quel dato momento risultano essersi interrotte, come per esempio amicizie e conoscenze che si è perso di vista.

1.7 La famiglia in rete

Il web 2.0 e i social network sites attraverso meccanismi sempre più pervasivi nelle reti di amicizia e nei legami tra gli individui si collocano anche all’interno del nucleo familiare, oggetto oggi di forti discussioni in merito alla sua crisi come istituzione, su che cosa si debba intendere per famiglia, da chi sarebbe rappresentata e come detto anche dalla crisi della figura del padre. In primis, definire la famiglia oggi è assai difficile in quanto in primis essa non ricopre un certo numero specifico ma una vasta gamma indefinita di funzioni, ricoprendo dunque un ruolo sovralfunzionale. Questa poi può essere oggettivamente definita come luogo riferendoci alla casa all’abitazione, in termini di relazioni sociali e come organismo della società. Inoltre non è chiaro a quale forma familiare ci riferiamo quando parliamo di famiglia, in quanto oggi si spazia sempre di più dalle forme nucleari a quelle prive di unità coniugali (senza struttura) ma legate da altri rapporti di parentela, senza dimenticare le famiglie con una sola persone e

altre con un'unica unità coniugale ma anche altri parenti che convivono con tale unità e infine emergono altresì le cosiddette famiglie complesse frutto dell'unione di più unità familiari. Altro aspetto che ritengo opportuno considerare, Con la famiglia è messa in discussione anche la nozione di abitazione come luogo dedito alle attività familiari, poiché quest'ultima oggi è una delle principali basi per lo svolgimento di attività di networking. Ma in che modo le nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione si ripercuotono su di essa? Anche in questo caso, i contributi sul tema appaiono piuttosto ridotti, tuttavia sempre in America alcuni studi, hanno focalizzato la propria attenzione sul fatto che i network odierni hanno ridotto le distanze tra gli individui ma al contempo, i molteplici mezzi di comunicazione fanno sì che questi siano comunque in contatto e in particolare la crescita con l'avvento delle ICT dei contatti *person to person*, incentrati sugli individui, riducendo forme tradizionali di contatto con i familiari quali per esempio le telefonate attraverso i telefoni fissi e le visite nelle rispettive residenze. Lo sviluppo delle nuove tecnologie, hanno contribuito con riferimento alla realtà nord-americana a ridefinire i nuclei familiari passando in alcuni casi da forme di cooperazione e solidarietà a quasi dipendenza da parte dei membri dai network. Nonostante questo nella realtà americana, la maggioranza delle persone contattate, dichiara di cercare di passare la maggioranza del tempo libero con altri membri della famiglia, una certa quantità di tempo insieme guardando la televisione. I genitori americani dichiarano di passare pochissimo tempo in famiglia con i figli, per la difficoltà a coniugare le giornate con il lavoro il che implica difficoltà nel comprendere bisogni ed esigenze dei figli. Nella realtà americana proposta, il tempo trascorso con la famiglia ha da sempre rivestito un ruolo molto importante, in particolare occasioni come i pasti (soprattutto le cene) per raccontarsi le rispettive giornate e cercando di alimentare i legami fra essi Tuttavia una certa preoccupazione è sorta quando Putman, segnalò la drastica riduzione di almeno un terzo, della condivisione della cena come occasione di ritrovo e consolidamento della realtà familiare. A questo proposito, gli studi condotti dal Pew Internet, hanno messo in luce come il 93% di soggetti sposati o conviventi e/o con figli afferma di cenare assieme agli altri membri familiari almeno qualche volta la settimana. Il 56% sostiene invece di cenare ogni giorno assieme agli altri, il 24% quasi ogni giorno e infine solo il 6% dichiara di farlo poche volte all'interno di un mese. Le ricerche del Pew Internet hanno evidenziato come i cittadini americani tendano a

organizzare gli spazi domestici in modo tale da poter possedere e utilizzare almeno un computer che nella maggioranza dei casi risulta trovarsi in uno spazio accessibile a tutti gli altri membri del nucleo familiare e dunque condivisibile in termini di utilizzo, dato confermato dalla ricerca Connected Live, in cui emerge un 46% di chi dichiara di possedere almeno un computer in uno spazio “pubblico”. Sherry Turkle, sostiene che l'utilizzo delle ICT contribuisce a ridurre i contatti con i membri del proprio nucleo familiare, che anziché consolidare i propri legami, spingono gli individui a concentrarsi sulle attività proposte dagli schermi. Come sostiene Steve Collins

«i televisori, i computer e gli schermi più piccoli si sono moltiplicati, consentendoci di ignorarci l'un l'altro in ogni momento e in ogni luogo. Arriveremo un giorno, ad invidiare le famiglie di un tempo, che almeno stavano tutte insieme di fronte allo stesso schermo televisivo¹⁷».

Le ricerche su questo tema, sembrano andare nella direzione per cui le nuove tecnologie risultano contribuire nel «supportare, integrare e rafforzare l'interazione faccia a faccia con i familiari». le coppie sposate senza figli risultano trascorrere più tempo online rispetto alle coppie sposate con figli. L'utilizzo della rete online, quando questa è utilizzata da entrambi, i membri della coppia è per la maggioranza dei casi riconducibile a esigenze domestiche, approfondire e ricercare interessi in comune, rimanere in contatto con altri membri del nucleo familiare. Pew Internet che ha evidenziato inoltre come il 90% dei genitori online afferma di utilizzare la rete assieme ai figli e più precisamente più della metà delle madri e circa un terzo dei padri sposati utilizzano frequentemente (spesso) la rete con i figli. Altro tema molto importante che emerge dalle ricerche svolte, è l'85% dei genitori dichiara di mettere in qualche modo delle regole ai figli per la navigazione. Regole su come utilizzare la rete, quali siti poter consultare (esempio il 53% ricorre a una serie di filtri per impedire ai figli di accedere a determinati siti, quali informazioni poter condividere e rendere pubbliche (85%), regole in termini di tempo e orario su internet (69%, il 45% ricorre a strumenti in grado di monitorare le attività da essi svolte. All'interno del nucleo familiare, gli adolescenti in primis le ragazze risultano essere particolarmente attivi rispetto ai genitori nell'utilizzo del web anche in virtù delle potenzialità offerte dai telefoni cellulari che consentono

¹⁷ Collins, S. “*There's No We in I-pod*”, *Metro Toronto*, 18 Maggio 2010, p. 21

loro di navigare e messaggiare sfuggendo alle regole imposte a loro dai genitori stessi. Studi del Pew Internet che ci aiutano a comprendere anche in che misura le ICT influenzino e cambino gli stili di vita dei nuclei familiari. In particolare, le ICT fanno ormai parte integrante della quotidianità degli individui, al punto che seppur si trovino a passare meno tempo assieme questi risultano essere anche in movimento connessi e in contatto permettendo a ciascun soggetto del nucleo familiare di poter condurre una propria esistenza autonoma, ma al tempo stesso di non perdere di vista i contatti con la propria rete familiare. In merito al rapporto tra nuove tecnologie e nuclei familiari, occorre segnalare la ricerca EU Kinds Online II¹⁸, finanziata dal Safer Internet Plus Programme della Commissione Europea, nel tentativo di analizzare le esperienze in rete di 25.142 ragazzi tra i 9 e 16 anni, nel periodo primavera-estate 2010 mediante la somministrazione di un questionario rivolto anche ad almeno uno dei genitori accompagnatori dei ragazzi intervistati. Tra le tematiche oggetto dell'indagine si segnalano: la pornografia online, il cyber bullismo, il sexting e l'incontro con persone sconosciute contattate online concentrando il focus dell'analisi nel comprendere le differenze tra le dinamiche online e quelle offline, in particolare come gli utenti ritenevano le esperienze tenute online, e se ritenute negative in che misura influissero sulla quotidianità e soprattutto le modalità di mediazione e relative "strategie" da parte dei genitori per far fronte alle dinamiche online. In particolare, la ricerca appena citata, come sottolinea Leslie Haddon¹⁹, sono state distinte cinque modalità di mediazione parentale: *mediazione attiva dell'uso di internet da parte del figlio*, mediante la quale il genitore condivide e/o incoraggia le attività online del figlio, *mediazione attiva della sicurezza online* attraverso la quale il genitore supporta il figlio prima, durante e dopo le attività, consigliandolo su come muoversi in caso di difficoltà; *mediazione restrittiva*, nel caso il genitore ponga dei limiti all'utilizzo del web, *monitoraggio*, quando il genitore al termine delle attività del figlio controlla gli accessi e le frequenze e infine *mediazione tecnica* se il genitore utilizza filtri o software specifici per controllare e/o limitarne l'utilizzo. Proseguendo questa linea di ricerca, tra i risultati più significativi emerge un 70% di genitori che parlano con i figli delle attività svolte dai propri figli online, seguita da un 58% di genitori che controllano tali attività restando nelle

¹⁸ Cfr. www.eukidsonline.net

¹⁹ Haddon L., *Mediazione parentale all'uso di internet. La valutazione delle relazioni familiari* in Scabini E., Rossi G., *Famiglia e nuovi media*, 2013, Vita e Pensiero, Milano

immediate vicinanze e il 44% che affianca direttamente i ragazzi nell'esercizio della navigazione. Infine, tra gli approcci di studio alla famiglia mediata dalle nuove tecnologie, emerge il progetto di ricerca "Family.tag (technology across generations) che ha preso vita da alcuni interrogativi di fondo, in particolare in che misura la famiglia è in grado di valorizzare i benefici che le nuove tecnologie producono e al tempo come riesce a neutralizzare gli effetti negativi? In secondo luogo, ciò su cui si interroga la ricerca, riguarda i possibili effetti sui legami intergenerazionali, più precisamente in che misura i social network pervadono le generazioni e si impongono ad esse e se i nuovi canali comunicativi possono aprire nuovi orizzonti relazionali tra le generazioni. Il tutto attraverso un campione estrapolato attraverso l'Università Cattolica di Milano e la collaborazione delle scuole di primo e secondo grado della regione Lombardia, sottoponendo ad essi un questionario da compilare nelle ore di lezione e al tempo stesso consegnando un questionario rivolto esclusivamente ai genitori da restituire entro due settimane agli stessi ricercatori; raggiungendo così un campione di 693 utenti comprendenti studenti di scuole medie-superiori-università e un campione di 867 adulti genitori residenti nella medesima regione che ha compilato il questionario in tutte le sue parti. Si è riscontrato un 42% di maschi e 58% di femmine con età tra i 13 e i 23 anni sul campione dei ragazzi, mentre nella quota di 867 genitori, questi si suddividono in 452 madri e 415 padri. I risultati che emergono, con particolare riferimento al sotto campione costituito dai nuclei familiari nei quali sia i figli sia i genitori hanno risposto completamente; mostrano come social network quali Facebook risultano avere un ruolo molto importante nella quotidianità dei ragazzi e in parte contribuiscono a definire l'identità dei ragazzi. Tuttavia, non è automatico parlare di conseguenze negative, in quanto gli effetti possono variare sia dalla dipendenza di internet sia positivamente con nuove forme di adattamento sociale. Tra gli aspetti che fuoriescono dalla ricerca è che i ragazzi trarrebbero benefici dall'identificazione con Facebook confermando l'idea di alcuni autori, in termini di utilizzo dei social network, quali strumenti di compensazione per far fronte a relazioni frammentarie e precarie. Da qui dunque l'ipotesi di considerare Facebook e i social network quali strumenti in grado di generare capitale sociale soprattutto per chi si trova quotidianamente a confrontarsi con un nucleo familiare disestato. Inoltre, viene messo in evidenza che quando i genitori utilizzano uno stile nel quale prevale il dialogo e il confronto su rischi e opportunità offerte dai social network,

i ragazzi tenderebbero a mostrare una minore dipendenza dalla rete e una maggiore capacità di partecipazione e di coinvolgimento nei diversi contesti sociali. Emerge una duplice situazione: da un lato i ragazzi riscontrano una certa distanza tra il loro utilizzo della rete e quello che ne fanno i propri genitori il che implica la mancanza di controlli eccessivamente severi nei loro riguardi; dall'altro quando viene percepita l'attività di monitoraggio dei genitori nelle attività svolte online dai ragazzi, soprattutto in termini di avvicinamento ai ragazzi e di confronto e dibattito, questa forma di mediazione può fare la differenza.

1.8 Il dibattito sociologico sulle relazioni sociali: un excursus teorico

Dopo aver analizzato i cambiamenti prodotti dai social network sites in termini di comunità reali e virtuali e le nuove forme messe a disposizione per far sì che gli individui possano parallelamente al proprio vissuto offline, promuovere la propria identità online, si intende ora dare conto di come la sociologia ha inteso comprendere il tema delle relazioni sociali come fondamento della società attraverso il pensiero di alcuni principali pensatori classici. Tra questi vi è senz'altro Karl Marx, il quale parte dal presupposto secondo il quale la società non sarebbe effettivamente costituita dall'insieme degli individui ma bensì costituita dalle relazioni che li attraversano e li costituiscono. Relazioni che sarebbero frutto di rapporti determinati entro i quali gli individui si troverebbero storicamente. Più propriamente Marx in “ Per la critica dell'economia politica” sostiene che «nella produzione sociale della loro esistenza, gli uomini entrano in rapporti determinati, necessari, indipendenti dalla loro volontà, in rapporti di produzione che corrispondono a un determinato grado di sviluppo delle loro forze produttive materiali.» E ancora che «l'insieme di questi rapporti di produzione costituisce la struttura economica della società²⁰», dalla quale sorge una sovrastruttura in grado di determinare specifiche forme di coscienza sociale influenzate dalla dimensione sociale intrinseca negli individui stessi. A titolo esemplificativo si può affermare che negli individui il concetto di relazione secondo Marx è riscontrabile nel “capitale” inteso non come entità concreta, soggettiva o materiale ma bensì come relazione, che contribuisce alla definizione di ciò che egli chiama “alienazione” quale processo mediante il quale l'individuo non sarebbe più padrone del proprio lavoro. Tuttavia occorre registrare come nonostante il tentativo di leggere le relazioni

²⁰ Marx K.,(1974) *Per la critica dell'economia politica*, Editori Riuniti, Roma (ed. or. 1859)

attraverso una concezione storico-materialista, egli non sia giunto a definire una vera e propria teoria delle relazioni sociali soprattutto per la mancata attenzione verso gli aspetti soggettivi e culturali che caratterizzano le relazioni nell'esperienza quotidiana. Una prospettiva più consolidata si può riscontrare con Emile Durkheim²¹, il quale individua due forme di rapporti sociali che vengono definiti come forme di "solidarietà": una *meccanica* tipica delle società tradizionali con bassa divisione del lavoro che si caratterizza per una serie di credenze e sentimenti di appartenenza tra i membri della comunità, la seconda *organica* è invece tipica delle società ad alta differenziazione lavorativa ossia le moderne società industrializzate in cui i membri tendono sempre più ad essere individualizzati, a compiere ciascuno una specifica funzione fondamentale per il funzionamento dell'intero sistema o meglio riprendendo la distinzione di Durkheim, si potrebbe parlare di "organismo". Ciò che ne consegue è un forte ridimensionamento dei legami tra gli individui che risultano essere sempre più frammentari ed essenzialmente legati alla sfera economica, soprattutto per il maggior tempo trascorso nei luoghi di lavoro, con un indebolimento dei legami comunitari. Quest'ultimi vengono successivamente ripresi da Durkheim come espressioni della coscienza collettiva intesa «l'insieme delle credenze e dei sentimenti comuni alla media dei membri di una società.» In tema di relazioni sociali, Durkheim si è poi espresso nella celebre polemica con Tarde, secondo il quale il compito della sociologia dovrebbe essere quello di analizzare quelle relazioni che permettono la trasmissione di un fenomeno da un individuo all'altro. A tal proposito Tarde ha proposto tre tipologie di relazioni: la prima di imitazione che consente la trasmissione di un certo fenomeno sociale, una seconda di tipologia denominata di "opposizione" e la terza tipologia di adattamento che consente di consentire ai fenomeni stessi di acquisire un nuovo assetto. Anche Max Weber cerca di elaborare una teoria in grado di spiegare le relazioni sociali nella diverse sfere della società, ma come per Marx, egli non riesce nell'intento di fornire una teoria adeguata alla comprensione di suddetti fenomeni in primo luogo perché appare legato ad una visione storicista per cui vengono prese in considerazione unicamente le relazioni concrete; secondo per il suo attaccamento all'individualismo metodologico, per cui la sociologia dovrebbe rinunciare ad una visione organica e globale (nota con olismo metodologico) per focalizzarsi sulle azioni dei singoli individui intraprendendo metodi individualisti, non consente di analizzare accuratamente le relazioni. Nonostante questo, l'idea fondamentale che emerge dal pensiero dell'autore è che tutti gli oggetti che vengono

²¹ Durkheim E.,(1977) *La divisione del lavoro sociale*, Milano, Edizioni di Comunità (ed. or. 1893)

presi in considerazione dalla sociologia, debbano essere trattati come insiemi di relazioni, sia che si tratti di gruppi di pari tipici dei gruppi giovanili adolescenziali sia che si parli di partiti politici. Relazioni che, riprendendo le parole di Weber si devono intendere come «un comportamento di più individui instaurato reciprocamente secondo il suo contenuto di senso e orientato in conformità. La relazione sociale consiste pertanto esclusivamente nella possibilità che si agisca socialmente in un dato modo, quale che sia la base su cui riposa tale possibilità²².» Questo significa che affinché esista una relazione fra due o più individui, è necessario che ciascuno di essi sia in grado di conferire senso al proprio agire, o meglio che entrambi i soggetti siano in grado di riconoscere e attribuire significato alle proprie azioni, che sono alla base dei comportamenti che per Weber necessitano di essere ben sì compresi e non spiegati mediante relazioni causali. Distaccandosi dalle concezioni fin qui proposte, George Simmel ha cercato di proporre una teoria sociologica incentrata sulle relazioni sociali, cercando di individuare le forme, gli aspetti e le caratteristiche più che focalizzarsi sui contenuti di esse. Come si evince dal sottotitolo proposto nel testo *Sociologia. Ricerche e forme sull'associazione*²³ (1908), la sociologia è *lo studio delle forme che può assumere l'associazione tra gli individui*. Assunto alla base della formulazione da egli proposta è che *la società sia reciprocità fra individui e il sociale è l'effetto emergente della reciprocità o scambio delle azioni*. Più propriamente egli parla di *cerchia di individui*”, in cui la reciprocità gioca un ruolo fondamentale nel caratterizzare la cerchia. Quanto più questa è stretta e poco numerosa, minori sono le possibilità da parte del soggetto di subire un processo di individualizzazione, in presenza invece di una cerchia allargata il soggetto può sviluppare una propria autonomia dove il luogo per eccellenza risiede nelle metropoli, luoghi di massima concentrazione e differenziazione sociale. Nelle società tradizionali, le cerchie appaiono strettamente collegate tra loro creando una struttura concentrica mentre con le società moderne si assiste alla crescita delle cerchie sociali «nel numero, nello spazio, per importanza e contenuti di vita.» (esempi di azioni: parlare, giocare, lavorare, sposarsi, odiarsi, amarsi sono esempi di azioni reciproche che si differenziano a livello di contenuto in quanto dettato

²² Weber M., (1968), *Economia e società*, Milano, Comunità, 2 volumi (ed. or. *Wirtschaft und Gesellschaft*, Tübingen, 1922).

²³ Simmel G., (1976), *Sociologia*, Torino, Utet (ed. or. *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*, Berlin, Duncker & Humblot, 1908)

dalle motivazioni, dagli interessi e dalla soggettività degli individui, ma la forma di queste azioni si rafforza mediante il processo di socializzazione. L'approccio struttural-funzionalista con Talcott Parsons è l'approccio che più degli altri descritti in precedenza è riuscito nell'intento di formulare una teoria in merito allo studio delle relazioni sociali. A questo proposito Parsons, nel tentativo di comprendere gli elementi essenziali alla base della società, si occupa di definire le azioni di ciascun individuo che sono alla base delle loro interazioni sostenendo che (1986) «l'azione sociale è quell'azione compiuta da un agente in vista di un fine, in relazione ad una situazione e in base ad una valutazione delle possibilità presenti secondo un criterio che viene considerato *normativo* in quanto costituisce la *guida* all'azione²⁴.» Si tratta dunque di un'azione orientata normativamente, e non un'azione guidata da norme ma un'azione che rispetta un determinato ordine che gli permette di giungere a compimento e dunque di svilupparsi. L'azione che non è qualcosa di causale ma deve rispondere a precisi criteri per il suo sviluppo. Egli rileva inoltre come queste azioni avvengano all'interno di un *sistema di reciproche aspettative*, attraverso una *complementarietà tra gli attori*. Nell'ottica di questo processo di complementarietà, l'azione di ciascun individuo è collocata all'interno di un sistema ego-alter che per Parsons rappresenta il paradigma fondamentale su cui dovrebbe basarsi la sociologia. Complementarietà e dunque interdipendenza sono alla base della teoria di Parsons, rappresentano le caratteristiche che permettono al sistema sociale di funzionare governando le relazioni sociali. Relazioni che vengono definite come «espressione di un agire in uno status-ruolo, entro un sistema di status-ruoli.» Spiegando come le società moderne tendano a privilegiare tipologie di azioni orientate in senso universalistico e ispirate al principio dell'acquisizione e di conseguenza come le società tradizionali presenterebbero azioni di stampo particolaristico cercando di prendere in considerazione gli aspetti ascrivibili di ciascun soggetto, Parsons ha elaborato cinque variabili-modello nel tentativo di spiegare il funzionamento delle azioni degli individui di fronte ad una molteplicità di situazioni e contesti: la prima particolarismo-universalismo, la seconda diffusività-specificità, la terza ascrizione-acquisizione, la quarta affettività – neutralità e infine orientamento all'ego oppure alla collettività. Sempre per comprendere gli elementi essenziali al funzionamento della società, giunge a elaborare un'analisi funzionale nella quale sono

²⁴ Parsons T., (1962), *La struttura dell'azione sociale*, Il Mulino, Bologna (ed. or.1937)

dapprima individuati quattro centri d'integrazione (sistema sociale, culturale, sistema della personalità e sistema biologico) poi quattro relativi sottosistemi o caratteristiche strutturali alla base delle azioni: comportamentale, della personalità, sistema sociale e culturale. Ad ogni sottosistema corrisponde nel modello analitico agil un pre-requisito (o anche imperativo) funzionale all'interno di una struttura analitica denominata AGIL, applicabile secondo Parsons a qualsiasi realtà sociale e in particolare per comprenderne le sue relazioni. Requisiti che sono rappresentati dall'adattamento all'ambiente funzione che viene svolta dall'organismo biologico, il pre-requisito del conseguimento dei fini (o anche goal attainment) esercitato dal sistema della personalità che fa riferimento al soggetto agente individuale, il pre-requisito dell'integrazione svolto dal sistema sociale come punto di contatto tra posizioni e ruoli sociali e infine il mantenimento del modello (o latenza) di cui dovrebbe occuparsi il sistema culturale.

1.9 La sociologia relazionale come nuovo paradigma di ricerca

Come abbiamo potuto vedere nel paragrafo precedente, più che al tema dell'amicizia, la sociologia nel corso della sua storia si è fin ora focalizzata sul tema più ampio delle relazioni sociali come elemento basilare imprescindibile in grado di guidare la società. Abbiamo altresì potuto constatare, che nonostante i numerosi tentativi da parte dei sociologi classici di rispondere alla domanda "Cosa si intende per relazione sociale?" e di fornire una teoria sistema delle relazioni, questi non siano riusciti nell'intento, pur presentando spunti di riflessioni sul tema, ad eccezione di Talcott Parsons e il suo struttural-funzionalismo. Proprio da questo approccio ha preso vigore negli ultimi anni, l'emergere di un nuovo paradigma di ricerca, la sociologia relazionale che, riprendendo le categorie analitiche parsonsiane ha proposto nuove modalità di lettura delle relazioni sociali in chiave sociologica e più in generale ha proposto una nuova metodologia per l'analisi dei fatti sociali²⁵. In linea generale secondo gli spunti offerti da questo paradigma è possibile definire la relazione sociale come «realtà immateriale (che sta nel tempo-spazio) dell'interumano, ciò che sta fra i soggetti agenti, e che, come tale costituisce il loro orientarsi e agire reciproco per distinzione da ciò che sta nei singoli attori²⁶», e più precisamente con un'attenzione specifica sul tema nella società contemporanea la relazione può essere concettualizzata nei termini di «quella referenza

²⁵ Donati P.(a cura di), 2006, *Sociologia. Una introduzione allo studio della società*, Cedam, Padova.

²⁶ Donati P., 2013, *Sociologia della relazione*, Il Mulino, Bologna

simbolica e intenzionale – che connette i soggetti sociali in quanto attualizza o genera un legame fra loro, ossia in quanto esprime la loro azione reciproca». Studiare le relazioni sociali da un punto di vista sociologico, significa prendere in esame due ordini di considerazioni: che i fenomeni sociali e in questo caso le relazioni sono contingenti, ossia dipendenti da una serie di condizioni e al tempo stesso suscettibili di modificazioni e di esistere mediante altre forme; e considerarle come «fatti sociali emergenti», costituiti da dimensioni normative, affettive e istintive la cui semplice somma non è sufficiente a comprenderle da un punto di vista sociologico, la cui specificità risiede nella capacità di considerare queste dimensioni in modo tale da poter osservare tali relazioni come realtà *sui generis*. Prospettiva relazionale che parte dal considerare lo studio delle relazioni, prendendo in considerazione due semantiche fondamentali: la prima di carattere referenziale, la quale intende la relazione come *refero*, nel senso di riferire un qualcosa a qualcuno in un contesto caratterizzato da significati simbolici e codici relazionali più o meno intenzionali e successivamente come strutturale, come *religo*, nei termini di legame che è al tempo stesso vincolo e risorsa. Terzo ordine di considerazione avviene altresì con la sociologia relazionale che, cerca di integrare le precedenti forme attraverso una rivisitazione dello schema AGIL in cui la relazione come *refero* viene collocata sull'asse referenziale riconducibile attraverso le componenti L-G (latenza e realizzazione degli obiettivi), dall'altro la relazione intesa come *religo* viene collocata sull'asse A-I e annesse funzioni di adattamento-integrazione. Questa rivisitazione proposta dalla sociologia relazionale, permette di evidenziare come secondo tale prospettiva, le sociologie antecedenti non siano state in grado di comprendere che cosa effettivamente porti alla formazione delle relazioni sociali, che forme queste assumono, in che misura si “impongono” agli individui, acquistando il carattere di fenomeni emergenti, in grado di andare oltre e dunque superare gli individui stessi. Sociologia relazionale, che propone di abbandonare l'idea di AGIL come schema predefinito e classificatorio per intenderlo come «modo di osservare la relazionalità del sociale» e dunque come nuova metodologia che si può applicare all'analisi delle istituzioni sociali e più in generale dei fenomeni sociali assumendo questi come emergenti dalle relazioni tra una molteplicità di dimensioni e pertanto riconducibili alle componenti analitiche di AGIL per comprendere in che misura i sistemi di azioni e di relazioni agiscono e che percorsi questi seguano. Più

precisamente come sottolinea Donati nella sua teoria relazionale della società, tre formulazioni appaiono fondamentali per meglio comprendere e contestualizzare lo schema AGIL: la prima che intende riferirsi a tale schema come «relazione di necessità degli elementi interni dell'azione» in quanto per poter analizzare le azioni e le relazioni è necessario che via un attore, un suo orientamento, un oggetto sociale una modalità di quest'ultimo. Una seconda formulazione che lo definisce in termini di «relazione di coerenza funzionale del sistema di azione» in virtù della necessità per quanto possibile di fronteggiare contemporaneamente una molteplicità di funzioni, in primis adattamento, raggiungimento degli scopi, integrazione e mantenimento del modello di valore e infine una terza formulazione come «codice simbolico delle relazioni possibili» in quanto forma in grado di codificare i sistemi di azione che operano all'interno una vasta gamma di possibilità. Nella versione proposta dalla sociologia relazione, ogni relazione possiede dei meccanismi adattativi corrispondenti alla A dello schema AGIL che permettono di individuare le risorse per raggiungere le diverse mete, un ruolo societario, componente G, norme d'integrazione in grado di governare tale relazione e infine un orientamento di valore, componente L, che racchiude l'insieme di valori condivisi da coloro che operano e agiscono all'interno di queste relazioni. È inoltre possibile spiegare sia i processi di morfostasi sia i processi morfogenetici alla base della società, laddove i primi riguardano i processi riproduttivi, mentre dei secondi si parla di fronte alla genesi e di nuove forme e a differenza di quanto sottolineato da Parsons (che mette in risalto la dimensione normativa del suo schema), Donati sottolinea come la specificità del suddetto schema risieda nell'operare relazionalmente anche grazie a mezzi simbolici generalizzati riconducibili alle quattro dimensioni (A-G-I-L) che consentono l'interazione degli elementi costitutivi delle azioni e delle relazioni sociali. Ritornando più specificamente a quest'ultime, Donati sottolinea la tendenza generalista da parte della letteratura di evidenziare i rischi che corrono oggi le relazioni sociali e soprattutto i crescenti processi di disgregazione. Da un lato infatti, sottolinea Donati, ci si fa prendere dalla nostalgia verso forme relazionali del passato, dall'altro la letteratura ha per il momento considerato il tema della relazione più come legame tra due o più persone anziché come *effetto* in grado di andare oltre a questo aspetto. Nonostante i processi di globalizzazione e la crisi che investe la nostra società a cui ci siamo riferiti precedentemente, non si può dunque pensare unicamente a processi di

disgregazione delle relazioni, in quanto la futura società si caratterizzerà comunque da processi incessanti di costruzione e distruzione di relazioni ma il problema sarà come costruire queste relazioni, come gestirle e dunque come mantenere quelle più significative anche in virtù dell'avvento delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione (soprattutto i social network sites). A questo proposito quest'ultimi offrono agli individui l'opportunità di incrementare i propri contatti e le proprie reti, permettendo di infrangere i confini e le barriere tradizionali, i concetti di tempo e spazio. Occorre tuttavia prestare attenzione perché se da un lato il vissuto di ciascuno di noi viene semplificato attraverso le molteplici forme che ci vengono proposte, dall'altro queste si spingono non solo ad interiorizzare specifiche forme culturali per allinearci ai mutamenti ma a restare costantemente vigili online, tralasciando le relazioni tradizionali face to face.

1.10 Il ruolo del capitale sociale

I recenti studi americani cui si è accennato in precedenza hanno cercato di comprendere se gli individui tendano a privilegiare il mantenimento di contatti già esistenti nella vita offline o se invece gli individui vogliano conoscere nuove persone. Più propriamente, come rilevano gli studi condotti da Valkenburg, Peter, Schouten nel 2006 su circa 881 adolescenti tra i 10 e i 19 anni, le ricerche di Valenzuela, Park e Kee nel 2007 su un campione di circa 2603 studenti universitari contattati tramite mail, gli individui tendono a ricorrere ai social network più per mantenere e rinforzare, tramite le opportunità offerte online, i legami offline piuttosto che conoscere nuove persone anzi, dai campioni oggetto delle ricerche emergono pochissime amicizie instaurate e coltivate unicamente online. Inoltre Ellison, Steinfield e Lampe²⁷ (2007) hanno cercato di analizzare se l'utilizzo dei social network possa generare capitale sociale e soprattutto che forma questo tenda ad assumere. Il tutto mettendo in relazione differenti tipologie di capitale sociale che le persone (in questo caso un campione di studenti) possono costruire, per esempio rafforzamento e/o mantenimento dei legami, costruzione di legami deboli e livelli di autostima e soddisfazione della vita universitaria²⁸. Autori che

²⁷ Ellison N., Steinfield C., Lampe C., 2007, "The Benefits of Facebook 'friends': Social Capital and College students Us of On-line Social Network Sites", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol 12, n.4, pp 1143-1168

²⁸ Borgato R., Capelli F., Ferraresi M., (a cura di), *Facebook come. Le nuove relazioni virtuali*, Franco Angeli

hanno messo in luce la tendenza all'accrescimento del capitale sociale di tipo *bridging* che si sviluppa tra chi possiede legami deboli contrariamente al capitale sociale di tipo *bonding*, relativo ai legami particolarmente significativi per gli individui (esempio i legami con i membri del nucleo familiare). Sorge dunque spontaneo chiedersi che cosa si debba intendere per capitale sociale, quali caratteristiche ci permettono di parlare di capitale sociale da cosa è costituito e qual è il nesso tra capitale sociale e le relazioni che intrattengono gli individui. E naturalmente comprendere meglio la differenza che intercorre tra le due forme citate attraverso l'analisi dei principali contributi teorici sul tema e gli sviluppi e le proposte presentate dai paradigmi contemporanei. Innanzitutto, la letteratura sociologica ha offerto numerosi contributi a questo proposito e in particolare tra gli autori più influenti occorre ricordare Pierre Bourdieu e James Coleman (riconducibili a un approccio di studio individualista-strumentale) e la coppia costituita da Robert Putman e Francis Fukuyama che danno origine a una visione olistica-comunitaria. Bourdieu appartenente alla corrente dell'olismo metodologico, definisce il capitale sociale come «l'insieme delle relazioni sociali che un attore possiede e può mobilitare per promuovere i propri interessi» e che consiste nella produzione diretta o indiretta, consapevole o meno, di quelle relazioni che possono essere utilizzate e dunque fruibili dagli individui. Coleman invece, sostiene che «il capitale sociale è relazione sociale in quanto offre le opportunità per accedere a certe risorse per l'azione razionale, individuale o di gruppo e assume varie forme, fra le quali le principali sono: obbligazioni e aspettative reciproche, canali informativi e norme sociali.». Senza dimenticare l'apporto fondamentale offerto da Putman e Fukuyama i quali danno vita a un approccio di studio olistico-comunitario per il quale il capitale sociale sarebbe costituito dall'insieme delle risorse situate nelle comunità quali per esempio le norme morali, le reti di associazionismo e volontariato (Putman) e più in generale dalle norme e dai valori in grado di creare comportamenti cooperativi (Fukuyama). Più precisamente Putman, nel testo *Bowling Alone* sostiene che «il capitale sociale riguarda le relazioni tra gli individui, le reti sociali e le norme di reciprocità e di affidabilità che ne derivano²⁹» e ancora che vi è «tanta più erosione di capitale sociale quanto più facciamo riferimento a rapporti sociali informali, a solidarietà corte, a mutuo aiuto» (*Ibidem* pag.80). Tuttavia, soprattutto il primo approccio si pone esso stesso in contraddizione, da

²⁹ Castrignànò M., 2012, *Comunità, capitale sociale, quartiere*, Franco Angeli, Milano, pag.82

un lato perché Bordieu risulta appartenere all'olismo metodologico che definisce il capitale sociale nei termini di proprietà per la collettività mentre Bordieu stesso esprime qualità individuali a esso, dall'altro Coleman è vicino all'approccio dell'individualismo metodologico, tale per cui il capitale sociale sarebbe costituito da risorse individuali e risulta a parere dell'autore, possedere qualità strutturali. Dall'altro lato vi è poi Putman che in *Bowling Alone* e ancora prima nell'indagine sulle tradizioni civiche delle regioni italiane³⁰ si focalizza sul ruolo delle associazioni e sul numero d'individui aderenti a esse seppur quest'ultimo fattore non necessariamente sia utile alla comprensione della formazione o meno del capitale sociale. In virtù di queste contraddizioni, Donati³¹ (2011) rileva la mancanza da parte di questi autori (ma anche nella coppia Putman-Fukuyama) di proporre realmente una visione relazionale del capitale sociale, ma ancor di più la facilità con la quale, nella letteratura sociologica e non solo, si parli di relazioni e si cerchi di adottare una prospettiva di studio relazionale. Prospettiva relazionale che definisce il capitale sociale come quella «forma di relazione che opera la valorizzazione di beni o servizi attraverso scambi che non sono né monetari, né politici, né clientelari, né di puro dono ma scambi sociali di reciprocità basati sulla fiducia» (Donati 2011). Seguendo questa prospettiva l'analisi del capitale sociale consiste nel definirlo in termini di realtà *sui generis*, una realtà immateriale ma presente, in grado di generare specifici effetti sull'apparato societario e dunque non considerarlo una caratteristica unicamente riconducibile agli individui, alle strutture o a una loro combinazione ma «una qualità delle relazioni sociali», in grado di valorizzarle e far sì che queste assumano specifiche caratteristiche rispetto alle altre. «Per l'approccio relazionale, il capitale sociale è una particolare relazione che, per il fatto di essere sociale, presenta quattro dimensioni analitiche, le quali originano una configurazione strutturale nella quale ciascuna di esse orienta/mobilita/guida/utilizza le altre dimensioni, in gradi e modalità diverse, producendo un effetto emergente» (Donati 2011, p. 164). Quattro dimensioni che sono riconducibili ai pre-requisiti funzionali introdotti da Parsons, rivisitati in ottica relazionale. In particolare, la prima dimensione A dello schema AGIL, nell'ottica del capitale sociale rappresenta la dimensione economica secondo la quale la

³⁰ Putman Robert D., 1993, *Making Democracy Work. Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press, Princeton; trad.it. *La tradizione civica nelle regioni italiane*, Mondadori, Milano 1993.

³¹ Donati P., Solci R., 2011, *I Beni relazionali. Che cosa sono e quali effetti producono*, Bollati Boringhieri

relazione è «suscettibile di essere usata come un mezzo o risorsa strumentale», la seconda dimensione G, dimensione politica, può essere utilizzata per soddisfare scopi accettati e condivisi da coloro che sono immersi nella relazione in questione, la terza I fa riferimento alla necessità da parte della relazione di «essere regolata da aspettative fiduciarie e da norme di cooperazione e reciprocità». Infine la quarta e ultima dimensione, L dimensione valoriale, che rimanda a specifiche norme culturali-valoriali in grado di attribuire valore alla relazione. Capitale sociale che è inteso nella letteratura in alcuni casi come variabile dipendente in altri indipendente. Tenendo conto di questo, la sociologia relazionale propone di «osservare il capitale sociale dentro una sequenza morfogenetica rispetto ai suoi prodotti, cioè i beni relazionali.». Più precisamente, la tesi sostenuta da Donati, è quella secondo la quale il capitale sociale non sarebbe altro che frutto dei beni relazionali e al tempo stesso sarebbe in grado di generare e rigenerare questi beni, anziché consumarli. Beni relazionali che non sono materiali, numerabili e non possono essere ottenuti o acquistati attraverso il principio dello scambio economico a differenza dei beni materiali che gli individui possono acquistare secondo tale principio. Si tratta riprendendo le definizioni di Donati, di «beni comuni, emergenti dalle relazioni sociali e da queste costituiti» e possono dunque essere utilizzati solo attraverso le relazioni che sorgono tra più persone. Non sono né individualizzabili né generalizzabili e possono agire efficacemente solo nella misura in cui alla base delle relazioni che li costituiscono vi sia reciprocità fra i soggetti e dunque un certo coinvolgimento di questi. Beni relazionali che, continua Donati, non sono entità immaginarie ma sono vere e proprie azioni concrete e che possono distinguersi in beni primari e secondari, laddove i primi sono caratteristici delle relazioni face to face come per esempio le reti di amicizia o familiari, i secondi sono tipici delle reti di volontariato e di associazionismo. Indipendentemente dall'appartenenza di questi beni caratteristica essenziale che permette di distinguerli da tutti gli altri beni, è la presenza di relazioni inter-soggettive. Riepilogando dunque, si può affermare che l'innovazione prodotta dall'approccio relazionale consiste nel considerare tali beni in quanto effetti emergenti frutto delle relazioni sociali e più propriamente, come evince dalle parole di Colozzi (2005)

«Per l'approccio relazionale i beni relazionali sono effetti emergenti dell'interazione, cioè non sono il prodotto (effetto) delle scelte dell'attore, come sostiene

l'individualismo metodologico, né il prodotto dell'ambiente, come vuole lo strutturalismo, ma ciò che emerge (è prodotto) dalle relazioni concrete, relazioni che presuppongono l'incontro fra gli attori, ma possono a loro volta influenzare e modificare la volontà (l'intenzione) degli attori coinvolti, e che, quindi, non coincidono con questa e non sono riconducibili a questa, anche se la presuppongono sempre³²» (Colozzi 2005. p.16).

CAPITOLO SECONDO

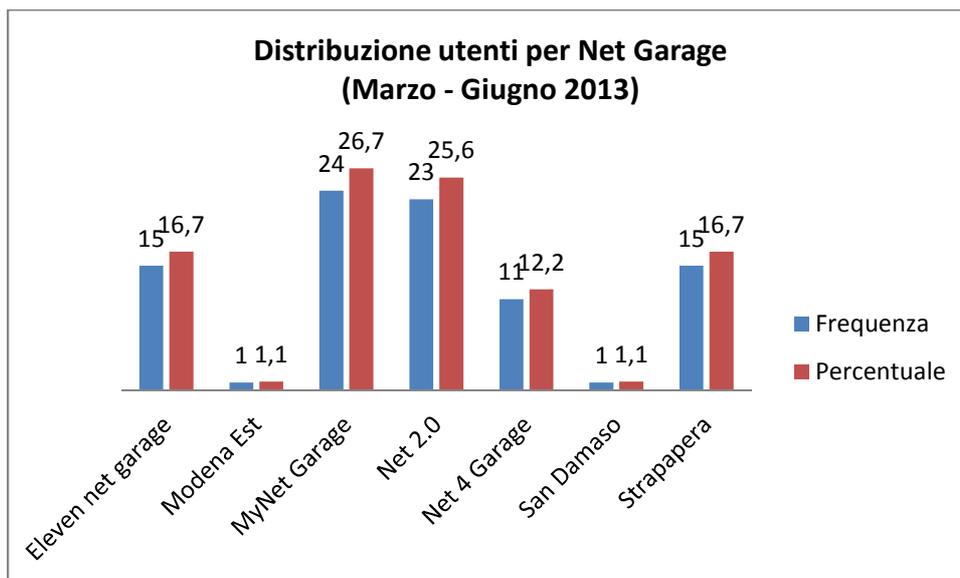
IL MONITORAGGIO MARZO-GIUGNO 2013

Il presente contributo intende riportare i risultati del progetto di ricerca condotto nel

³² Colozzi I.,2005, *Cosa sono i beni relazionali: un confronto fra approcci economici e approccio sociologico*, "Sociologia", a. XXXIX, 2, pp 13-120.

periodo tra marzo e giugno 2013, sul base dei dati raccolti attraverso la somministrazione di un breve questionario e la realizzazione di una serie di interviste ad alcuni utenti. I dati raccolti attraverso il questionario sono stati successivamente rielaborati statisticamente; le interviste raccolte sono state trascritte e sono stati, come vedremo nei successivi paragrafi estrapolati i punti salienti ai fini del nostro lavoro.

Fig.1: distribuzione utenti nei net garage monitoraggio marzo-giugno 2013



Il totale degli utenti contattati si attesta a novanta unità di cui il 26,7% del MyNet Garage di via degli Adelardi in pieno centro storico e il 25,6% del Net 2.0 di Windsor Park. Seguono successivamente con il 16,7% l'Eleven net di Albareto e la ludoteca-net Strapapera e il 12,2% il Net 4 Garage di Villanova. In quest'ultimo caso occorre segnalare come in realtà, l'utenza da noi monitorata fosse assai ridotta rispetto all'utenza presente nella stagione invernale, a causa dell'avvento della stagione primaverile che ha di fatto "dimezzato" l'utenza. Infine si è cercato di coinvolgere anche quegli spazi che già da tempo non rivestono unicamente le vesti del tradizionale net garage. Tuttavia anche in questo caso non è stato possibile rilevare più di una persona per net (1,1% sia per Modena Est sia per il punto lettura di San Damaso).

2.1 Il profilo degli utenti frequentanti

Dai dati acquisiti attraverso la somministrazione di un questionario possiamo constatare come la frequenza ai diversi net garage del territorio modenese è principalmente di sesso maschile con una percentuale pari all'83,3% contro il 16,7% delle donne. In particolare attraverso dati anagrafici quali età, data e luogo di nascita è possibile ricostruire un profilo degli utenti.

Tab.1 – Distribuzione utenti marzo-giugno 2013 per genere

Genere	Frequenza	Percentuale valida
Maschio	75	83,3
Femmina	15	16,7
Totale	90	100,0

Relativamente all'età, per rendere più lineari i dati acquisiti, si è proceduti a creare delle classi. Di particolare rilievo (soprattutto considerando che i i net garage sono ideati e pensati per un pubblico prevalentemente giovanile) si collocano coloro che hanno dai 35 anni in avanti con una percentuale che si attesta al 28% seguita dal 26,7% di coloro appartenenti alla fascia dai 13 ai 17 anni, dal 20% che hanno dai 18 ai 24 anni e dal 17,3% che vanno dai 25 ai 34 anni. Infine occorre registrare come la fascia relativa a coloro che vanno dai 9 ai 12 anni si attesti all'8%. Va segnalata la non conoscenza precisa dell'età di quindici utenti (mancanti di sistema) del net-ludoteca Strapapera, comunque tutti minorenni.

Classe d'età	Frequenza	Percentuale
9-12 anni	6	8,0
13-17 anni	20	26,7
18-24 anni	15	20,0
25-34 anni	13	17,3
35-oltre	21	28,0
Totale	75	100,0
Mancante di sistema	15	
Totale	90	

Alla luce dei risultati evidenziati nella tabella sottostante, possiamo sottolineare come nel complesso il divario fra minorenni e maggiorenni si attesti “solo” all’8,8%, con i minorenni che si presentano al 45,6% e l’utenza maggiorenne al 54,4% del totale.

Tab.3 – Distinzione tra utenti minorenni e maggiorenni

Maggiorenne / Minorenne	Frequenza	Percentuale valida
Minorenne	41	45,6
Maggiorenne	49	54,4
Totale	90	100,0

Altro aspetto su cui si è deciso di focalizzare l’attenzione, è la provenienza e i rispettivi luoghi di nascita degli utenti e dei genitori.

2.1.1 Nazionalità

Relativamente agli utenti, come si può notare dalla tabella raffigurata qui sotto, il 56,7% ha dichiarato di essere nato fuori dal territorio italiano. Fra questi ventotto casi su un totale di cinquantuno (e una percentuale del 54,9%) proviene da paesi quali Marocco e Tunisia, subito seguiti da altri paesi dell’Africa (tredici casi con il 25,5%), dell’Asia (con sette casi e una percentuale del 13,7%) e infine dell’Est Europa (tre casi per un 5,9%).

Tab.4 – Nazionalità degli utenti nel garage marzo-giugno 2013

Nazionalità	Frequenza	Percentuale valida
Italia	39	43,3
Eestero	51	56,7
Totale	90	100,0

2.1.2 Residenza

Dai dati raccolti non vi sono dubbi sulla concentrazione degli utenti con ben il 98,9% degli utenti residenti a Modena (considerano le frazioni di Albareto e Villanova) e solo l’1,1% (un caso) residente in provincia di Modena.

Tab.5 – Residenza degli utenti nei garage contattati

Residenza	Frequenza	Percentuale valida
Modena	89	98,9
Provincia di Modena	1	1,1
Totale	90	100,0

2.1.3 Titolo di studio e professione

Sul totale di novanta casi presi in esame, alla domanda sul titolo di studio in possesso, il 44,4% dichiara di possedere la licenza media, e subito dopo si colloca il 27,8% con la licenza elementare. È opportuno constatare inoltre il 13,3% ossia dodici utenti siano in possesso del diploma di maturità (durata quinquennale) mentre coloro che dispongono del diploma professionale (percorso triennale) si attestano al 5,6%. Infine otto casi su novanta e una percentuale dell'8,9% risultano essere senza titolo di studio. Risultati che tuttavia necessitano di essere meglio contestualizzati all'interno del percorso di vita di ciascun utente in relazione soprattutto alla maggioranza di utenti stranieri presenti nei net garage e alle disparità in termini di opportunità, possibilità e istruzione tra il paese di origine e il paese di approdo.

Tab.6 – Titolo di studio degli utenti

Titolo di studio	Frequenza	Percentuale valida
Nessun titolo	8	8,9
Licenza Elementare	25	27,8
Licenza Media	40	44,4
Diploma professionale	5	5,6
Diploma di maturità	12	13,3
Totale	90	100,0

A fronte dei dati relativi al titolo di studio, è interessante capire la collocazione professionale di ciascun utente. Due sembrano essere i terreni di suddivisione: da un lato vi sono coloro che sono impegnati nell'ambito scolastico (in netta maggioranza con una percentuale del 53,3%) e dall'altro vi sono coloro che attualmente sono disoccupati

(21,1%). A seguire il 6,7% che ha un contratto di lavoro a tempo indeterminato e coloro che sono alla ricerca di una prima occupazione.

Tab.7 – La professione degli utenti net garage

Professione	Frequenza	Percentuale valida
Studente	48	53,3
Lavoratore a tempo indeterminato	6	6,7
Lavoratore a tempo determinato	3	3,3
Lavoratore a contratto	2	2,2
Disoccupato	19	21,1
In cerca di prima occupazione	6	6,7
Tirocinante	1	1,1
Altro	5	5,6
Totale	90	100,0

2.1.4 La nazionalità dei genitori

Nell'ambito della vita familiare degli utenti, emerge con forza una figura materna con nazionalità estera pari al 64,8% contro il 35,2% delle madri nate in Italia. Tra queste ultime occorre segnalare l'8,9% di nate a Modena e a Napoli.

Tab.8 – Nazionalità della madre degli utenti

Nazionalità madre	Frequenza	Percentuale
Italia	31	35,2
Estero	57	64,8
Totale	88	100,0
Mancante di sistema	2	
Totale	90	

Il 52,6% delle figure materne degli utenti in questione è appartenente a Marocco e Tunisia, il 5,3% appartiene ad altri paesi del Nord Africa, mentre il 19,3% ad altri paesi del continente africano. Rilevanti inoltre il 12,3% appartenenti al continente asiatico e il 5,3% dell'Est Europa.

Tab.9 – Paese di origine della madre

Area geografica madre	Frequenza	Percentuale
Marocco-Tunisia	30	52,6
Nord Africa	3	5,3
Altri paesi Africa	11	19,3
Est Europa	3	5,3
Altro Europa	1	1,8
Asia	7	12,3
Altro	2	3,5
Totale	57	100,0
Mancante di sistema	33	
Totale	90	

Come per la madre anche per la figura paterna c'è una netta maggioranza di nati all'estero con una percentuale che si attesta al 67% contro il 33% dei nati nel territorio italiano. Tra quest'ultimi le percentuali più rilevanti rimandano ad un 6,7% nati a Napoli e ad un 5,6% nati a Modena, subito seguiti dal 2,2% di nati a Milano e Palermo.

Tab.10 – Nazionalità del padre

Nazionalità padre	Frequenza	Percentuale
Italia	29	33,0
Eestero	59	67,0
Totale	88	100,0
Mancante di sistema	2	
Totale	90	100,0

Nello specifico quarantotto figure paterne dei soggetti oggetto della nostra inchiesta

fanno riferimento al continente africano di cui: trentaquattro casi (57,6%) al Marocco-Tunisia, tre casi (5,1%) ad altri paesi a nord del continente africano e infine undici casi (18,6%) appartenente al resto dell’Africa. Oltre al continente africano possiamo constatare l’11,9% che rimandano all’Asia (tra cui Bangladesh e Pakistan) e un 5,1 all’Est Europa (con paesi quali Ucraina, Romania, Moldavia).

Tab.11 – Paese di origine del padre

Area geografica padre	Frequenza	Percentuale
Marocco-Tunisia	34	57,6
Nord-Africa	3	5,1
Altri paesi Africa	11	18,6
Est Europa	3	5,1
Asia	7	11,9
Altro	1	1,7
Totale	59	100,0
Mancante di sistema	31	
Totale	90	

2.2 Gli utenti e la Rete Net Garage

Nella prima parte ci siamo concentrati nel comprendere gli utenti frequentanti da noi contattati dal punto di vista anagrafico. In questa seconda parte si cercherà di illustrare il rapporto di questi utenti con i net garage di riferimento, analizzando in che modo questi abbiano conosciuto il servizio, le motivazioni che li spingono alla frequenza, le attività da essi svolte quando navigano all’interno di ciascun Net, le modalità di accesso, ossia con chi entrano in questi spazi, la frequenza e la durata media in termini temporali e se gli utenti in questione frequentino altri net garage oltre a quelli in cui li abbiamo contattati.

2.2.1 Conoscenza e motivazioni

Come hanno conosciuto i net garage gli utenti oggetto della ricerca? Come riportato nella tabella sottostante, per il 57,8% la conoscenza del servizio è avvenuta grazie alle reti di amicizia e subito dopo grazie al passaparola per le zone del territorio (14,4%).

Particolarmente rilevante sottolineare come il 18,9% abbia fornito “altro” come risposta. Nello specifico tra quest’ultimi, grazie all’analisi delle schede compilate, si segnalano coloro che hanno scoperto i net in quanto residenti nella zona (e/o tramite indicazioni condominiali), coloro che hanno conosciuto il servizio tramite biblioteche, scuole e doposcuola; e infine coloro che non si ricordano come hanno avuto il primo contatto al net in quanto assidui frequentatori fin dai primi anni (come nel caso del net Strapapera che racchiude al contempo la funzione di ludoteca e molti ragazzi prima ancora del net, sono frequentatori fin dall’infanzia della ludoteca).

Tab.12 – Conoscenza dei net da parte degli utenti

Conoscenza net	Frequenza	Percentuale
Passaparola	13	14,4
Volantino	5	5,6
Informa Giovani	1	1,1
Amici	52	57,8
Altro	17	18,9
Volantino/Amici	1	1,1
Informa Giovani / Amici	1	1,1
Totale	90	100,0

Che cosa spinge gli utenti a frequentare i net garage? Come sono giunti a questi net? Come li hanno conosciuti?

In merito alle motivazioni, bisogna sottolineare come alcuni utenti a cui è stato sottoposto il questionario hanno fornito un’unica risposta tra gli item proposti, mentre una parte ha fornito più di una risposta tra le motivazioni proposte tra gli item. Premessa, necessaria a spiegare i dati raccolti, al fine di individ. In particolare in merito alla dimensione gratuita del servizio, la percentuale di coloro che hanno fornito tale risposta si attesta al 26,7% con ventiquattro utenti su novanta.

Tab.13 – Utenti che hanno indicato come motivazione “è gratis” alla frequenza del net

È gratis	Frequenza	Percentuale
-----------------	------------------	--------------------

Indicato	24	26,7
Non indicato	66	73,3
Totale	90	100,0

Il 15,6% con soli quattordici utenti dichiara di accedere per la possibilità di incontrare operatori a cui chiedere informazioni e al quale rivolgersi, contro l'84,4% che non ha indicato tale risposta.

Tab.14 – Utenti che hanno indicato come motivazione la presenza di operatori

Ci sono operatori	Frequenza	Percentuale
Indicato	14	15,6
Non indicato	76	84,4
Totale	90	100,0

Diciannove utenti, con il 21,1% ha invece espresso come motivazione la vicinanza del net con la propria abitazione, contro il 78,9% che non ha fatto riferimento a questo item.

Tab.15 – Utenti che hanno indicato come motivazione la vicinanza a casa

È vicino a casa	Frequenza	Percentuale
Indicato	19	21,1
Non indicato	71	78,9
Totale	90	100,0

Stessi dati anche per la presenza degli amici. Gli utenti che hanno espresso tale risposta, si attestano infatti al 21,1%.

Tab.16 – Utenti che hanno indicato come motivazione la presenza dei propri amici

Ci vanno gli amici	Frequenza	Percentuale
Indicato	19	21,1
Non indicato	71	78,9
Totale	90	100,0

Il 26,7% ha invece espresso come motivazione la mancanza di connessione internet presso la propria abitazione, contro il 73,3% che non ha fornito questa risposta.

Tab.17 – Utenti che hanno indicato come motivazione l'assenza della connessione

Assenza connessione internet a casa	Frequenza	Percentuale
Indicato	24	26,7
Non indicato	66	73,3
Totale	90	100,0

Il 21,1% con diciannove utenti ha espresso come motivazione la risposta “altro”. In particolare tra queste si riscontrano: undici utenti che hanno espresso come motivazione la possibilità di stare in compagnia e divertirsi (per lo più utenti della ludoteca Strapapera), un utente per l’assenza del computer a casa, un utente per poter navigare, due utenti per passare il tempo, un utente per cercare lavoro, un utente per fare ricerche e un altro perché viene al doposcuola (Albareto). Infine un utente che ha espresso la risposta “altro” senza però specificare la motivazione differente dagli item proposti.

Tab.18 – Utenti che hanno indicato come motivazione la risposta “altro”

Altro	Frequenza	Percentuale
Indicato	19	21,1
Non indicato	71	78,9
Totale	90	100,0

2.2.2 Modalità di accesso, frequenza e durata media temporale

L’accesso solitario del singolo utente ai net garage sembra essere il percorso privilegiato. O almeno così si legge dai dati raccolti, in cui il 71,1% dichiara di accedere da solo. A seguire si colloca un 17,8% che accede con gli amici e un 6,7% che sostiene di entrare con familiari. Da registrare infine un 2,2% che accede con compagni di scuola e in un caso l’accesso con gli operatori del luogo.

Tab.19 – Con chi accedono gli utenti ai net garage?

Accesso	Frequenza	Percentuale
Da solo	64	71,1
Con amici	16	17,8
Con compagni di scuola	2	2,2

Con familiari	6	6,7
Con operatori	1	1,1
Da solo / con amici	1	1,1
Totale	90	100,0

La frequenza degli utenti all'interno dei net garage si colloca principalmente nella fascia settimanale con un valore del 54,4%, il che significa che quarantanove casi tendono a frequentare almeno una o due volte alla settimana. Di rilievo anche il 26,7% di coloro che possiamo definire come frequentatori assidui (ventiquattro casi) che parallelamente ai loro impegni frequentano tutti i giorni di apertura del servizio. A conclusione di questi dati, si registra un 8,9% di coloro che frequentano raramente il servizio e si presentano indicativamente ogni 3-4 mesi, e un 5,6% di utenti con frequenza pressoché mensile.

Tab.20 – Quanto frequentano i net garage gli utenti?

Frequenza	Frequenza	Percentuale
Giornaliera (tutti i giorni di apertura)	24	26,7
Settimanale (1-2 volte alla settimana)	49	54,4
Mensile	5	5,6
Raramente	8	8,9
Una volta e mai tornato	1	1,1
Altro	3	3,3
Totale	90	100,0

Ma quanto tempo trascorrono all'interno dei net garage gli utenti? La durata temporale che sembra prevalere è di circa un'ora con una percentuale del 37,8% del totale e, immediatamente dopo, vi sono gli utenti che trascorrono circa mezz'ora (27,8%) e quelli che si trattengono circa due ore (stessa percentuale: 27,8%). Il tutto a seconda delle esigenze di ciascun utente, da chi cerca un momento di svago a chi ha necessità personali, lavorative e/o burocratiche. In netta minoranza infine si collocano (con una percentuale del 6,7%) coloro che trascorrono tre ore all'interno dei locali del net garage.

Tab.21 – Quanto tempo trascorrono all'interno di ciascun net?

Durata temporale	Frequenza	Percentuale
Mezz'ora	25	27,8
Un'ora	34	37,8
Due ore	25	27,8
Tre ore	6	6,7
Totale	90	100,0

2.2.3 Le attività svolte dagli utenti

Per quanto riguarda le attività svolte dagli utenti, i dati in nostro possesso, pur mostrando alcune lacune metodologiche mostrano una frammentazione. Lacune che si riferiscono al fatto che molti utenti hanno espresso più di una motivazione tra quelle presenti mentre altri utenti una sola. A questo proposito si è proceduto a distinguere le risposte al fine di comprendere quanti utenti abbiano risposto alle singole attività.

Nonostante i dati siano frammentari, dall'analisi emerge una quota significativa di utenti, pari al 48,9% che dichiara di utilizzare i social network all'interno dei net garage. Occorre altresì specificare che tra questi non rientra la quota di utenti del net interno alla ludoteca Strapapera, per i quali non è consentito nella navigazione accedere ai social network in quanto non rientra nelle finalità educative del servizio incorporato nella ludoteca.

Tab.22 – Utenti che hanno indicato come attività i social network

Social Network	Frequenza	Percentuale
Attività indicata	44	48,9
Attività non indicata	46	51,1
Totale	90	100,0

Un 37,8% di utenti dichiara di fare riferimento a chat esterne ai social network all'interno delle attività svolte nei net garage, contro il 62,2% di coloro che non ricorrono a chat.

Tab.23 – Utenti che hanno indicato come attività le chat

Chat	Frequenza	Percentuale
-------------	------------------	--------------------

Attività indicata	34	37,8
Attività non indicata	56	62,2
Totale	90	100,0

Il 28,9% con ventisei utenti dichiara di utilizzare la posta elettronica tra le attività di navigazione, contro il 71,1% che non la utilizza.

Tab.24 – Utenti che hanno indicato come attività la posta elettronica

Mail	Frequenza	Percentuale
Attività indicata	26	28,9
Attività non indicata	64	71,1
Totale	90	100,0

Skype, risulta essere utilizzato all'interno dei net garage solo dall'11,1%, in considerazione anche della possibilità di sentirei amici e/o familiari/ parenti lontani attraverso i differenti social network nonché all'esterno dei net.

Tab.25 – Utenti che hanno indicato come attività Skype

Skype	Frequenza	Percentuale
Attività indicata	10	11,1
Attività non indicata	80	88,9
Totale	90	100,0

Inoltre, il 33,3% con trenta utenti ha fornito come risposta alle attività svolte “giochi online”, contro il 66,7% che non utilizza giochi all'interno degli spazi della rete net garage.

Tab.26– Utenti che hanno indicato come attività i giochi online

Giochi online	Frequenza	Percentuale
Attività indicata	30	33,3
Attività non indicata	60	66,7
Totale	90	100,0

Il 30% degli utenti, in particolare in riferimento ai più giovani, grazie ai net garage ha la possibilità di svolgere ricerche scolastiche contro il 70% di coloro che non svolgono tale attività, di cui una quota significativa molto probabilmente in quanto non più rientrante nella categoria degli studenti.

Tab.27 – Utenti che hanno indicato come attività ricerche scolastiche

Ricerche scolastiche	Frequenza	Percentuale
-----------------------------	------------------	--------------------

Attività indicata	27	30,0
Attività non indicata	63	70,0
Totale	90	100,0

Coloro che tra le attività di navigazione si occupa di interessi personali, spaziando tra le proprie curiosità e hobby al di fuori di social network, chat, giochi, è il 33,3%.

Tab.28 – Utenti che hanno indicato come attività interessi personali

Interessi personali	Frequenza	Percentuale
Attività indicata	30	33,3
Attività non indicata	60	66,7
Totale	90	100,0

Una quota significativa di utenti, ossia trentacinque, con una percentuale del 38,9%, ha espresso “altro” tra le attività. In particolare queste risultano essere riconducibili alla ricerca del lavoro, il ricorso a video e musica.

Tab.29 – Utenti che hanno indicato come attività “altro”

Altro	Frequenza	Percentuale
Attività indicata	35	38,9
Attività non indicata	55	61,1
Totale	90	100,0

2.2.4 Oltre i Net Garage

Se fino ad ora ci siamo focalizzati sul profilo anagrafico degli utenti, sulla loro frequenza, la conoscenza e le motivazioni che spingono gli utenti a frequentare i net garage, ci è sembrato opportuno comprendere se gli utenti per accedere alla navigazione su internet, decidano di rivolgersi o ad altri net garage o altri luoghi comunali non appartenenti alla rete net garage, oppure se intendono rivolgersi privatamente (e/o a pagamento) ad internet point.

Relativamente alla frequenza di altri net garage oltre a quello di “appartenenza” o che si voglia definire “abituale” all’interno del quale ogni utente è stato raggiunto dal nostro progetto di ricerca, ben il 94,4% dichiara di non frequentare altri net, contro il 5,6%.

Tab.30 – Quanti utenti frequentano altri net garage?

Frequenza altri net	Frequenza	Percentuale
----------------------------	------------------	--------------------

Sì	5	5,6
No	85	94,4
Totale	90	100,0

All'interno di quel 5,6% che dichiara invece di frequentare altri net garage, la percentuale più rilevante (3,3%) sostiene come altro net più "gettonato" sia il net 2.0 di Windsor Park (via San Faustino), mentre i restanti o non hanno specificato quale altro net frequentano, oppure hanno frequentato altri net in passato che non sono tutt'ora attivi (Road Net Garage c/o S. Filippo Neri)

2.3. Gli utenti e Internet al di fuori della Rete Net Garage

Dopo aver analizzato il rapporto specifico degli utenti contattati con i net da loro frequentati, in questa sede si cercherà di analizzare se gli utenti frequentano o meno altri luoghi con annessa navigazione sempre all'interno del Comune di Modena, se ricorrono invece a spazi privati quali potrebbero essere internet point dove la navigazione però non è gratuita e infine se gli utenti per connettersi utilizzano le reti wireless del territorio modenese.

2.3.1 Altri luoghi comunali

Vi sono poi coloro che non frequentano altri net garage, ma decidono di usufruire delle altre molteplici opportunità offerte dal Comune di Modena per accedere gratuitamente ad internet, anche se questi luoghi non sono afferenti alla rete net garage. In particolare tra i luoghi più "gettonati" possiamo riscontrare le biblioteche comunali tra cui la Biblioteca Delfini, l'Informa Giovani di Piazza Grande (5,6%) e coloro che frequentano sia la Biblioteca sia l'Informa Giovani, con una percentuale che si attesta al 5,6%.

2.3.2 Il ricorso agli internet point

Ben settantasette utenti su un totale di novanta, con una percentuale dell'85,6% sostiene di non fare ricorso ad internet point privati per l'accesso e la navigazione su internet contro il 14,4% (rispettivamente tredici utenti) che per l'accesso alla rete internet afferma di frequentarli.

Tab.31 – Frequenza internet point

Internet point	Frequenza	Percentuale
Sì	13	14,4
No	77	85,6
Totale	90	100,0

2.3.3 Il rapporto utenti- reti wireless

Tab.32 – Utilizzo delle reti wireless

Utilizzo zone Wi-Fi	Frequenza	Percentuale
Sì	36	40,0
No	54	60,0
Totale	90	100,0

Al termine del questionario proposto, nell’ottica del rapporto degli utenti con internet, si è cercato di capire la conoscenza e l’utilizzo della rete wireless nelle zone della città. A tal proposito il 60% degli utenti ha dichiarato di non utilizzarlo, mentre il 40% utilizza la rete per connettersi. Tra quest’ultimi soprattutto giovanissimi come si evince da alcune testimonianze raccolte:

«Sì, il wifi lo conosco e l'utilizzo qualche volta ma solo sul tablet, principalmente per Facebook e video.»

(Muhammed, 17 anni, Eleven Net Garage Albareto)

«Sì ogni tanto lo uso, generalmente per andare sui social network oppure ascoltare musica su Youtube. Esempio a Modena so che si può usare nei pressi di Altero. Generalmente uso il Wi-Fi solo quanto finisco i giga byte di internet sul cellulare.»

(Anna Maria 15 anni Punto Lettura San Damaso)

Come si può notare, anche nel momento in cui gli utenti si connettono tramite Wi-Fi nelle zone della città attrezzate a ciò, la navigazione sui social network rimane l’attività privilegiata seguita da siti mediante i quali è possibile ascoltare musica e guardare video. Altri utenti invece conosco il Wi-Fi ma lo usano poco se non mai utilizzato.

«Sì conosco il Wi-Fi ma non l'ho mai usato.»

(Rebecca 15 anni Eleven net garage Albareto)

«Sì il Wi-Fi lo conosco, ma non l'ho mai usato, nemmeno con il cellulare che non mi permette di connettermi.»

(Yassir, 18 anni MyNet garage)

«Lo conosco ma non lo utilizzo perché ho una promozione con il telefono che mi permette di navigare su internet.»

(Gabriele, 15 anni ludoteca net Strapapera)

«Sì il Wi-Fi lo conosco, ma non lo uso perché ho la promozione sul cellulare che mi permette di usare internet.»

(Rita, 16 anni ludoteca net Strapapera)

2.4 Come giudicano gli utenti i Net Garage?

Attraverso la realizzazione di una serie di interviste più approfondite (vedere premessa metodologia) si è cercato di avere un giudizio generale di ciascun utente sul net garage di riferimento attraverso una traccia d'intervista comprendente diverse aree tematiche: partendo da alcune domande di carattere anagrafico passando al focus dell'analisi, domandando l'eventuale di frequenza di altri net, come hanno conosciuto il servizio, cosa li spinge a frequentare, se hanno instaurato nuove amicizie all'interno dei net, la tipologia (e con quali modalità se da soli o in compagnia) delle attività prevalentemente svolte. Infine l'ultima area tematica che possiamo definire "valutativa" con l'obiettivo di domandare loro un giudizio (anche in termini numerici) del servizio, di segnalare eventuali carenze, di giudicare il rapporto con gli operatori e soprattutto nel caso dei più giovani cosa ne pensano i genitori della frequenza ai net garage.

«Se dovessi esprimere un giudizio al Net darei un 7. Dovrebbero migliorare i computer e aggiornarli perché si bloccano. Dovrebbero inoltre cambiare le cuffie che si rompono

facilmente e migliorare la velocità della rete.»

(Zakaria, utente presso net 2.0 Windsor Park)

«Penso sia un bel posto per i ragazzi, trovo non manchi nulla, come voto darei 8.

Bisognerebbe avere l'opportunità di chiamare altri nostri amici.»

(Muhammed, utente presso Eleven Net Albareto)

«Secondo me è un posto efficiente per quel che riguarda internet, perciò darei 9. Per il resto non saprei, se non che la struttura è ridotta mentre noi ragazzi siamo in tanti e bisognerebbe ampliare lo spazio.»

(Rebecca, utente presso Eleven Net Albareto)

«Maggiore coinvolgimento nelle attività. Non solo corsi d'informatica ma qualcosa in più (esempio corsi Html, corsi per video editing, scripting ecc.) Cambierei la gestione del Net. Bisognerebbe ampliare gli orari di apertura. Diciamo che trovo tutto ciò di cui ho bisogno anche se il sistema operativo è un po' problematico. I PC sono tutti collegati ad un unico server e andrebbero rivisti. Come voto darei 7.» (Scerif, utente presso MyNet)

«Esempio a volte la connessione è lenta, ma tutto sommato il servizio funziona bene. Non sarebbe male 1-2 volte alla settimana imparare ad usare nuovi programmi e nuove funzionalità, fare delle esercitazioni e infine un test finale per vedere se abbiamo capito. A volte cerco di scaricare delle cose ma non sempre è possibile, perché il sistema non sempre supporta e quindi lascio stare. Anche io darei 7 come voto.» (Yassir, utente presso MyNet via degli Adelardi)

«Va bene così,, ma sarebbe consigliabile aggiornare i computer ma soprattutto non arriva la connessione e questo danneggia il servizio.»

(Sara, utente presso net 4 garage Villanova)

«Bisognerebbe potenziare l'ADSL perché anche a casa mia non c'è.

Non saprei, magari un luogo più accogliente e più grande soprattutto per l'inverno.»

(Cristian, utente presso net 4 garage Villanova)

«Non ci sono carenze né qualcosa da migliorare o cambiare totalmente. Magari tenere controllati i computer in modo da sostituirli in caso di problemi.

Come voto darei 10.» (Gabriele utente net strapapera)

«Manca la possibilità di andare su Facebook e altri social network. Come voto darei 8.

Totalmente non cambierei nulla, ma consiglio di far accedere i ragazzi su Facebook e altri social network» (Rita, utente presso net strapapera)

«Se devo essere sincera non manca niente. Come voto al servizio darei 8, solo perché ogni tanto si rompono i pc ma poi li aggiustano. Si potrebbe migliorare la connessione oppure aggiungere più postazioni internet dal momento che ce ne sono solo tre. Per il resto i computer vanno bene.»

(Anna Maria utente presso Punto lettura net garage di San Damaso)

2.5 Il rapporto utenti - operatori

Dal monitoraggio sul campo e dalle testimonianze raccolte, il rapporto è generalmente legato all'utilizzo del computer e della rete, le problematiche che questo comporta e il fatto di avere un supporto nello svolgimento delle proprie attività.

«Il rapporto è molto legato a eventuali problemi col il computer.»

(Scerif, utente presso MyNet via degli Adelardi)

«Di solito non mi rivolgo agli operatori se non quando ho dei problemi con il computer.»

(Yassir, utente MyNet via degli Adelardi)

«Non c'è un gran rapporto, siamo molto distanti.»

(Hamza, utente presso Eleven Net Albareto)

«C'è un buon rapporto, parliamo principalmente di scuola e compiti.»

(Maichel, utente presso Eleven Net Albareto)

«Andiamo sostanzialmente d'accordo anche se a volte discutiamo.»

(Rebecca, utente presso Eleven Net Albareto)

«Sì, l'operatore è disponibile, generalmente mi rivolgo a lui per parlare soprattutto in caso di problemi con il computer.»

(Zakaria, utente Net 2.0 Windsor Park)

«Con loro parlo tranquillamente di tutto, di argomenti differenti. C'è un rapporto molto confidenziale.»

(Gabriele, utente presso ludoteca net Strapapera)

«C'è un buon rapporto, direi confidenziale, d'amicizia. In particolare con Giulia parlo di tutto, mentre con Anna il rapporto è buono ma un po' più distante.»

(Rita, utente presso ludoteca-net Strapapera)

«Il rapporto si è consolidato negli anni, è un rapporto confidenziale, anzi lei sembra quasi una psicologa.»

(Sara, utente presso net 4 Garage Villanova)

«C'era già una conoscenza pregressa dagli anni scorsi per quel che riguarda le attività di volontariato e relative alla polisportiva. È un rapporto confidenziale che si è ulteriormente consolidato.»

(Cristian, utente presso Net 4 Garage Villanova)

«Si tratta di un rapporto abbastanza buono, con alcuni anche confidenziale. Parliamo un po' di tutto. In caso di bisogno con il computer sono molto disponibili ad aiutarmi.»

(Anna Maria, utente Punto Lettura San Damaso.)

2.6 In sintesi

Dopo aver illustrato i risultati emersi dalle elaborazioni statistiche dei questionari con il supporto delle interviste faccia a faccia, possiamo sinteticamente affermare quanto segue. Dei net garage tutt'ora attivi sul territorio modenese, il MyNet e il Net 2.0 con rispettivamente il 26,7% e il 25,6% si confermano i net garage più gettonati anche grazie alla loro collocazione. Discorso a parte vale per i net di Villanova e Albareto inseriti in specifiche realtà ma che evidenziano di possedere una specifica utenza tutto sommato abituale. Sul totale degli utenti contattati, le femmine risultano essere nettamente sotto rappresentate (16,7%) rispetto ai maschi, inoltre si può affermare che in merito alla dicotomia minorenni vs maggiorenni, seppur in presenza di una leggera maggioranza di utenti maggiorenni, vi sia una situazione di sostanziale equilibrio. Utenza che come nella precedente rilevazione, si conferma principalmente di nazionalità estera, con una prevalenza dei genitori esteri rispetto a coloro di nazionalità italiana (e questo si può riscontrare su entrambi i genitori), in primis provenienti da Marocco-Tunisia e, a seguire, dai restanti paesi del continente africano. Utenti che risultano essere residenti quasi tutti a Modena città (eccezion fatta per un solo caso) e in possesso nella maggioranza dei casi almeno del titolo di licenza media, seguiti da coloro che sono in possesso della sola licenza elementare. Infine più della metà degli utenti contattati risultano essere studenti e disoccupati, il che in qualche modo spinge i soggetti a frequentare i net soprattutto per trovare un sostegno nella ricerca del lavoro e delle attività amministrative e i più giovani a utilizzare la rete sotto l'apporto di operatori a cui rivolgersi in caso di necessità. Conoscenza della rete net garage che risulta essere riconducibile in primo luogo agli amici e collegato ad essi il passaparola in giro per la città da parte di coloro che frequentano abitualmente. Amicizie che ricoprono un ruolo cruciale nella frequenza dei net, come si evince dalle motivazioni che spingono gli utenti a frequentare e a seguire la mancanza della connessione internet presso il proprio domicilio, la presenza di operatori presso cui trovare supporto e assistenza e infine ma non meno rilevante, la dimensione gratuita del servizio. Le attività invece tendono ad essere frammentate, variando da coloro che usufruiscono del servizio per il solo utilizzo di social network oppure di giochi o di chat fino a coloro che fanno fronte ad una molteplicità di attività dai già citati social network fino ai più variegati interessi personali. Utenti che dimostrano una certa quotidianità con i net, in

virtù del fatto che risultano accedere almeno settimanalmente se non tutti i giorni di apertura, con una durata media temporale all'interno di almeno un'ora con successive oscillazioni che vanno da mezz'ora fino alle tre ore, il tutto a seconda dei loro rispettivi impegni. Quotidianità che emerge anche dalle risposte fornite alla domanda relativa alla frequenza di altri net garage oltre a quello in cui l'utente è stato contattato. A questo quesito il 94,4% ha dichiarato di non frequentare altri net oltre a quello in cui si trovava in quel momento né tanto meno internet point privati (solo tredici utenti dichiarano di usufruirne) al di fuori dei servizi comunali. Tuttavia occorre certificare la presenza di una quota minoritaria di casi che ha sostenuto di frequentare per l'accesso alla rete le biblioteche presenti sul territorio modenese e il servizio Informa Giovani del Comune.

CAPITOLO TERZO

RETE NET GARAGE E INTERNET: L'IMPATTO DEI SOCIAL NETWORK

Come accennato in sede di presentazione, il progetto di ricerca sulla rete net garage di Modena ha previsto due momenti distinti. Obiettivo del seguente capitolo è dunque quello di illustrare i risultati raggiunti nel secondo momento, condotto nel periodo tra dicembre 2013 e febbraio 2014. In tale periodo si è cercato di condurre un nuovo monitoraggio della rete attraverso l'approfondimento delle tematiche precedentemente rilevate il tutto spostando l'attenzione verso una delle specifiche attività che come sottolineato nel precedente capitolo, ha rivestito un ruolo centrale: la navigazione sui

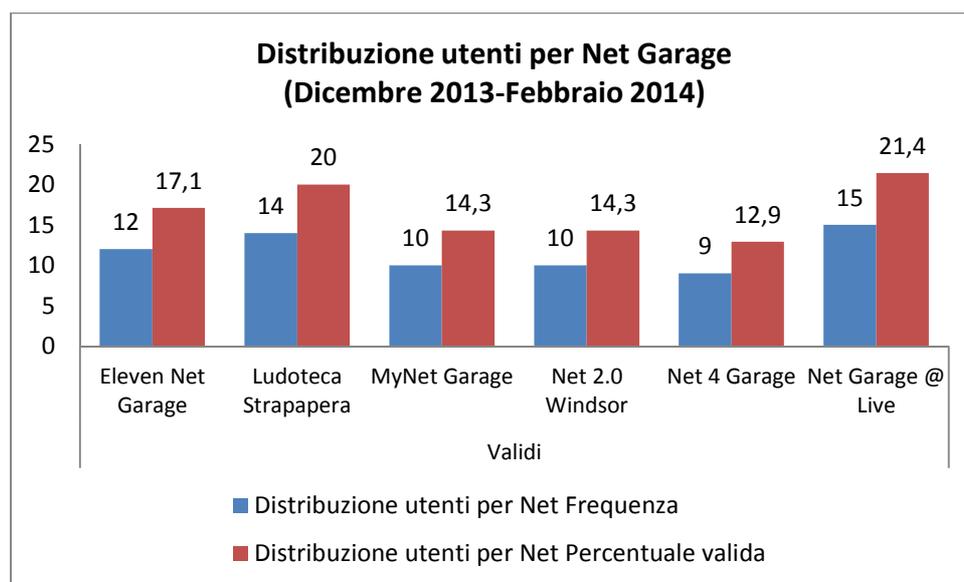
social network sites. Sul versante della rete net garage rispetto al precedente monitoraggio si è voluto approfondire il grado d'importanza attribuito alle motivazioni che spingono gli utenti alla frequenza, l'importanza da essi attribuita alle attività svolte, la conoscenza e l'utilizzo d'internet all'interno e all'esterno dei luoghi comunali, la conoscenza e l'eventuale utilizzo delle reti wifi e infine di valutare il grado d'importanza – commisurabilità attribuito al net garage. Sul versante dei social network, si è voluto da un lato comprendere quali social network sites conoscono e quali sono iscritti per poi entrare dettagliatamente sulle implicazioni a livello sociale-relazionale, cercando di capire il numero di contatti posseduti online, le effettive conoscenze dirette e ancora quanti di questi contatti indicativamente possono essere considerati dagli utenti loro amici stretti e dunque parte integrante delle loro reti amicali. L'attenzione si è poi successivamente spostata sul versante motivazionale all'utilizzo dei social network sites, i meccanismi che fanno sì che gli individuino formino le proprie reti online, e le ripercussioni in merito a quattro sfere: in primis reti amicali e a seguire studio-lavoro, famiglia e organizzazione della giornata – tempo libero.

3.1 Un profilo degli utenti contattati

Nell'arco temporale da dicembre a febbraio 2014, presso i net garage attivi sono stati contattati un totale di settanta persone e in particolare, come si può vedere dal grafico sottostante, rispetto al precedente monitoraggio, emerge una situazione di sostanziale equilibrio nel numero di utenti contattati e rintracciati. Occorre altresì specificare, che i dati qui precisati sono influenzati di alcuni fattori: da un lato i processi migratori che hanno portato alcuni utenti di origine straniera per via della difficile situazione economica e sociale a fare ritorno nel paese di origine portando a un calo delle affluenze soprattutto nei net vicini al centro città (MyNet di via degli Adelardi e Net 2.0 zona Windsor Park via San Faustino ma anche all'Eleven Net di Albareto). Vi sono poi le condizioni climatiche le quali hanno fatto sì che la frequenza di alcuni utenti fosse saltuaria e vi è anche la necessità di rispondere ai criteri dalla ricerca: gli utenti contattati in ciascun net oltre ad utilizzare i servizi proposti dal net dovevano rispondere al requisito di utilizzo di un social network. Più precisamente, si è preso contatto dodici utenti presso l'Eleven Net di Albareto con una percentuale del 17,1 del totale, quattordici utenti presso il net interno alla Ludoteca Strapapera, dieci utenti

rispettivamente al MyNet e al Net 2.0, nove utenti presso il net 4 garage della frazione di Villanova e infine quindici utenti (21,4%) presso il Net Garage @ Live di via Viterbo, chiuso fino a pochi mesi fa per i danni provocati dal terremoto del 2012 e pertanto non incluso nel precedente monitoraggio.

Fig. 2 – Distribuzione utenti net garage contattati dicembre 2013 – febbraio 2014



All'interno di questi settanta utenti, il 75,7% ossia la maggioranza è rappresentata da utenti di sesso maschile contro il 24,3% (diciassette persone) di genere femminile, percentuale tuttavia in crescita anche se quest'ultime sono essenzialmente concentrate presso il Net Garage @ Live e l'Eleven di Albareto nei quali, oltre al normale utilizzo dei computer si affiancano attività di sostegno ai ragazzi nello svolgimento dei compiti.

Tab.33 – Distribuzione utenti per genere

Genere	Frequenza	Percentuale
Maschio	53	75,7
Femmina	17	24,3
Totale	70	100,0

Sulla base dei dati acquisiti sugli utenti, si è creato delle classi per meglio contestualizzarne l'età. In particolare, come intende illustrare la tabella qui sotto,

emerge con forza il numero degli utenti appartenenti alla fascia pre-adolescenziale dagli 11 ai 13 con una percentuale del 45,7% e subito dopo un 34,3% di adolescenti appartenenti alla fascia 14-17 anni. In particolare, la supremazia di queste due classi si deve soprattutto al net interno alla ludoteca Strapapera e al Net Garage @ Live di via Viterbo i quali sono esclusivamente riservati a chi ha dagli 11 ai 17 anni, ma anche dagli utenti di Albareto, il cui net garage è fortemente influenzato dalle attività del centro educativo territoriale. A seguire abbiamo la classe di coloro che si possono definire giovani adulti con una percentuale dell'8,6%, i giovani dai 19-25 che si attestano al 7,1% e infine con il 4,3% coloro con età pari o superiore ai trentasei anni.

Tab.34 – Classi di età utenti frequentanti dicembre 2013 – febbraio 2014

Classe	Frequenza	Percentuale
11-13 anni	32	45,7
14-17 anni	24	34,3
19-25 anni	5	7,1
26-35 anni	6	8,6
= > 36 anni	3	4,3
Totale	70	100,0

Riguardo alla nazionalità, quest'ultima è prevalentemente italiana con il 67,1% e quarantasette utenti contro i ventitré (32,9%) di nazionalità estera. In particolare tra questi ultimi i principali paesi sono Marocco (otto utenti) e Tunisia (sei utenti) seguiti poi da altri paesi africani quali Costa D'Avorio, Ghana, Guinea e Niger. Al di fuori del continente africano si affermano paesi europei come la Germania e dell'est Europa quale Albania, Ucraina e Moldavia; mentre chiude il cerchio di utenti con nazionalità estera il Perù. Tra gli utenti con nazionalità italiana spiccano coloro nati a Modena (trentanove utenti).

Tab.35 – Nazionalità degli utenti

Nazionalità	Frequenza	Percentuale
Italia	47	67,1
Eestero	23	32,9
Totale	70	100,0

3.1.1 La nazionalità dei genitori

Se per gli utenti frequentanti i Net prevale la nazionalità italiana, per i genitori di questi a prevalere è invece la nazionalità estera seppur in un contesto di differenze minimali tra nati in Italia e nati all'estero. La figura materna è di nazionalità estera per un 52,9% (trentasette casi) e avente in Marocco, Tunisia e Ghana i paesi maggiormente citati. Mentre la nazionalità italiana si riscontra nel 47,1% con trentatré casi e con le città di Modena (dieci casi) e Napoli (nove) più rappresentate.

Tab.36 – Nazionalità della madre degli utenti

Nazionalità madre	Frequenza	Percentuale
Italia	33	47,1
Estero	37	52,9
Totale	70	100,0

Dati che si confermano esattamente anche per la nazionalità della figura del padre degli utenti, con un 47,1% di nazionalità italiana e un 52,9% di nazionalità estera. Più precisamente per quest'ultima i paesi maggiormente rappresentativi risultano essere Marocco e Tunisia, mentre per i nativi italiani i paesi che risultano essere rappresentati per la maggiore sono Napoli (nove casi) e Modena (quattro). Per i restanti vige una situazione di sostanziale equilibrio e con una certa frammentazione in paesi differenti

Tab.37 – Nazionalità del padre degli utenti

Nazionalità padre	Frequenza	Percentuale
Italia	33	47,1
Estero	37	52,9
Totale	70	100,0

3.1.2 Titolo di studio e professione degli utenti

Il titolo di studio degli utenti contattati che risulta particolarmente evidente dalla tabella sottostante, è la licenza elementare con una percentuale del 60%. In questo caso bisogna anche ricordare l'alta affluenza di utenti tra gli 11 e i 13 anni, arco temporale nel quale gli studenti proseguono il loro percorso scolastico presso le scuole secondarie di primo

grado. A seguire il 25,7% in possesso di licenza media, un 5,7% di coloro in possesso di diploma professionale (tre anni) e diploma di maturità. Infine si registra per un utente l'acquisizione della laurea triennale (precisamente in Lettere e Filosofia all'Università di Bologna) e un caso nella categoria "altro", in possesso di titolo di laurea in materie giuridiche in Marocco e dunque non riconducibile al percorso accademico italiano.

Tab.38 – Titolo di studio

Titolo di studio	Frequenza	Percentuale
Licenza elementare	42	60,0
Licenza media	18	25,7
Diploma professionale	4	5,7
Diploma di maturità	4	5,7
Laurea triennale	1	1,4
Altro	1	1,4
Totale	70	100,0

Dal punto di vista professionale, e soprattutto in virtù della prevalenza di utenti tra gli 11 e 17 appare evidente coloro che stanno proseguendo il loro percorso di studi, con gli studenti che si collocano al 78,6%, seguiti un 8,6% di disoccupati e dal 4,3% di lavoratori a tempo indeterminato e 4,3% di chi è in cerca della prima occupazione. Vi sono infine tre utenti che sono esattamente lavoratore a contratto, un altro tirocinante e un terzo pensionato.

Tab.39 – Professione degli utenti

Professione	Frequenza	Percentuale
Studente	55	78,6
Lavoratore a tempo indeterminato	3	4,3
Lavoratore a contratto	1	1,4
Disoccupato	6	8,6
In cerca di prima occupazione	3	4,3
Tirocinante	1	1,4
Pensionato	1	1,4
Totale	70	100,0

3.2 Il rapporto con i Net Garage

Dopo aver provato a costruire un profilo degli utenti contattati nel periodo dicembre 2013 – febbraio 2014, in questo paragrafo l’obiettivo è illustrare il rapporto con la rete net garage. In primo luogo è stato chiesto agli utenti, da quanto tempo hanno iniziato ad accedere ai net garage. Per il 40% si tratta di utenti che hanno iniziato a frequentare dalla scorsa stagione a partire da settembre 2012, seguiti da un 31,4% di nuovi utenti che hanno iniziato a frequentare da quest’anno e infine un 28,6% di *fedelissimi*, frequentanti i net garage da diversi anni.

Tab.40 – Da quanto tempo frequentano gli utenti frequentano i net?

Quanto tempo	Frequenza	Percentuale
Da questa stagione (da settembre 2013)	22	31,4
Dalla scorsa stagione (da settembre 2012)	28	40,0
Da più anni (2011-2010-2009-2008)	20	28,6
Totale	70	100,0

Come hanno conosciuto i net garage? Per il 38,6% sono risultate fondamentali le reti di amicizia, seguite da un 21,4% di utenti che ha fornito la risposta altro, un 20% che ha conosciuto i net grazie alla residenza in zona a questi, un 17,1% attraverso passaparola in giro per la città e infine due casi (entrambi 1,4%) tramite volantino e servizio Informa Giovani. Tornando a coloro hanno fornito la risposta altro, in particolare possiamo riscontrare: quattro casi che hanno conosciuto il net attraverso le reti familiari (madri, fratelli, sorella e cognati), tre casi che lo hanno conosciuto attraverso le rispettive scuole, un caso attraverso l’operatrice del net (Villanova), un caso attraverso il portierato sociale della zona (Net 2.0 Windsor Park), un caso attraverso il vicino doposcuola, un caso per la frequenza fin da piccolo della ludoteca (Strapapera), un caso tramite lo stesso Comune, un caso attraverso i cartelli affissi fuori dal palazzo del Net e infine un caso che ha fornito la risposta altro senza però specificare la forma attraverso la quale ha conosciuto il net garage.

Tab.41 – Conoscenza dei net da parte degli utenti

Conoscenza Net	Frequenza	Percentuale
Passaparola	12	17,1
Volantino	1	1,4
Informa Giovani	1	1,4
Amici	27	38,6
Residente in zona	14	20,0
Altro	15	21,4
Totale	70	100,0

3.2.1 Le due motivazioni alla frequenza

Rispetto al precedente monitoraggio, nel quale gli utenti hanno espresso più di una motivazione, in questa nuova fase si è deciso di proporre loro una serie di item per i quali dover assegnare in una scala di importanza, la prima e la seconda motivazione fra quelle proposte, che li spinge a frequentare luoghi come i net garage. In particolare, il 32,9% ha indicato come prima motivazione alla frequenza dei net la presenza dei propri amici, seguiti da un 21,4% che ritiene prima motivazione la possibilità di passarsi il tempo, e un 14,3% che considera primo motivo la vicinanza del net con la propria abitazione. Concludono a parità, l'11,4% di coloro che accedono in primo luogo perché si tratta di luoghi gratuiti e perché non hanno la connessione internet a casa, e infine un 8,6% la cui prima motivazione è il fatto di potersi rivolgere agli operatori per chiedere informazioni ed essere supportati nella navigazione.

Tab.42 – Prima motivazione alla frequenza dei net

Prima motivazione Net	Frequenza	Percentuale
È gratis	8	11,4
Ci sono operatori a cui chiedere informazioni	6	8,6
È vicino a casa	10	14,3
Ci vanno i miei amici	23	32,9
Non ho la connessione internet a casa	8	11,4
Per passare il tempo	15	21,4
Totale	70	100,0

E la seconda motivazione? Il 28,6% ha espresso come seconda motivazione alla frequenza la vicinanza del net alla propria abitazione, seguiti da un 24,3% che individua come seconda motivazione la presenza al net dei propri amici, e un 22,9% di coloro che esprimono nel passare il tempo la seconda motivazione. Infine un 15,7% che hanno segnalato la dimensione gratuita del servizio, un 5,7% di coloro che individuano nel net operatori a cui rivolgersi e un 2,9% che frequenta come seconda motivazione sulla base dell'assenza della connessione internet a casa.

Tab.43 – Seconda motivazione alla frequenza dei net

Seconda motivazione Net	Frequenza	Percentuale
È gratis	11	15,7
Ci sono operatori a cui chiedere informazioni	4	5,7
È vicino a casa	20	28,6
Ci vanno i miei amici	17	24,3
Non ho la connessione internet a casa	2	2,9
Per passare il tempo	16	22,9
Totale	70	100,0

3.2.2 L'utilizzo di internet al di fuori dei Net

Per comprendere se gli utenti utilizzano internet anche al di fuori dei singoli Net Garage, si è proceduto innanzitutto a chiedere loro se frequentano altri net oltre a quelli nei quali sono stati contattati. I dati raccolti, evidenziano come la quasi totalità, ossia il 97,1% dichiara di non frequentare altri net oltre a quelli frequentati solitamente, contro solo il 2,9% che ne frequenta altri.

Tab.44 – Frequenza di altri net garage

Altri Net	Frequenza	Percentuale
Si	2	2,9
No	68	97,1
Totale	70	100,0

L'87,1% degli utenti dichiara di non frequentare altri luoghi comunali oltre i net garage. Solo il 12,8% dichiara di accedere ad altri luoghi comunali di cui: un 10% presso biblioteca, 1,4% presso servizio Informa Giovani e infine un altro utente (1,4%) presso altro luogo comunale indicato come doposcuola.

Tab.45 – Frequenza di altri luoghi comunali

Altri luoghi Comune	Frequenza	Percentuale
Frequento e accedo presso biblioteca	7	10,0
Frequento e accedo presso Informa Giovani	1	1,4
Frequento e accedo presso altro luogo comunale	1	1,4
Non frequento altri luoghi comunali oltre il net garage	61	87,1
Totale	70	100,0

Nell'analisi sull'utilizzo di internet, si è poi chiesto agli utenti di indicare se ricorrono o meno a internet point privati. Quest'ultimi sono per la maggioranza (85,7%) non frequentati contro il 14,3% degli utenti che dichiarano di usufruirne.

Tab.46 – Frequenza internet point

Internet Point	Frequenza	Percentuale
Sì	10	14,3
No	60	85,7
Totale	70	100,0

Come nel precedente monitoraggio abbiamo fatto riferimento alle opportunità offerte dalle reti wireless del territorio modenese. In particolare, si è cercato prestare attenzione sia alla conoscenza sia all'effettivo utilizzo rispetto allo scorso lavoro nel quale è stato semplicemente chiesto se utilizzavano o meno il Wi-Fi. Ne emerge un quadro nel quale il 67,1% ha risposto di essere a conoscenza delle reti wireless e di utilizzarle, contro il 27,1% che le conosce ma non le utilizza e infine solo quattro utenti (5,7%) non conosce né utilizza le reti Wi-Fi.

Tab.47 – Conoscenza e utilizzo delle reti wireless

Reti wireless	Frequenza	Percentuale
Sì, ne sono a conoscenza ma non le utilizzo	19	27,1
Sì, ne sono a conoscenza e le utilizzo	47	67,1
No, non le conosco e non le utilizzo	4	5,7
Totale	70	100,0

Dopo aver analizzato il rapporto con le reti Wi-Fi, con altri luoghi comunali oltre la rete net garage si è cercato di capire in quali altri luoghi (e attraverso quali altre forme) gli utenti utilizzano le rete internet. A questo proposito, il 21,4% (quindici utenti) hanno indicato di utilizzare internet attraverso le attività svolte a scuola, il 2,9% (due utenti) dichiarano di utilizzare internet sul luogo di lavoro, solo un utente di connettersi tramite I-pad, nove utenti (12,9%) di accedere mediante tablet. Particolarmente significativi sono invece il 74,3% che dichiara di utilizzare internet attraverso il proprio cellulare, il 62,9% di connettersi anche attraverso il proprio computer nella propria abitazione e il 32,9% di utenti che dichiara di fare ricorso alle abitazioni degli amici per utilizzare la rete internet. Infine otto casi (11,4) dichiara di non accedere in nessun altro luogo che non si tratti del net garage o della biblioteca.

3.2.3 Le tre principali attività svolte

In merito alle attività svolte dagli utenti all'interno degli spazi dei net garage, di fronte ad una serie di attività proposte, si è domandato agli utenti di indicare, in una scala di importanza, le tre attività principali da loro svolte. In particolare, la prima attività indicata risulta essere l'accesso ai social network (48,6%), seguita dagli utenti che svolgono ricerche scolastiche (14,3%) e coloro che ascoltano musica e o navigano per interessi personali di vario genere (8,6%).

Tab.48 – Prima attività svolta al net garage indicata dagli utenti

Prima attività	Frequenza	Percentuale
Social network	34	48,6
Chat	2	2,9

Mail	4	5,7
Giochi online	4	5,7
Ricerche scolastiche	10	14,3
Ascolto musica	6	8,6
Guardo video e/o film	4	5,7
Interessi personali	6	8,6
Totale	70	100,0

La seconda attività indicata dagli utenti, in ordine di importanza attribuita a ciascuna attività, con il 28,6% è l'ascolto della musica e a seguire con il 20% coloro che guardano video e/o film e con il 17,1% coloro che come seconda attività ricorrono ai social network e chi, con il 12,9% si occupa di giochi online.

Tab.49 – Seconda attività svolta al net garage indicata dagli utenti

Seconda attività	Frequenza	Percentuale
Social network	12	17,1
Chat	5	7,1
Mail	3	4,3
Giochi online	9	12,9
Ricerche scolastiche	4	5,7
Ascolto musica	20	28,6
Guardo video e/o film	14	20,0
Interessi personali	3	4,3
Totale	70	100,0

La terza attività indicata dagli utenti, risulta essere il ricorso ai giochi online con il 21,4%, seguita da coloro che ascoltano musica (20%) e coloro che navigano tra interessi personali più disparati (18,6%) e chi decide di guardare video e/o film con il 15,7%.

Tab.50 – Terza attività svolta al net garage indicata dagli utenti

Terza attività	Frequenza	Percentuale
Social network	4	5,7
Chat	2	2,9
Mail	3	4,3
Skype	1	1,4
Giochi online	15	21,4
Ricerche scolastiche	7	10,0
Ascolto musica	14	20,0
Guardo video e/o film	11	15,7
Interessi personali	13	18,6
Totale	70	100,0

3.2.4 Il ricorso degli utenti agli operatori

Come il precedente monitoraggio, si è cercato di capire se gli utenti attualmente frequenti in caso di necessità facciano riferimento e ricorso al supporto degli operatori presenti. In particolare l'85,7% degli utenti contattati ha espresso di ricorrere in caso di dubbi, chiarimenti, necessità contro solo una quota minoritaria del 14,3% che non necessita o per il momento non si è mai rivolta agli stessi operatori.

Tab.51 – Richiesta di aiuto agli operatori

Aiuto operatori	Frequenza	Percentuale
Si	60	85,7
No	10	14,3
Totale	70	100,0

3.2.5 Frequenza e accesso ai Net Garage

Con chi entrano gli utenti presso i net Garage? Quanto accedono? Quanto vi stanno? Si cercherà di rispondere a questi interrogativi, illustrando i dati raccolti su queste tematiche all'interno del questionario. Per quanto riguarda l'accesso, le alternative predisposte sono state *da solo, con amici, con compagni di scuola, con familiari, con operatori, altro*. Da questa domanda, emerge che il 48,6% tende generalmente ad accedere da solo al net garage, seguito dal 44,3% di coloro che accedono con amici. Vi è poi un caso (Net 4 garage Villanova) che ha fornito la risposta "altro", specificando di accedere assieme all'operatrice. Significativo infine, il 5,7% di coloro che dichiarano di accedere con familiari e più propriamente si tratta di genitori, sorella (2), cugina (1).

Tab.52 – Con chi accedono gli utenti ai net garage?

Con chi accedi al Net	Frequenza	Percentuale
Da solo	34	48,6
Con amici	31	44,3
Con familiari	4	5,7
Altro	1	1,4
Totale	70	100,0

Relativamente a quanto frequentano gli utenti, la frequenza che tende a prevalere è quella giornaliera con il 47,1% (tutti i giorni di apertura) seguita da una frequenza settimanale (45,7) il che significa una certa frequenza assidua da parte degli utenti rintracciati. Vi sono poi alcuni che accedono qualche volta al mese (4,3%), un utente

che accede raramente (1,4%) e infine un caso per il quale il giorno in cui è stato contattato l'utente si trattava della prima volta di accesso al net.

Tab.53 – Frequenza dei net

Frequenza Net	Frequenza	Percentuale
Giornaliera	33	47,1
Settimanale	32	45,7
Mensile	3	4,3
Raramente	1	1,4
Una volta e mai tornato	1	1,4
Totale	70	100,0

Per quanto riguarda il tempo di permanenza all'interno dei net, i dati raccolti evidenziano come il 37,1% passi almeno un'ora in media a navigare presso i computer dei net garage, un 35,7% circa mezz'ora, un 12,9% tre ore corrispondenti alla durata massima di apertura dei Net e infine un 8,6% di circa due ore e un 5,7% che dedica alla navigazione nei net garage meno di mezz'ora. Tuttavia a supporto di questi dati, occorre precisare che in alcuni net vigono alcuni vincoli per far sì che tutti utilizzino equamente i computer e al tempo per fare in modo che di possano dedicare anche ad altre attività, dal momento che possono utilizzare internet anche al di fuori degli spazi dei net garage. In particolare queste particolari circostanze sono riscontrabili presso la Ludoteca Strapera e l'Eleven Net Garage di Albareto.

Tab.54 – Quanto rimangono all'interno di ciascun net gli utenti?

Tempo di permanenza	Frequenza	Percentuale
Meno di mezz'ora	4	5,7
Mezz'ora	25	35,7
Un'ora	26	37,1
Due ore	6	8,6
Tre ore	9	12,9
Totale	70	100,0

3.2.6 Quanto è importante per gli utenti la Rete Net Garage?

A conclusione dell'analisi tra gli utenti e i Net, si è cercato di capire il grado importanza attribuito al net. In particolare, le alternative proposte sono state: *indispensabile*, nella misura in cui il servizio può essere considerato assolutamente necessario e dunque non ne se ne può fare a meno, *importante*, nel senso di attribuire al servizio una certa rilevanza e dunque necessita di essere altamente in considerazione; *utile* ossia che può

essere utilizzato in caso di necessità e di bisogno e infine *inutile*, nella misura in cui dal servizio non si trae alcun vantaggio e dunque non se ne trova l'utilità.

Tab.55 – Grado di importanza attribuito al servizio

Importanza Net	Frequenza	Percentuale
Indispensabile	7	10,1
Importante	18	26,1
Utile	44	63,8
Totale	69	100,0
Mancante di sistema	1	
Totale	70	

3.3 Utenti e Social network: implicazioni sociali e relazionali

L'analisi che si vuole presentare parte innanzitutto dal presupposto di comprendere la conoscenza da parte degli utenti frequentanti la rete net garage e l'eventuale iscrizione. In particolare, in questa parte del questionario sono state proposte una serie di alternative contenenti i nominativi di social network chiedendo loro di indicare quelli di cui fossero a conoscenza e a quali di questi sono iscritti. Come rappresenta efficacemente la tabella sottostante, tutti i settanta utenti contattati conoscono come social network Facebook.

Tab.56 – Conoscenza di Facebook come social network

Conoscenza Facebook	Frequenza	Percentuale
Sì, lo conosco	70	100,0

Variazioni, seppur non particolarmente rilevanti, si registrano negli utenti contattati che risultano effettivamente iscritti a Facebook, con sessantotto utenti su settanta. In particolare, rifacendomi all'esperienza sul campo i due utenti che non risultano iscritti sono da ricondurre in un caso ad un utente iscritto unicamente a Twitter, nel secondo ad un utente che utilizza come social network unicamente un sito di origine russa.

Tab.57- Quanti utenti risultano essere iscritti a Facebook?

Iscrizione a Facebook	Frequenza	Percentuale
------------------------------	------------------	--------------------

Sì, sono iscritto	68	97,1
No, non sono iscritto	2	2,9
Totale	70	100,0

Diversi i dati che contraddistinguono Twitter, di cui la maggioranza degli utenti è a conoscenza con l'82,9%, mentre la percentuale degli utenti che non lo conosco si ferma al 17,1%.

Tab.58 – Quanti conoscono come social network Twitter?

Conoscenza Twitter	Frequenza	Percentuale
Sì, lo conosco	58	82,9
No, non lo conosco	12	17,1
Totale	70	100,0

Se la maggioranza degli utenti è a conoscenza di Twitter, non si può invece dire lo stesso sugli utenti che lo utilizzano e che dunque risultano esserne iscritti. Quest'ultimi infatti non vanno oltre il 38,6% con ventisette utenti sul totale di settanta, contro il 61,4% che dichiara di non essere iscritto.

Tab.59 – Quanti risultano essere iscritti a Twitter?

Iscrizione a Twitter	Frequenza	Percentuale
Sì, sono iscritto	27	38,6
No, non sono iscritto	43	61,4
Totale	70	100,0

Essendo la rete net garage rivolta principalmente ai giovani, tra i social network inseriti la cui fascia principalmente è quella dei giovanissimi vi è MySpace. Tuttavia il 70% degli utenti dichiara di non esserne a conoscenza contro il 30% e solamente ventuno utenti che lo conoscono.

Tab.60 – Quanti conoscono come social network Myspace?

Conoscenza MySpace	Frequenza	Percentuale
Si, lo conosco	21	30,0
No, non lo conosco	49	70,0
Totale	70	100,0

Discrepanza notevole che tende a confermarsi anche in merito agli utenti iscritti. Anzi, gli utenti che risultano effettivamente iscritti e che si presuppone lo utilizzino non vanno oltre il 5,7% contro la maggioranza del 94,3% che dichiara di non essere iscritto a MySpace.

Tab.61 – Quanti risultano iscritti a MySpace?

Iscrizione a MySpace	Frequenza	Percentuale
Si, sono iscritto	4	5,7
No, non sono iscritto	66	94,3
Totale	70	100,0

I dati raccolti in merito all'utilizzo di Youtube si attestano ai livelli di Facebook. Quasi la totalità degli utenti conosce Youtube che, ricordiamo, non nasce con gli obiettivi del primo ma, partendo dal fatto di poter categorizzare attraverso parole chiave, permette di cercare facilmente video e/o musica permettendo l'incontro e il confronto tra le persone attraverso l'iscrizione a gruppi-canali e l'opportunità di commentare.

Tab.62 – Conoscenza di Youtube

Conoscenza Youtube	Frequenza	Percentuale
Si, lo conosco	69	98,6
No, non lo conosco	1	1,4
Totale	70	100,0

Tuttavia questa differenza tende ad assottigliarsi notevolmente quando si fa riferimento agli utenti che risultano effettivamente iscritti. Occorre altresì specificare che molti utenti utilizzano Youtube al fine di guardare video e/o ascoltare musica senza però essere iscritti e quindi partecipando e interagendo attivamente. In particolare gli utenti che dichiarano di essere iscritti si attestano al 55,7% contro il 44,3% degli utenti non

iscritti, seppur in questa percentuale rientrino anche coloro che lo utilizzano ma non sono iscritti e non possiedono dunque un profilo.

Tab. 63 – Utenti iscritti a Youtube

Iscrizione a Youtube	Frequenza	Percentuale
Si, sono iscritto	39	55,7
No, non sono iscritto	31	44,3
Totale	70	100,0

Per quanto riguarda LinkedIn, diffuso soprattutto per l'ambito lavorativo e il cui scopo principale è «consentire agli utenti registrati di mantenere una lista di persone conosciute e ritenute affidabili in ambito lavorativo³³», la maggioranza totale non ne è a conoscenza esattamente con l'88,6% mentre solo otto utenti e una percentuale dell'11,4% risulta conoscerlo.

Tab.64 – Utenti che conosco il social network LinkedIn

Conoscenza LinkedIn	Frequenza	Percentuale
Si, lo conosco	8	11,4
No, non lo conosco	62	88,6
Totale	70	100,0

A prevalere sul versante dell'iscrizione sono gli utenti non iscritti pari al 98,6% e pressoché tutti gli utenti contattati, ad eccezione di un utente (1,4%) che dichiara di fare ricorso ed essere iscritto a LinkedIn.

Tab.65 – Utenti iscritti a LinkedIn

Iscrizione a LinkedIn	Frequenza	Percentuale
Si, sono iscritto	1	1,4
No, non sono iscritto	69	98,6
Totale	70	100,0

³³ <http://it.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>

Anche Flickr, che «permette agli iscritti di condividere fotografie personali con chiunque abbia accesso a internet in un ambiente web 2.0³⁴» risulta essere non particolarmente conosciuto. La percentuale di coloro che lo conoscono infatti, si ferma al 14,3% contro l'85,7% di coloro che non ne sono a conoscenza.

Tab.66 – Utenti che conoscono Flickr

Conoscenza Flickr	Frequenza	Percentuale
Si, lo conosco	10	14,3
No, non lo conosco	60	85,7
Totale	70	100,0

Differenze che tendono ad incrementarsi, accentuando la percentuale di coloro che risultano non essere iscritti (98,6%) contro un solo utente iscritto (1,4%) come nel caso di LinkedIn.

Tab.67 – Utenti iscritti a Flickr

Iscrizione a Flickr	Frequenza	Percentuale
Si, lo conosco	1	1,4
No, non lo conosco	69	98,6
Totale	70	100,0

Tra i social network la cui diffusione sta aumentando sempre di più, vi è poi Google+. In particolare, Google+ «presenta delle varianti e delle nuove funzionalità che lo contraddistinguono da altri *social network*. Il sistema dei contatti è organizzato e suddiviso in "cerchie" ("circles") liberamente creabili e modificabili dall'utente. In modo predefinito sono già presenti cerchie denominate "amici", "conoscenti", "lavoro", "famiglia", "persone che seguo". Tale sistema mira a realizzare un buon livello di privacy³⁵.» Gli utenti contattati che dichiarano di essere a conoscenza di questo social network si attestano al 72,9% contro il 27,1% che affermano di non conoscerlo.

Tab.68 – Utenti a conoscenza del social network Google+

Conoscenza Google+	Frequenza	Percentuale
Si, lo conosco	51	72,9

³⁴ <http://it.wikipedia.org/wiki/Flickr>

³⁵ <http://it.wikipedia.org/wiki/Google+>

No, non lo conosco	19	27,1
Totale	70	100,0

Tuttavia, in termini di utenti iscritti prevalgono con il 60% gli utenti non iscritti contro gli iscritti che si attestano al 40%, percentuale comunque significativa in termini di un social network lanciato nell'estate 2011.

Tab.69 – Utenti iscritti a Google+

Iscritto Google+	Frequenza	Percentuale
Si, sono iscritto	28	40,0
No, non sono iscritto	42	60,0
Totale	70	100,0

Altro social network oggetto dell'analisi è stato Badoo, lanciato nel maggio 2006 e che offre «la possibilità di collegarsi con persone a livello locale e globale, per condividere foto e video con amici, creare *reportage* delle loro vite e promuove se stessi ed i loro progetti³⁶.» In particolare la conoscenza di Badoo si attesta al 31,4% mentre la maggior parte (68,6) non lo conosce.

Tab.70 – Utenti che conoscono il social network Badoo

Conoscenza Badoo	Frequenza	Percentuale
Si, lo conosco	22	31,4
No, non lo conosco	48	68,6
Totale	70	100,0

Gli utenti che risultano dunque iscritti, non vanno oltre il 7,1% con la quasi totalità di utenti non iscritti (92,9%) a questo social network.

Tab.71 – Utenti iscritti a Badoo

Iscrizione a Badoo	Frequenza	Percentuale
Si, sono iscritto	5	7,1
No, non sono iscritto	65	92,9
Totale	70	100,0

³⁶ <http://it.wikipedia.org/wiki/Badoo>

3.3.1 La reti di amicizia online

Dopo un excursus relativo alla conoscenza e all'iscrizione degli utenti ai social network, si intende ora focalizzarsi sulle reti di amicizia che gli utenti hanno online, e in particolare illustrando sui contatti posseduti, le effettive conoscenze esterne nella quotidianità offline, le persone che rientrano nelle sfere di amicizia più strette e i meccanismi che di accettazione delle "amicizie online". In primo luogo, è stato chiesto agli utenti di precisare indicativamente il numero di contatti da loro posseduti online tra le alternative da noi proposte: da 10 e 50 contatti, tra 50 e 200 contatti, tra i 200 e 500 e infine oltre 500 contatti. In merito alla seguente domanda, come si può constatare nella tabella sottostante emerge tutto sommato una situazione di equilibrio senza eccessive distanze tra una alternativa e l'altra. In particolare la fascia più rappresentativa è data da coloro che dichiarano di possedere tra i 50 e 200 contatti con una percentuale del 32,9%, seguiti da coloro che affermano di averne tra i 200 e i 500 (25,7%) e infine leggermente distaccati un 21,4% che possiede tra i 10 e i 50 contatti e un 20% con un numero superiore a 500.

Tab.72 – Numero di contatti online degli utenti

Numero contatti online	Frequenza	Percentuale
Tra i 10 e 50	15	21,4
Tra 50 e 200	23	32,9
Tra 200 e 500	18	25,7
Oltre 500	14	20,0
Totale	70	100,0

Tra questi contatti quante persone gli utenti contattati conoscono e/o sanno chi sono e quindi vi è un vicolo di conoscenza seppur non approfondita? In particolare, dai dati raccolti e illustrati nella tabella qui sotto, il 44,3% dichiara di conoscere più di cento persone tra quelli posseduti tra i contatti online; a seguire il 17,1% che conosce tra le trenta e le sessanta persone, a parità di utenti vi sono poi con il 15,7% coloro che conoscono tra le undici e trenta persone e coloro che invece ne conoscono e sanno di chi si tratta indicativamente tra le sessanta e cento persone. Chiudono il quadro il 5,7% di

utenti che dichiara di conoscere tra i contatti online solo tra una e dieci persone e un solo utente che dichiara di non conoscere nessuno dei suoi contatti in rete.

Tab.73 – Numero di conoscenze tra i contatti online

Numero conoscenze	Frequenza	Percentuale
Tra 1 e 10	4	5,7
Tra 11 e 30	11	15,7
Tra 30 e 60	12	17,1
Tra 60 e 100	11	15,7
Oltre 100	31	44,3
Nessuno	1	1,4
Totale	70	100,0

Quante persone, tra i contatti online, gli utenti da noi rintracciati ritengono far parte delle reti di amicizia più strette nella vita offline, e quindi fanno parte delle cerchie più intime? I dati in nostro possesso, ci permettono di constatare come il 32,9% ritiene di avere online più di trenta amici stretti offline, seguiti da un 25,7% che ritiene amici stretti un numero compreso tra le dieci e trenta persone; un 24,3% che considera amici intimi tra una e cinque persone e un 15,7% che ritiene di avere come amici stretti tra cinque e dieci persone.

Tab.74 – Numero di amici stretti che gli individui ritengono tra i contatti online

Amici stretti	Frequenza	Percentuale
Tra 1 e 5	17	24,3
Tra 5 e 10	11	15,7
Tra 10 e 30	18	25,7
Oltre 30	23	32,9
Nessuno	1	1,4

Attraverso quali meccanismi gli utenti creano le proprie reti online sui social network? A questo proposito è stato chiesto a loro in che modo accettano e aggiungono nuove persone all'interno della propria lista di contatti. Il 35,7% (venticinque casi) tende ad

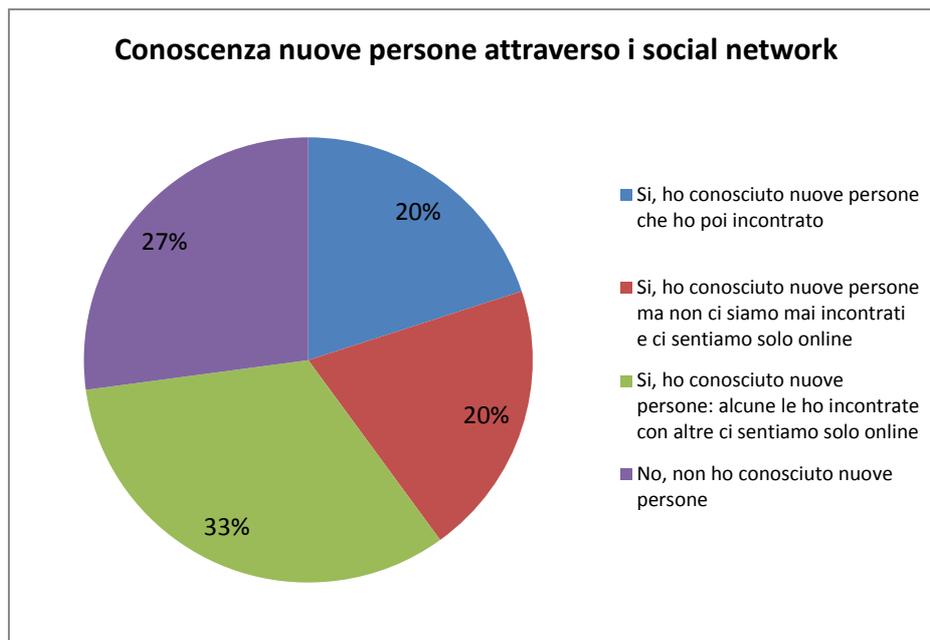
accettare e ad aggiungere all'interno delle proprie liste unicamente i propri amici e amici degli amici, anche guardando gli amici in comune. Il 34,3% dichiara di accettare solo le persone che conosce personalmente e che dunque conoscere offline per poi approfondire tale legame mediante i social network. Subito dopo abbiamo il 15,7% che dichiara di accettare anche persone che non conosce ma anche abitano vicino o che condivide un interesse in comune e un 14,3% che accetta e aggiunge chiunque.

Tab.75 - Come gli utenti accettano e/o aggiungono le amicizie online?

Accettazione amicizie	Frequenza	Percentuale
Accetto/ aggiungo solo le persone che conosco personalmente	24	34,3
Accetto anche persone che non conosco che hanno vicinanza geografica o interessi uguali ai miei	11	15,7
Accetto/aggiungo amici e amici di amici	25	35,7
Accetto e aggiungo tra gli amici chiunque	10	14,3
Totale	70	100,0

Si è altresì deciso di comprendere più chiaramente, se attraverso i social network gli utenti in questione abbiano conosciuto nuove persone e se quindi, grazie ad essi, si sono instaurati nuovi legami. Il dato che tende ad emergere, seppur in un contesto di sostanziale equilibrio, è un 32,9% di utenti che grazie ai social network ha conosciuto nuove persone tuttavia non incontrandole tutte ma solo alcune, mentre con altre rimane in contatto attraverso la rete. Vi è poi un significativo 27,1% che non ha conosciuto nuove persone grazie al web e a parità un 20% che ha conosciuto nuove persone che ha in seguito incontrato personalmente e un 20% che ha sì conosciuto nuove persone senza però incontrarle e rimanendo in contatto con loro unicamente attraverso il web.

Fig.3 – Conoscenza di nuove persone attraverso i social network



3.3.2 Le tre principali attività sui social network

Quali sono le principali attività che gli utenti svolgono più frequentemente quando accedono sui social network? A questo proposito, nel questionario sono state predisposte nove attività che possono essere svolte nel momento in cui si decide di usufruire dei social network. In particolare, le attività elencate sono state: *chatto con i miei contatti online, invio richieste di amicizia, utilizzo giochi e applicazioni, organizzo attività ed eventi con gli amici, guardo le notizie e gli aggiornamenti in bacheca, aggiorno il mio profilo: stato, musica, foto ecc.; condivido con gli altri problemi ed esperienze, partecipo a gruppi, guardo le pagine dei miei amici*. Di fronte a tali item proposti, è stato chiesto agli utenti di scegliere tre attività svolte più frequentemente tra quelle elencate. Il grafico qui sotto illustra più precisamente le percentuali ricavate dal calcolo sul totale delle risposte (duecentodieci), permettendoci di individuare le attività che gli utenti svolgono più spesso. Come si può vedere, chattare con i propri contatti online risulta l'attività col maggior numero di risposte da parte degli utenti (28,6), seguita dal guardare notizie e aggiornamenti sulla propria bacheca (17,1% delle risposte), aggiornamento del profilo con foto, video ,musica ecc.. (13,8%), giochi applicazioni (13,3%), guardare pagine degli amici con il 9,5% delle risposte, l'invio di richieste di amicizia (7,1%), l'organizzazione di eventi con amici (5,2%) e infine le

ultime attività ossia la partecipazione a gruppi e la condivisione di problemi ed esperienze che hanno ricevuto rispettivamente il 3,8% e 1,4% delle risposte. E dunque, sintetizzando, dall'analisi dei dati, chattare con i propri contatti online, guardare le notizie sul social network e aggiornare il profilo (e subito dopo l'utilizzo di giochi) risultano essere le tre attività più frequenti.

Fig.4 – Le attività svolte dagli utenti sui social network

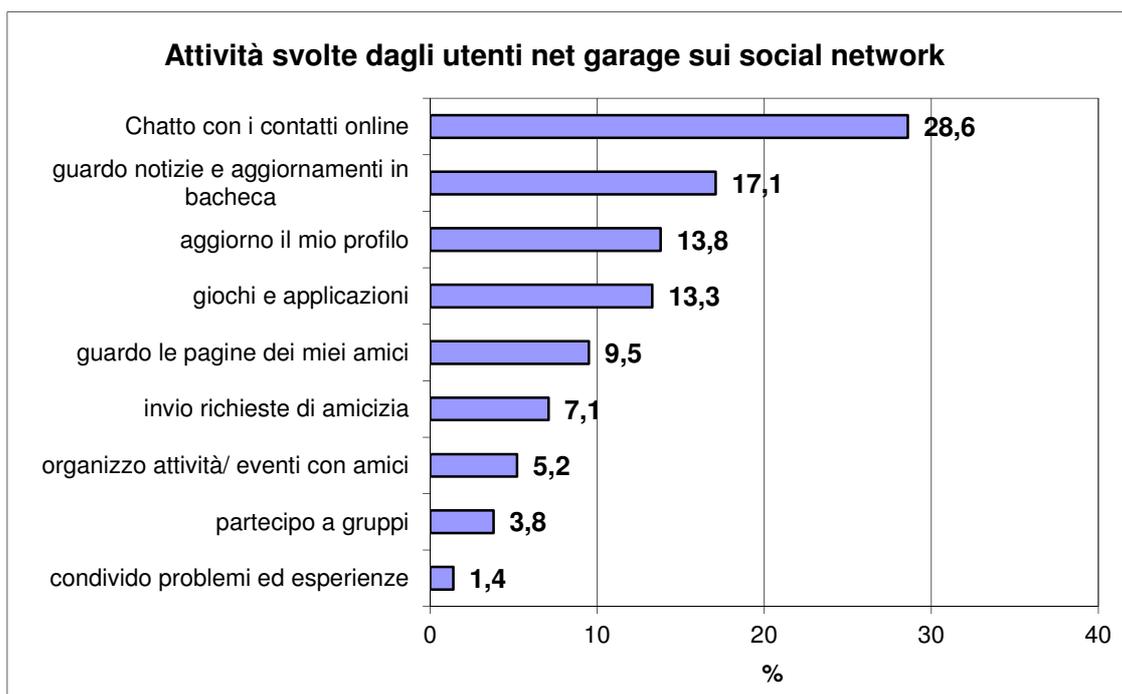


Grafico n° 1: Le attività svolte dagli utenti sui social network

3.3.3 Le motivazioni all'utilizzo dei social network

Che cosa spinge questa particolare fascia di utenti, ossia dei Net garage ad usufruire e utilizzare i social network? Per chiarire questo interrogativo, sono stati proposti una serie di item e chiesto a ciascun utente di esprimere in ordine secondo una scala di importanza la prima e la seconda motivazione all'utilizzo dei social network. Come si può osservare dalla tabella raffigurata qui sotto, per il 61,4% la prima motivazione che li spinge ad utilizzare consiste nella possibilità di rimanere costantemente in contatto con i propri amici, per il 20% la prima motivazione è riconducibile all'opportunità di conoscere nuove persone, e, per il 12,9% per occupare e passare il tempo. Chiudono marginalmente, coloro che con il 2,9%, hanno espresso come prima motivazione la

possibilità di relazionarsi meglio con gli amici attraverso le molteplici possibilità quali gruppi, conversazioni, eventi e chi perché ritiene che tutti abbiano un profilo su un social network e dunque sia d'obbligo averlo.

Tab.76 – Prima motivazione all'utilizzo dei social network

Prima motivazione	Frequenza	Percentuale
Perché permettono di conoscere nuove persone	14	20,0
Consentono di rimanere costantemente in contatto con gli amici	43	61,4
Per passare il tempo	9	12,9
Per stare al passo con i cambiamenti tecnologici e perché ormai tutti hanno un profilo su un social network	2	2,9
Consentono di relazionarsi meglio con gli amici mediante gruppi, conversazioni, creazione di eventi	2	2,9
Totale	70	100,0

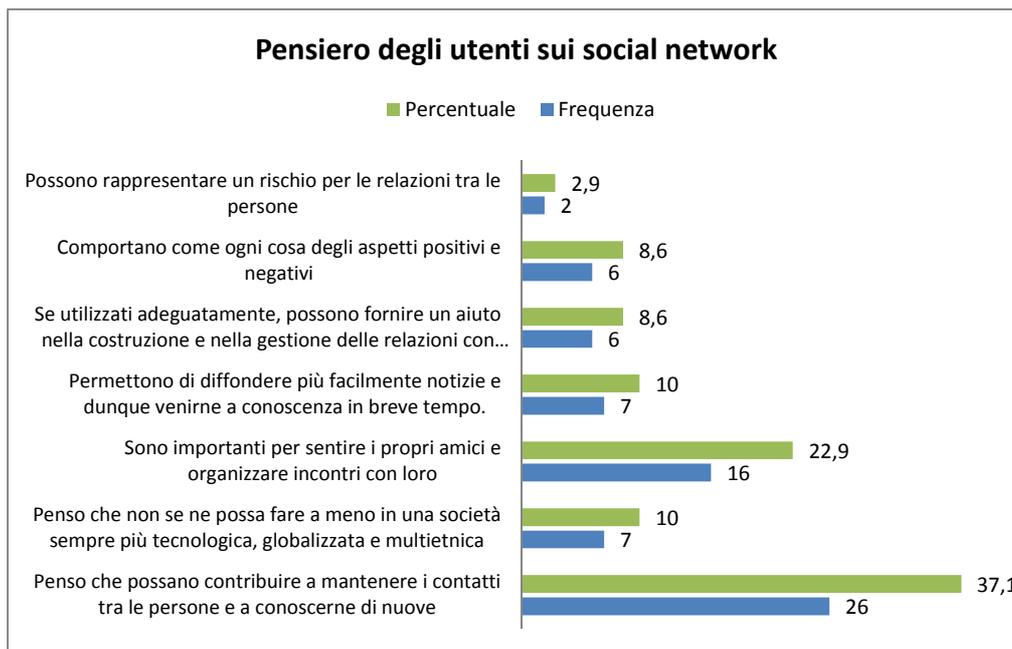
Emerge una situazione differente per quanto riguarda la seconda motivazione tra quelle proposte, all'utilizzo dei social network. La seconda motivazione più gettonata risulta essere il ricorso ai social network per passarsi il tempo con un 27,1% e subito dopo un 24,3% di coloro che vi ricorrono perché consentono di relazionarsi meglio attraverso le molteplici funzionalità offerte, dai gruppi, agli eventi fino alle conversazioni private.

Tab.77 – Seconda motivazione all'utilizzo dei social network

Seconda motivazione	Frequenza	Percentuale
Perché permettono di conoscere nuove persone	12	17,1
Consentono di rimanere costantemente in contatto con gli amici	13	18,6
Per passare il tempo	19	27,1
Per stare al passo con i cambiamenti tecnologici e perché ormai tutti hanno un profilo su un social network	9	12,9
Consentono di relazionarsi meglio con gli amici mediante gruppi, conversazioni, creazione di eventi	17	24,3
Totale	70	100,0

3.3.4 Cosa ne pensano gli utenti dei social network?

Al fine di comprendere il rapporto degli utenti con i social network, si è cercato di proporre una serie di item agli utenti, chiedendo loro di scegliere uno solo di questi, che si potesse avvicinare in un qualche modo al loro pensiero sull'utilizzo delle nuove piattaforme virtuali, in che misura queste vengono utilizzate e in un qualche modo il loro grado di consapevolezza verso eventuali rischi nelle relazioni con gli altri. Dall'analisi dei dati acquisiti, emerge il 37,1% di risposte all'item "penso che possano contribuire a mantenere i contatti tra le persone e a conoscerne di nuove, e a seguire un 22,9 che ritiene i social network importanti per sentire i propri amici e organizzare incontri con loro. Vi sono poi un 10% relativamente a coloro che pensano che oggi non se possa più fare a meno di fronte a società complesse caratterizzate da fenomeni quali multiculturalismo, progresso tecnologico e crescenti processi di globalizzazione; e un 10% che ritiene che attraverso questi si possa diffondere più facilmente notizie ed avvenimenti per venirne a conoscenza in breve tempo. Infine abbiamo un 8,6% di coloro che hanno risposto che se utilizzati in maniera adeguata possono contribuire nella costruzione e gestione delle relazioni con gli altri, un 8,6% che ritiene che comportino aspetti positivi e negativi come ogni altro aspetto della vita quotidiana e infine un 2,9% che propone una visione un po' più pessimistica, se così si può dire rispondendo che questi comportino un rischio per le relazioni tra le persone. Relativamente a questi ultimi tre aspetti, nonostante non siano le risposte che hanno riscosso maggior consenso, si possono definire ugualmente significativi in quanto ci permettono di riflettere sulla consapevolezza degli utenti, che ritengono più in generale i social network importanti per rimanere in contatto con gli amici senza però riflettere particolarmente sui cambiamenti nelle modalità di relazionali che questi comportano per la vita offline.



3.3.5 L'influenza dei social network nella quotidianità

Da ultimo, nella nostra analisi, si è cercato di capire in che misura i social network influenzano la quotidianità degli utenti in relazione a reti di amicizia, percorsi di studio-lavoro, rapporti con il nucleo familiare e infine nell'organizzazione della giornata e del tempo libero. In particolare, nel questionario si è cercato di chiedere agli utenti in che misura i social network si sono imposti nel loro vissuto, l'eventuale influenza e se hanno portato o meno a cambiamenti più o meno significativi. Oltre alle alternative di risposta (positivamente- negativamente e nessuna influenza/o cambiamento) il lavoro è stato supportato da alcune domande faccia a faccia direttamente con gli utenti stessi per capire meglio gli eventuali cambiamenti e in che senso e misura questi vengono definiti positivi o negativi.

Per quanto riguarda le reti di amicizia, il 54,3% degli utenti rintracciati ha dichiarato che l'utilizzo dei social network ha influenzato positivamente le proprie reti di amicizia, contro il 44,3% di coloro che ritengono che i network non abbiano influenzato o cambiato le amicizie rispetto a quando non venivano utilizzati. Infine si segnala un caso per cui le reti di amicizia sarebbero state influenzate negativamente.

Tab.78 – Influenza dei social network sulle amicizie

Influenza amicizie	Frequenza	Percentuale
Positivamente	38	54,3
Negativamente	1	1,4
Nessuna influenza	31	44,3
Totale	70	100,0

«Personalmente positivamente, perché quando le persone non escono uscire parliamo tramite i social network, Facebook oppure applicazioni quali whatsapp» (utente maschio 13 anni ludoteca Strapapera)

«Positivamente, perché ho ritrovato qualche vecchio amico che non vedevo da anni» (utente maschio 15 anni ludoteca Strapapera)

« Perché i social network mi hanno permesso di ritrovare gli amici delle scuole elementari che non vedevo da tempo» (utente maschio 16 anni ludoteca Strapapera)

« Positivamente perché sono riuscito a stringere meglio amicizia con persone che prima conoscevo ma poco e con cui ora invece esco, gioco e mi diverto» (utente maschio 14 anni ludoteca Strapapera)

«Positivamente, perché c'erano persone che prima conoscevo di vista, ed essendo timido mi vergognavo a parlarci e grazie ai social network ho potuto conoscerle meglio e quindi mi sono legato di più a loro» (utente maschio 13 anni Net 4 Garage Villanova)

« Positivamente perché con i social network si superano le distanze fisiche e ci si sente più spesso senza doversi per forza vedere fisicamente, di persona» (utente maschio 13 anni Net garage @ Live)

« Positivamente, perché prima dei social network, ero piuttosto timido, mentre adesso ho conosciuto nuove persone e mi sono aperto un po' di più con gli altri, un po' più estroverso» (utente maschio 12 anni Eleven Net Garage Albareto)

« Positivamente perché ho più amici e li sento più spesso con Facebook.» (utente maschio 35 anni Net 2.0 Windsor Park)

« Positivamente, perché se ad esempio conosco una persona fuori, con il social network riesco a parlarci e a conoscerla meglio.» (utente femmina 16 anni Net 2.0 Windsor Park)

« Positivamente, perché Facebook mi aiuta a sentire gli amici che in questo momento non sono in Italia.» (utente maschio 25 anni MyNet Garage)

Per quanto riguarda il percorso di studio o lavoro il 60% ha risposto nessuna influenza e/o cambiamento, contrariamente per il 28,6% i social network avrebbero influenzato positivamente il proprio percorso scolastico/lavorativo mentre per l'11,4% il proprio percorso sarebbe stato influenzato negativamente.

Tab.79 - Influenza dei social network sui percorsi di studio-lavoro

Influenza studio-lavoro	Frequenza	Percentuale
Positivamente	20	28,6
Negativamente	8	11,4
Nessuna influenza	42	60,0
Totale	70	100,0

« Nessuna influenza perché alla fine mia mamma mi controlla il tempo che ci passo e quindi sono attenta nell'utilizzarli» (utente femmina 13 anni Ludoteca Strapapera)

« Positivamente perché quando sono assente a scuola, posso chiedere informazioni ai miei amici su Facebook» (utente maschio 13 anni Ludoteca Strapapera)

« Negativamente, perché da quando ho Facebook faccio fatica a studiare, non studio bene perché passo più tempo sul social network. Adesso infatti quando sono a casa cerco di passarci meno tempo» (utente maschio 13 anni Ludoteca Strapapera)

« Negativamente, perché ad esempio sto studiando geografia e mi arriva un messaggio su un social network corro subito a vederlo» (utente maschio 15 anni ludoteca Strapapera)

«Negativamente, perché ad esempio passo molto tempo al computer invece che sui libri» (utente maschio 16 anni Net 4 Garage Villanova)

«Positivamente perché anche grazie a Facebook mi sento con gli amici e ci aiutiamo nei compiti o se qualcuno ha bisogno di aiuto per la scuola» (utente maschio 13 anni Net Garage @ Live)

« Positivamente, perché abbiamo creato un gruppo di classe su Facebook in modo tale che se uno è assente o si perde qualcosa può recuperare.» (utente maschio 16 anni Net Garage @ Live)

« Positivamente per il lavoro, perché anche grazie a Facebook scopro nuove pagine dove poter cercare lavoro, come nel caso del lavoro che avevo prima» (utente maschio 20 anni Net 2.0 Windsor Park)

Come accennato precedentemente, altro aspetto della quotidianità su cui si è cercato di comprendere le ripercussioni dei social network sono i rapporti con il nucleo familiare. Su questo tema, emerge un 75,7% che sostiene che i social network non abbiano influenzato o modificato le proprie relazioni con la sfera familiare, un 20% che ritiene che le relazioni familiari siano state influenzate positivamente e un 4,3% che sostiene che tali relazionali sarebbero state influenzate negativamente.

Tab.80 – Influenza dei social network sulla sfera familiare

Influenza famiglia	Frequenza	Percentuale
Positivamente	14	20,0
Negativamente	3	4,3
Nessuna influenza	53	75,7
Totale	70	100,0

«Positivamente, perché anche per via dei social network riesco ad andare più d'accordo rispetto a prima con mio fratello più grande» (utente maschio 15 anni ludoteca Strapapera)

« Positivamente perché riesco a sentire i parenti più lontani» (utente femmina 15 anni Net Garage @ Live)

«Positivamente, perché riesco a sentire mia zia e i miei cugini di Napoli» (utente femmina 11 anni Eleven Net Garage Albareto)

«Positivamente, perché quando non ci sentiamo con i familiari, ci sentiamo con i social network, soprattutto con i parenti lontani» (utente maschio 12 anni Eleven Net garage)

«Positivamente, perché ad esempio con Facebook resto in contatto con mia sorella che in questo momento si trova in Costa D'Avorio» (utente maschio 30 anni MyNet Garage)

« Positivamente, perché riesco a sentire i miei familiari che sono in Tunisia» (utente maschio 11 anni MyNet Garage)

«Negativamente, perché ho spesso il cellulare in mano oppure perché sono spesso attaccato ai social network» (utente maschio 15 anni ludoteca Strapapera)

«Negativamente, per via di una serie di episodi e perché ci sono un po' troppo attaccata, i miei sono un po' più diffidenti, si fidano meno di me e mi controllano di più» (utente femmina 14 anni Eleven Net Garage Albareto)

«Negativamente, perché ad esempio sono spesso attaccata ai social network e mi rimproverano» (utente femmina 16 anni Net 2.0 Windsor Park)

Infine ultimo aspetto preso in considerazione, è l'influenza dei social network sul tempo libero e l'organizzazione delle giornate. Più precisamente per il 48,6% i network hanno influito positivamente nell'organizzazione del tempo libero mentre per il 47,1% non vi sono stati significativi cambiamenti rispetto a quando tali reti online non erano diffuse. Da segnalare inoltre tre utenti (4,3) per cui il tempo libero ne sarebbe stato influenzato negativamente dall'emergere delle piattaforme virtuali.

Tab.81 – Influenza dei social network sul tempo libero

Influenza tempo libero	Frequenza	Percentuale
Positivamente	34	48,6
Negativamente	3	4,3
Nessuna influenza	33	47,1
Totale	70	100,0

«Negativamente, perché ad esempio prima facevo anche sport mentre adesso sono un po' più legato ai social network» (utente maschio 15 anni MyNet Garage)

«Negativamente, perché capita di uscire di meno ed essere un po' troppo incollato ai social network» (utente maschio 14 anni Eleven Net Garage Albareto)

«Positivamente, perché mi organizzo per uscire con gli amici su Facebook» (utente maschio 13 anni ludoteca Strapapera)

«Positivamente, perché gioco di più con gli amici sia online sia fuori, ci vediamo, facciamo dei giri e ci organizziamo anche grazie a Facebook» (utente maschio 15 anni ludoteca Strapapera)

«Positivamente, perché per esempio se sono a casa con Facebook mi sento più spesso con gli amici ed è più facile organizzarmi. Inoltre con gli amici ci aggiorniamo su Facebook su feste, eventi, uscite» (utente maschio 16 anni Net 4 garage Villanova)

«Positivamente, perché prima mi annoiavo ora invece mi passo meglio il tempo. Quando ad esempio non abbiamo soldi sul cellulare ci sentiamo grazie ai social network e ci organizziamo per uscire» (utente femmina 13 anni Eleven Net garage Albareto)

« Positivamente, perché se mi annoio trovo qualcosa da fare e mi organizzo con gli amici» (utente femmina 16 anni Net 2.0 Windsor Park)

3.4 In sintesi

Il lavoro di ricerca condotto nel periodo tra dicembre 2013 e febbraio 2014 ha visto una situazione di sostanziale equilibrio nella distribuzione degli utenti in ciascun net rispetto al precedente lavoro nel quale i net più vicini al centro città risultavano prevalere su tutti gli altri. L'utenza che ne emerge risulta essere principalmente di genere maschile rispetto a quella femminile con una prevalenza degli utenti tra gli 11 e i 17 anni (80% del totale) il che ci permette di dire che la rete torna agli obiettivi iniziali di quando è sorta, ossia luoghi riservati principalmente ai giovani, contro un significativo 28% di utenti oltre i 35 anni riscontrato nel periodo marzo-giugno 2013. Prevalgono gli utenti nati sul territorio italiano, al contrario sulla nazionalità dei genitori vi è una situazione di equilibrio seppur con una leggera maggioranza di genitori con nazionalità estera, con paesi quali Marocco e Tunisia sempre particolarmente rappresentativi. Con l'incremento della classe dei giovanissimi e la riapertura di Net quali quello di via Viterbo riservato appunto ai giovani, il titolo di studio più frequente è la licenza elementare trattandosi

per molti casi di utenti che stanno frequentando le scuole medie e dunque avendo nella maggioranza degli utenti studenti. Vi è poi un significativo 12,9% di utenti frequentanti che comprende sei utenti disoccupati e tre utenti in cerca di prima occupazione. La maggior parte degli utenti contattati è un assiduo frequentatore dei net dalla scorsa stagione, seppur emerge una significativa percentuale del 31,4% di utenti che hanno iniziato a frequentare a partire da quest'anno, ossia da settembre 2013, essendo l'apertura dei net garage corrispondente al calendario scolastico. Un ruolo cruciale è rivestito dalle reti di amicizia nella conoscenza dei net, nella frequenza di questi (prima motivazione) e nell'accesso (seppur in leggera maggioranza vi siano color che accedono da soli per poi incontrare gli amici all'interno dei net). In secondo luogo ciò che contribuisce gli utenti a frequentare è la vicinanza del net con la propria abitazione. Al di fuori degli spazi della rete, la maggioranza degli utenti dichiara di non frequentare internet point privati né altri luoghi comunali né altri net garage al di fuori di quello nei quali sono stati rintracciati. In particolare, al di fuori di questi spazi, l'utilizzo di internet risulta particolarmente frequente sui cellulari (74,3%) e presso i computer delle proprie abitazioni (62,9%). Relativamente alle attività svolte all'interno di ciascun net social network, musica e giochi online risultano essere le tre principali. La frequenza è principalmente giornaliera, in riferimento a tutti i giorni di apertura seguita dalla frequenza settimanale, e questo ci porta a dire che almeno qualche volta alla settimana seppur non tutti i giorni vi sia una certa classe di utenti assidui, con un tempo di permanenza di circa un'ora dedicata alla navigazione. La totalità degli utenti risulta conoscere ed è iscritta (eccezion fatta per soli due casi) a Facebook. La totalità degli utenti conosce Youtube, anche se gli utenti che risultano utilizzarlo avendo un proprio account diminuiscono a coloro che lo conoscono e probabilmente lo utilizzano senza esserne iscritti. Si riscontra una scarsa conoscenza e utilizzo di social network quali LinkedIn e Flickr e una quota significativa di coloro che conoscono Google+ e Twitter anche se gli utenti che dichiarano di esserne iscritti sono tutt'ora in minoranza. Maggioranza degli utenti possiede tra i 50 e i 200 contatti sui social network. Maggioranza dichiara di conoscere oltre 100 persone tra i contatti posseduti online. Il 32,9% dichiara di poter considerare oltre 30 persone amici stretti e parte integrante delle proprie amicizie offline. Vi è una relativa "responsabilità" nell'accettare le amicizie online, con il 70% che dichiara di accettare solo le persone che conosce personalmente

offline o comunque solo amici e amici dei propri amici. Il 32,9% dichiara di aver conosciuto nuove persone tramite i social network di cui alcune incontrate e alcune con cui si relaziona solo online. A seguire un 27,1% di coloro che non hanno conosciuto nuove persone tramite i social network. Le tre attività più gettonate quanto gli utenti utilizzano i social network consistono nel chattare con i propri contatti online, utilizzare giochi - applicazioni e guardare le notizie in bacheca e infine l'aggiornamento del proprio profilo personale. Le due motivazioni principali che spingono gli utenti all'utilizzo dei social network risultano essere la possibilità di rimanere sempre in contatto con i propri amici (61,4%) seguita dall'opportunità di passarsi il tempo (27,1%). I social network risultano aver complessivamente influenzato positivamente le reti di amicizia e l'organizzazione del tempo libero mentre non si registrano sostanziali cambiamenti in merito ai rapporti familiari e ai percorsi di studio/lavoro se non per l'attaccamento degli utenti ai social network che può influire negativamente nei rapporti con i genitori e nello studio, ma al tempo stesso le conseguenze positive consistono nell'opportunità di sentire i propri familiari più frequentemente e nelle possibilità di confronto anche in merito alle vicende scolastiche con i propri compagni di scuola e amici sui social network.

CAPITOLO QUARTO

UN PROFILO DEGLI OPERATORI NET GARAGE

Ai fini della nostra ricerca, nell'ambito del processo di monitoraggio e di osservazione sul campo effettuato presso ciascun net garage, si è cercato mediante lo strumento dell'intervista di raccogliere maggiori informazioni sugli operatori attualmente in carica per coglierne i tratti salienti attraverso i quali poter redigere un profilo di essi. In particolare i temi presi in considerazione hanno riguardato: la formazione professionale dell'operatore, la durata temporale dell'incarico e l'eventuale mobilità verso altri net, il ruolo e le mansioni ricoperte, il processo di avvicinamento alla rete net garage, il rapporto con i vertici del servizio, i punti di forza e di criticità, il rapporto con gli utenti ed infine, ci si è dedicati a progetti in via di definizione e agli obiettivi che necessitano di essere perseguiti nei prossimi anni dalla rete net garage.

4.1 La formazione professionale degli operatori

Sul versante delle competenze professionali emerge un quadro di persone altamente qualificate e con una solida formazione, quasi tutte in possesso di titolo di laurea (almeno triennale) in prevalenza nell'area umanistica-sociale, con qualifiche quali: servizio sociale, psicologia, pedagogia, scienze dell'educazione e una forte attività nel settore del sociale, dei minori, delle tossicodipendenze, del volontariato. Solo in due casi i titoli di laurea si discostano da tale settore: il primo riguarda Storia dell'Arte il secondo è relativo ad Ingegneria.

« Ho acquisito il diploma di perito informatico, ho frequentato diversi corsi nell'ambito sociale e mi mancano alcuni esami per prendere la laurea come educatore sociale professionale» (*Stefano operatore Net Garage @ Live*)

«Mi sono laureata in Psicologia e attualmente sono una psicologa iscritta all'albo. Ho frequentato inoltre un master sulla gestione del coordinamento delle strutture socio-sanitarie e delle comunità presso l'Università di Modena e Reggio Emilia. Lavoro da circa sei anni nell'ambito sociale e dei minori.» (*Grazia, operatrice Eleven Net Garage Albareto*)

«Mi sono diplomata al liceo socio-psico-pedagogico, in seguito mi sono iscritta all'Università di Parma dove ho conseguito la laurea triennale in Servizio Sociale per poi iscrivermi alla laurea magistrale in “Programmazione e gestione dei servizi sociali, curriculum politiche sociali per le famiglie.» (*Federica, operatrice Net 4 Garage Villanova*)

«Mi sono laureato in Scienze dell'educazione vecchio ordinamento presso l'Università di Bologna, e successivamente ho conseguito un master in “Operatore transculturale e multiculturale nel campo del welfare del sociale e della salute” presso l'Università di Modena e Reggio Emilia. Dal 2001 lavoro in ambito psichiatrico in appartamenti protetti e anche di fronte a situazioni quali la tossicodipendenza, tutti progetti attivi per una collaborazione tra una cooperativa e il SERT.» (*Davide, operatore Net 2.0 Windsor Park*)

«Sono diplomata in ragioneria presso l'istituto tecnico commerciale “J. Barozzi” di Modena e al momento sono laureanda in Scienze dell'Educazione presso l'università di Modena e Reggio Emilia.» (*Filomena, operatrice presso MyNet Garage*)

«Ho conseguito il diploma di perito elettronico presso l'Istituto “Fermi” a Modena, successivamente ho preso la laurea triennale in ingegneria meccanica presso l'università di Modena e Reggio Emilia, e attualmente sono iscritto alla laurea magistrale.» (*Riccardo, operatore punto lettura Modena est*)

«Ho conseguito la laurea triennale in storia dell'arte presso l'università di Firenze, e la successiva laurea specialistica presso l'università di Modena e Reggio Emilia.» (*Lisa, operatrice presso MyNet Garage*)

4.2 Conferimento dell'incarico, durata e mobilità

Relativamente al percorso professionale svolto dagli operatori dei net, si è voluto approfondire da quanto tempo lavorano presso i net in cui sono stati contattati, con quali

mansioni e il ruolo da essi ricoperto. Dalle interviste raccolte, quasi tutti hanno sempre lavorato nel net di pertinenza attuale, senza mobilità verso altri spazi. Diversa invece la durata temporale dalla presa dell'incarico.

«Lavoro presso questo net garage da ormai cinque-sei anni, mentre in precedenza ho lavorato in altri centri di aggregazione, mentre mai in altri net garage» (*Stefano operatore Net garage @ Live*)

«Ho iniziato a lavorare a partire dal gennaio 2011, in quanto residente della zona» (*Federica, operatrice Net 4 Garage*)

«Sono in servizio presso il Net Garage da circa tre anni. Net Garage che è gestito dalla cooperativa "Il Girasole" con sede presso la Polisportiva. Da quando ho assunto questo ruolo ho sempre lavorato solo per questa Net.» (*Grazia operatrice Eleven Net Garage*)

«Ho preso servizio a partire dal dicembre 2012 e ho sempre lavorato solo in questo Net.» (*Lisa operatrice, MyNet Garage*)

«Io invece ho preso servizio un po' prima di lei, a partire da settembre 2012 e ho sempre lavorato solo qua.» (*Filomena, operatrice MyNet Garage*)

«Sono in servizio qua al Net 2.0 a partire dal 2010. In precedenza ho lavorato anche al MyNet di via degli Adelardi (intorno al 2011 per via di una redistribuzione degli operatori).» (*Davide, operatore Net 2.0*)

«Sono in servizio in questo Punto Lettura-Net da circa quattro anni in quanto volontario della Polisportiva, e ho sempre lavorato solo in questo Net.» (*Riccardo, operatore Modena Est*)

4.3 Il ruolo e le mansioni ricoperte

Per quanto riguarda il ruolo e le mansioni ricoperte da ciascun operatore esse tendono a differenziarsi soprattutto in base alla configurazione del Net. In linea di massima, tuttavia, possiamo evidenziare come le funzioni siano strettamente correlate all'assistenza degli utenti al pc, al loro approccio, a eventuali problematiche legate all'uso della rete e, soprattutto per l'utenza immigrata, nel sostegno allo svolgimento di operazioni burocratiche, nella ricerca di un lavoro, nella guida alla compilazione del curriculum; ma anche il cercare di monitorare le attività svolte dagli utenti IN MODO CHE siano conformi al regolamento d'accesso ed intervenendo in caso di accessi irregolari. Funzione che tuttavia non vuole collocare gli operatori nella veste di "guardiani" ma si pone in collegamento con la funzione di sensibilizzare gli utenti (in particolare coloro che non hanno ancora raggiunto la maggiore età) verso un utilizzo consapevole del computer, della rete, delle sue innumerevoli opportunità, ma al tempo stesso dei pericoli e dei rischi dai quali occorre prestare attenzione.

4.4 Il rapporto operatori – utenti

Il rapporto con gli utenti, dal punto di vista degli operatori tende ad assumere connotazioni differenti a seconda del Net di riferimento. In particolare come si evince dalla testimonianze raccolte, il net garage di Villanova tende a rappresentare delle realtà a sé stanti in cui il rapporto (già avviato da tempo) si è consolidato nel corso degli anni, un rapporto di reciproca fiducia con i ragazzi e i loro genitori. Ad Albareto e presso la Ludoteca Strapapera siamo invece di fronte a considerazioni affini. Nel primo caso ad una relazione molto legata all'attività di dopo-scuola che si affianca al net-garage, che è parte integrante nello sviluppo della relazione. Nel secondo l'attività del net si affianca a quelle ludiche cercando di rispondere alle esigenze dei ragazzi ma al tempo stesso prestando loro adeguata attenzione (ad esempio limitando l'accesso ai social network per i ragazzi al di sotto dei 13 anni, oppure impedendo l'accesso ai social network per rispondere agli obiettivi della struttura, in virtù del fatto che i ragazzi possono comunque fruirne al di fuori). In entrambi i casi i ragazzi non hanno difficoltà nell'esprimersi con gli operatori, nel manifestare i propri vissuti, le proprie esperienze,

cercando in loro un sostegno, ma al tempo stesso riconoscono “l’autorevolezza” e le figure educative. Considerazioni differenti valgono per i net quali Windsor Park, MyNet Garage presso i quali gli operatori sono unanimi nel riconoscersi come punti di riferimento nel fornire assistenza al computer e per il controllo delle attività, ma dove il rapporto non è andato oltre tali aspetti, da un lato per la “libertà” che viene associata a questi spazi, dall’altro per il continuo mutamento degli utenti, molti dei quali tendono a frequentare per periodi di breve durata.

4.5 Il rapporto operatori- rete di coordinamento Net Garage

Il rapporto degli operatori con la rete di coordinamento è essenzialmente legato ad eventuali problemi che possono insorgere relativamente alla manutenzione dei computer, alle schede di iscrizione e all’organizzazione di corsi di alfabetizzazione informatica in collaborazione con le varie associazioni quali Civibox. Occorre inoltre sottolineare come la gestione di alcuni net (esempio Albareto, Villanova o i punti lettura-net garage di Modena est e san Damaso) sia affidata alle attigue e vicine polisportive/associazioni che si pongono come punto di riferimento tra gli operatori e i dirigenti del servizio. La recente assegnazione all’associazione Civibox della gestione e del reclutamento del personale di servizio di alcuni net quali il MyNet e il Net 2.0 ha fatto sì che molto spesso gli operatori siano in contatto coi membri dell’associazione e pertanto i contatti con i dirigenti della rete risultano essere residui. Occorre altresì prendere atto dell’organizzazione di incontri (mensili?) tra i diversi operatori dei diversi net come occasione di confronto relativamente a ciascuna realtà di “competenza”.

«Si tratta di un rapporto fragile. Prima della chiusura a causa dell’inagibilità per il terremoto vi erano dei tavoli di coordinamento ogni 2-3 mesi con i responsabili della rete net garage. Più in generale non ci sono contatti diretti con gli altri operatori anche per via di esigenze differenti tra il nostro spazio e gli altri. Vi è un rapporto un po’ più stretto al momento con l’associazione Animatamente che si occupa di più della gestione del Net» *(Stefano operatore Net Garage @ Live)*

«In realtà devo registrare la totale assenza di rapporti con gli altri operatori e al tempo stesso con i dirigenti del servizio, se non nel momento di presa dell'incarico in cui mi sono state spiegate le regole del servizio da un incaricato della rete Net Garage.»
(*Federica operatrice Net 4 Garage*)

«Il rapporto è legato essenzialmente a quell'incontro al mese con tutti gli altri di cui ti parlavo. Diciamo che con loro mi sento principalmente per problemi tecnici o questioni organizzative.» (*Davide operatore Net 2.0*)

«Da questo punto di vista Albareto è una realtà a parte dagli altri Net Garage. Non esiste un coordinamento, ma solo un tavolo d'incontro annuale per fare il punto sull'anno appena trascorso. La gestione del net è autonoma in quanto affidata alla polisportiva, pertanto si registra un'assenza di contatti con gli altri se non in caso di problemi tecnici con i computer.» (*Grazia operatrice Eleven Net Garage*)

«Si tratta di un rapporto molto continuativo e svolgiamo anche molte altre attività con loro quali ad esempio corsi di informatica, che vanno al di là del singolo Net.» (*Lisa operatrice MyNet Garage*)

«Con i dirigenti vi è stato un incontro iniziale per la presa del servizio, poi si sono succeduti una serie di incontri periodici con Civibox, mentre a volte ci sentiamo con gli altri operatori via mail.» (*Filomena operatrice MyNet Garage*)

«Non ho mai partecipato a corsi di alcun genere, se non all'inizio prima del mio insediamento in cui sono stati svolti degli incontri con l'associazione e il comune. Per quanto riguarda il rapporto con loro a dire il vero non c'è un rapporto, nel senso che ci sentiamo solo in caso di gravi problemi. Se ci sono problemi basilari con i computer generalmente me ne occupo personalmente.» (*Riccardo operatore Modena Est*)

4.6 Il servizio: obiettivi, punti di forza e criticità

Dopo oltre dieci anni dall'apertura della rete net garage e in un contesto di forte dinamicità caratterizzato da importanti mutamenti tecnologici affiancati ad una crisi

sempre più collettiva, gli operatori oggetto della nostra indagine si trovano unanimi nel confermare come nei prossimi anni, a fronte dei processi che investono la nostra società e il mondo del web, sia importante garantire a tutti i cittadini l'opportunità di accedere liberamente alla rete attraverso un servizio in primo luogo gratuito, sicuro mediante una accurata attività di monitoraggio e dove poter trovare assistenza e supporto nello svolgimento delle proprie attività. Dalle parole degli operatori traspare inoltre la possibilità di incentivare il processo di socializzazione tra i ragazzi cercando di guidarli (soprattutto i più giovani) alla scoperta delle potenzialità della rete, con le sue opportunità ma anche i suoi rischi e cercando di "contrastare" processi di dipendenza dalle nuove tecnologie e dai social network. Emerge inoltre soprattutto in relazione a determinati contesti, la necessità di non limitare il servizio a determinate fasce d'età, ma piuttosto di aprirsi verso nuove generazioni, le quali non possono più permettersi nella loro quotidianità di essere isolate dalle tecnologie della rete.

«Il servizio dovrebbe cercare di accompagnare le persone ad utilizzare consapevolmente e criticamente le tecnologie, cercando di differenziare e personalizzare le proposte a seconda delle età e delle esigenze del territorio.» *(Stefano operatore Net Garage @ Live)*

«Deve cercare di dare ai ragazzi la possibilità di accedere ad internet in modo sicuro e guidarli ad un utilizzo consapevole. Una buona idea sarebbe quella di ampliare la fascia d'età per l'accesso al Net Garage anche per le persone più anziane. Visto il periodo di crisi se dovessi tagliare qualcosa a casa mia, taglierei sicuramente la chiavetta internet sapendo di avere a disposizione un servizio gratuito come questo. Infine altro obiettivo da raggiungere, è di cercare di promuovere il processo di socializzazione fra gli utenti.» *(Federica operatrice Net 4 Garage)*

«Il servizio deve cercare di garantire e promuovere un accesso alla rete libero a tutti, ma all'interno di un'attività di monitoraggio per promuovere un uso consapevole delle nuove tecnologie e al tempo stesso cercare di organizzare attività di sensibilizzazione verso le nuove dipendenze.» *(Grazia operatrice Eleven Net Garage)*

«Dare la possibilità di accedere al pc e ad internet alle persone che non hanno l'opportunità di farlo perché si trovano in certe condizioni; supportarli in questioni legislative burocratiche (soprattutto per quanto riguarda gli stranieri).» (*Lisa operatrice MyNet Garage*)

«Possibilità soprattutto per gli stranieri di mantenere rapporti con familiari e con le loro terre d'origine, avere qualcuno che li supporti nella navigazione e nella conoscenza del territorio.» (*Filomena operatrice MyNet Garage*)

«Permettere a chiunque di utilizzare internet gratuitamente, cercare di promuovere e diffondere la cultura dell'opensource.» (*Davide operatore Net 2.0*)

«Deve in qualche modo cercare di non limitarsi a determinate fasce d'età, ma promuovere l'utilizzo di internet e del computer verso coloro che si trovano isolati o fuori dal centro dove la rete non prende. Occorre cercare di andare incontro a coloro che non hanno il computer o non possono permetterselo, basta pensare alla pubblica amministrazione che oggi è sempre più informatizzata, e per alcuni è un problema. Ad esempio per il censimento eravamo pieni di persone con difficoltà di accesso alla rete o che mostravano difficoltà linguistiche, e che abbiamo cercato di aiutare.» (*Riccardo operatore Modena Est*)

Per quanto riguarda l'individuazione dei punti di forza vs criticità, gli operatori in questione sono unanimi nel sottolineare i seguenti punti di forza: la possibilità per i giovani di ritrovarsi a navigare in un luogo sicuro soggetto ad attività di monitoraggio, la possibilità di un accesso gratuito e dunque accessibile alle fasce più disparate e l'opportunità di un supporto nello svolgimento delle proprie attività. Parallelamente si è discusso di quelle criticità che hanno riscontrato gli operatori nell'esercizio delle loro funzioni: dalla necessità di una revisione dei computer all'ampliamento della fascia d'età per l'ingresso degli utenti passando alle difficoltà di gestione di fronte ad un'utenza numerosa.

«Tra le criticità sicuramente la necessità di rinnovamento fisico-materiale dei computer e la necessità di risorse economiche e intellettive con nuove proposte, attività e

possibilità per ampliare la rete. Occorre rinnovare e rivedere gli obiettivi del servizio, perché se da un lato la tecnologia pervade sempre di più le persone al tempo stesso è difficile limitarla a pochi centri circoscritti. Servono centri polifunzionali in grado di rispondere a nuove esigenze e più funzioni» (*Stefano operatore Net Garage @ Live*)

«Tra le criticità la difficoltà nel sostenere due turni quando c'è molta gente. Tra i punti di forza la possibilità di accesso gratuito e l'opportunità di socializzazione tra i ragazzi, oltre che avere la possibilità di essere aiutati ad esempio nella ricerca del lavoro, di questioni burocratiche senza doversi rivolgere ai centri per l'impiego o altri luoghi specializzati.» (*Lisa operatrice MyNet Garage*)

«Tra le criticità il fatto di non aver sempre gli strumenti aggiornati e dunque non avere una revisione costante dei computer (esempio monitor, cuffie ecc.) Per i punti di forza sicuramente l'accesso gratuito, l'orario e la possibilità di stare 9 ore alla settimana (che sono tante) su internet, e al tempo stesso avere un supporto.» (*Filomena operatrice MyNet Garage*)

«Tra le criticità, il fatto che se fossero aperti di più sarebbero maggiormente frequentati soprattutto da coloro che non hanno internet, tablet e/o smartphone. Tra i punti di forza il fatto di poter fare le stesse cose con un servizio operativo privato, per di più gratuito.» (*Davide operatore Net 2.0*)

«Tra i punti di forza sicuramente il fatto che si tratta di un luogo di ritrovo per i giovani dove trovarsi, e navigare in maniera sicura, oltre che essere un luogo per divertirsi attraverso una stretta relazione tra internet e attività ludiche. Tra le criticità (in particolare in relazione al nostro Net Garage) il fatto che gli anziani del luogo hanno necessità di utilizzare internet (ad esempio per prenotare treni, scaricare moduli quali il CUD), e al momento non è possibile. Sarebbe un'opportunità per loro non solo per i loro bisogni ma anche per affacciarsi ad internet mediante una guida come l'operatore.» (*Federica operatrice Net 4 Garage*)

«Tra i punti di forza l'accesso gratuito ad internet che ne permette una maggior diffusione, l'attività di monitoraggio nei confronti delle attività svolte in rete dai ragazzi e il fatto di porsi come punto di riferimento per i giovani. Non rilevo invece criticità, se non nell'utilizzo del computer. Ad esempio sanno utilizzare molto bene i giochi ma molto meno programmi di open office.» (*Grazia operatrice Eleven Net Garage*)

«Tra i punti di forza il fatto di essere un servizio gratuito e di essere disponibile senza troppi vincoli in termini di orario né tanto meno a livello settimanale e/o mensile. Tra le criticità non saprei, magari il fatto che alcuni computer sono da rivedere, sarebbe auspicabile monitorare ogni sei mesi lo stato dei computer, anche se nonostante tutto vanno abbastanza bene.» (*Riccardo operatore Modena Est*)

4.7 La figura dell'operatore: caratteristiche e competenze richieste

Infine, ma non meno importante, abbiamo chiesto quali caratteristiche e quali competenze siano necessarie richiedere per poter far parte della rete net garage. Ciò che emerge con forza dalle interviste effettuate è senz'altro la propensione e la disponibilità verso gli altri, una adeguata capacità di relazionarsi con gli altri cercando di venire incontro a loro e di fronteggiare problematiche più disparate: dalle difficoltà di comprensione della lingua italiana fino all'accesso al computer e allo svolgimento di pratiche relative alla propria quotidianità (quali ad esempio l'acquisizione di informazioni per il permesso di soggiorno o per la ricerca di un lavoro per l'utenza straniera o per gli adulti). In secondo luogo, una buona conoscenza del computer, il possesso di competenze sia per l'hardware sia per il software e un certa conoscenza dei principali mutamenti della rete tutt'ora in atto, quali ad esempio la diffusione dei social network, includendo dunque passaggi quali l'iscrizione ad un social network, la costruzione di un profilo fino alla gestione di una propria pagina online.

4.8 In sintesi

Il profilo che emerge dalle parole degli stessi operatori, è quello di una persona altamente qualificata dal punto di vista dell'istruzione con il possesso da parte di tutti di

almeno la laurea triennale o di primo livello, con una prevalenza nell'ambito delle discipline sociali. Operatori che hanno quasi tutti lavorato negli stessi net senza mobilità in altri e le cui funzioni sono strettamente legate all'assistenza agli utenti nell'esercizio delle loro attività, di monitoraggio, di supporto di fronte alle difficoltà da loro incontrate ma al tempo stesso cercare di sensibilizzare gli utenti soprattutto i più giovani ad utilizzare criticamente per quanto possibile gli strumenti che la tecnologia odierna mette a loro disposizione. Il rapporto operatori- utenti tende a diversificarsi a seconda dello specifico contesto di riferimento: si va da net quali il MyNet il 2.0 nei quali il rapporto è pressoché "neutrale" , dove gli operatori vengono riconosciuti come punto di riferimento in caso di necessità fino a luoghi quali il Net 4 Garage di Villanova (dove vi è un rapporto confidenziale) o l'Eleven Net Garage di Albareto, la cui sede presso il centro educativo territoriale con la presenza di doposcuola per i ragazzi favorisce l'emergere di una relazione nella quale i ragazzi si pongono con spontaneità nei confronti degli operatori pur riconoscendo in loro "l'autorità". Analoga situazione per il Net Garage @ Live di via Viterbo, da pochi mesi riaperto, frequentato per lo più dai giovani della zona, nei quali vi è un rapporto meno asimmetrico e informale, e nel quale un sabato ogni tre settimane viene organizzata una serata con gli stessi ragazzi. Il rapporto tra operatori e rete di coordinamento risulta essere strettamente legato alle esigenze necessarie di assistenza ai computer o per casi di assoluta necessità e/o difficoltà. Tra i punti di forza riscontrati sicuramente la dimensione gratuita del servizio ricopre un ruolo fondamentale, seguita dalla possibilità di essere assistiti e navigare in luoghi sicuri. Le criticità risultano essere collegate alle difficoltà di gestione o a eventuali problemi tecnici con i computer. Infine una buona conoscenza del computer e della rete associata ad una certa dose di "empatia" risultano essere i fattori fondamentali che dovrebbero caratterizzare coloro che ricoprono il ruolo di operatore.

CONCLUSIONI

Attraverso questa tesi, si è cercato analizzare il caso della Rete Net Garage di Modena, come specifico progetto rivolto alla promozione delle nuove tecnologie al fine di comprendere come quest'esperienza influisce nella quotidianità degli utenti, ovvero le implicazioni sociali e relazionali che tale esperienza comporta, in che misura agisce il servizio di fronte ai mutamenti tecnologici in corso nelle società odierne sempre più complesse con un focus specifico sul fenomeno dei social network sites. Il tutto attraverso un excursus di alcune tematiche tuttora aperte attraverso una specifica prospettiva sociologica e cercando, attraverso l'analisi dei dati raccolti di costruire un profilo degli utenti. Con particolare riferimento a quest'ultimo aspetto, si può dire che l'utente "medi" net garage sia generalmente un utente di genere maschile rispondente ai criteri posti inizialmente dalla rete, ossia corrispondente alla classe dagli 11 e 17 anni e con un forte connotato multiculturale sia con riferimento all'utente stesso sia con riferimento ai propri genitori sia di nazionalità estera sia uno dei due di nazionalità italiana e l'altro di nazionalità estera. Il profilo corrisponde a figure di giovani per lo più studenti, che hanno conosciuto il servizio nella maggioranza dei casi grazie alle reti di amicizia e sempre quest'ultime contribuiscono a incoraggiare la frequenza dei net, nonché la possibilità di passarsi il proprio tempo. È un utente in molti casi legato al net abitualmente frequentato, affermazione testimoniata da una frequenza almeno settimanale e dal fatto che l'utente medio non frequenta altri net garage oltre a quello frequentato abitualmente né altri luoghi comunali o internet point e al tempo stesso è un utente a conoscenza delle possibilità offerte dal territorio in merito alle reti wireless gratuite. È un utente che considera l'esperienza del net utile soprattutto per le necessità e in caso di bisogno e che richiede aiuto agli stessi operatori. Sull'utilizzo dei social network l'utente "medio" è un utente che risulta conoscere ed essere iscritto in primo luogo a Facebook, non ha conosciuto nuove persone grazie ai social network e nel caso solo alcune di queste sono state incontrate mentre con altre vi è un contatto puramente online. Utente che dichiara di accettare solo amici, conoscenti e amici di questi. Le attività frequentemente svolte sono riconducibili a sentire i propri contatti online, guardare gli aggiornamenti presenti e giocare giochi e applicazioni presenti. Ciò che spinge l'utente net garage ad utilizzare le nuove piattaforme online, è in primo luogo il

fatto di sentire i propri amici e attraverso le funzionalità offerte poter consolidare tali legami, potendo al tempo stesso passare il tempo gestendo online i legami presenti offline. Reti amicali che risultano essere anche in questo caso cruciali, in quanto l'utente ritiene i social network fondamentali per poter rapportarsi con le proprie cerchie e organizzare attività con esse. Cerchie che risultano essere influenzate, stando a quanto raccolto sulla base delle esperienze quotidiane degli utenti, positivamente, mentre non si registrano sostanziali cambiamenti in riferimento ai nuclei familiari, al percorso studio-lavoro e il tempo libero. Sulla base del lavoro diretto sul campo, in un contesto nel quale l'utilizzo di internet è ormai alla portata di tutti attraverso le reti wifi gratuite e ancora le ampie offerte promosse dalle compagnie telefoniche che fanno sì che gli utenti possano connettersi in qualunque momento attraverso il proprio cellulare, facendo sì che siano sempre connessi la rete e, constatato il fatto che molti degli utenti oggi giorno utilizzino internet anche al di fuori dei locali net garage; si può affermare che la rete net garage assuma sempre più una specifica valenza in termini di punto di riferimento, ossia come luogo di aggregazione e di incontro tra gli utenti che possono trovare delle guide, gli operatori, in grado di fornire loro supporto alle attività di navigazione ma anche persone alle quali fare riferimento per essere supportati nelle vicissitudini quotidiane e con le poter accrescere le proprie reti di relazioni. Si può meglio precisare che la rete net garage in questa prospettiva tenda a configurarsi per gli utenti come luogo in grado di favorire i processi partecipativi e comunitari, soprattutto in specifici net attraverso l'integrazione di altre attività oltre all'accesso alla navigazione. In primo luogo, occorre riflettere sui principi e gli obiettivi che ne hanno portato alla nascita alla luce delle profonde trasformazioni rispetto al passato, individuando i terreni sui quali intervenire a fronte delle esigenze poste dal territorio modenese, tra le quali la fascia d'età verso cui doversi rivolgere. Attività di monitoraggio che ha evidenziato una certa prevalenza di adulti e stranieri nei net garage centrali della città, un'utenza principalmente costituita da minori nei net garage esterni collocati nelle frazioni e in alcuni casi (come realtà quali il net a Villanova) la necessità di ampliare il servizio verso le fasce d'età più adulte che non possono permettersi di essere tagliate fuori da una realtà che richiede sempre più il ricorso alle nuove tecnologie nell'esercizio delle funzioni quotidiane (quali ad esempio la prenotazione di visite e/o certificati medici online). Necessitano di essere rivisti i rapporti tra i singoli net garage e la rete di coordinamento, e i rapporti tra

gli operatori dei diversi centri che appaiono distanti, il tutto per una migliore sinergia tra le diverse parti. Occorre potenziare i rapporti tra le Politiche giovanili e le scuole di primo e secondo grado del territorio, cercando di sensibilizzare i giovani alle trasformazioni tutt'ora in atto che li attraversano quotidianamente e al tempo stesso cercando di promuovere da un lato il servizio mediante specifiche attività e dall'altro il processo di valutazione dei servizi offerti dal Comune. Il tutto prestando attenzione a non considerare come unica funzione di tali luoghi la navigazione ma cercando di incentivare la partecipazione di tutti e dunque avere come obiettivo quello di fare rete. Infine, ma non da ultimo, si rende necessario proseguire negli anni con attività di ricerca e di monitoraggio durante tutto l'anno di apertura al fine di poter attuare nuovi interventi a seconda dei mutamenti tecnologici, delle richieste, delle esigenze evidenziate dal territorio modenese e dai suggerimenti che provengono da coloro che utilizzano e frequentano il servizio.

BIBLIOGRAFIA

Beer, D.

2008 "*Social Network(ing) sites. Revisiting the story so fair: A response to Danah Boyd & Nicole Ellison*", *Journal of Computer Mediated Communication*, vol. 13 (2), pp 516-529

Borgato, R. Capelli, F. Ferraresi, M. (a cura di),

2009 *Facebook come. Le nuove relazioni virtuali*, Franco Angeli

Boyd D. Ellison, N.

2007 "*Social Network sites: Definition, History and Scholarship*", *Journal of Computer Mediated Communication*, 13 (1), pp-210-230

Boyd, D.

2008 *Taken Out of Context. American Teen Sociality in Networked*, Ph.D. Dissertation, University of California

Castrignanò, M.

2012 *Comunità, capitale sociale, quartiere*, Franco Angeli, Milano

Cavallo, M. Spadoni, F.

2011 *I social network. Come internet cambia la comunicazione*, Franco Angeli, Milano

Colozzi, I.

2005 *Cosa sono i beni relazionali: un confronto fra approcci economici e approccio sociologico*, "Sociologia", a. XXXIX, 2, pp 13-120.

Comunello, F.

2010 *Networked sociability. Riflessioni e analisi sulle relazioni sociali (anche) mediate dalle tecnologie*, Guerini e Associati, Varese

Donati, P.

2009 *Teoria relazionale della società: i concetti di base*, Franco Angeli, Milano

2013 *Sociologia della relazione*, Il Mulino, Bologna

Donati, P. (a cura di)

2006 *Sociologia. Una introduzione allo studio della società*, Cedam, Padova

Donati, P. Solci, R.

2011 *I beni relazionali. Che cosa sono e quali effetti producono*, Bollati Boringhieri, Torino

Durkheim, E.

1977 *La divisione del lavoro sociale*, Edizioni di Comunità, Milano (ed. or. 1893)

Fiorini, L. Lotti, A. (a cura di),

2011 *Quando i Net garage scoprono Linux. I pinguini vanno a scuola*, Edizioni Artestampa, Modena

Iannelli, L.

2011 *Facebook & Co. Sociologia dei social network sites*, Guerini e Associati, Varese

Manfredini, S.

2008 *I servizi net garage e net open source. Una ricerca valutativa*, tesi di laurea, Università di Bologna, Facoltà di Scienze Politiche

Marx, K.

1974 *Per la critica dell'economia politica*, Editori Riuniti, Roma (ed. or. 1859)

Parsons, T.

1962 *La struttura dell'azione sociale*, Il Mulino, Bologna (ed. or. 1937)

Pinelli, L. Santunione, R. Vandelli, R.

2003 *Ricerca sui Net Garage – analisi valutativa*, Liceo Scienze Sociali “C. Sigonio”. Modena

Putman, Robert D.

1993 *Making Democracy Work. Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press, Princeton (trad.it. *La tradizione civica nelle regioni italiane*, Mondadori, Milano 1993).

Rainie, L. Wellman, B.

2013 *Networked. Il nuovo sistema operativo sociale*, Guerini e Associati, Milano

Romeo, A.

2011 *Società, relazioni e nuove tecnologie*, Franco Angeli

Scabini, E. Rossi, G. (a cura di),

2013 *Famiglia e nuovi media*, Vita e Pensiero, Milano

Simmel, G.

1976 *Sociologia*, Torino, Utet (ed. or. *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*, Berlin, Duncker & Humblot, 1908)

Tonnies, F.

1963 *Comunità e società*, Milano, Comunità (ed. Or. *Gemeinschaft und Gesellschaft*, Leipzig 1887)

Weber, M.

1968 *Economia e società*, Milano, Comunità, 2 volumi (ed. or. *Wirtschaft und Gesellschaft*, Tübingen, 1922).

SITOGRAFIA

<http://www.comune.modena.it/politichegiovani/nuove-tecnologie/nuove-tecnologie/rete-net-garage>

<http://www.libreriamo.it/a/5251/zygmunt-bauman-i-social-media-sono-una-via-di-fuga-dai-problemi-reali.aspx>

<http://vincos.it/osservatorio-facebook/>

<http://www.eukidsonline.net>

<http://daily.wired.it/news/cultura/2013/10/09/bauman-meet-the-media-guru-67894.html>

<http://it.wikipedia.org>

APPENDICE METODOLOGICA

ALLEGATO I

QUESTIONARIO RICERCA NET GARAGE DICEMBRE 2013 – FEBBRAIO 2014

1. IL PROFILO ANAGRAFICO

Quale Net Garage frequenti: <input type="checkbox"/> MyNet Garage <input type="checkbox"/> Net 2.0 Windsor Park <input type="checkbox"/> Net 4 Garage Villanova <input type="checkbox"/> Eleven Net Garage Albareto <input type="checkbox"/> Ludoteca Strapapera <input type="checkbox"/> Net Garage @ Live	Genere 1. Maschio 2. Femmina
Età (anni) _____	Paese di nascita 1. Italia 2. Estero
Se sei nato in Italia, potresti indicarci comune e provincia? _____ Se sei nato all'Estero, potresti indicarci il paese di origine? _____	Paese di origine dei genitori 1. Madre _____ 2. Padre _____
Titolo di studio 1. Nessun titolo 2. Licenza elementare 3. Licenza media 4. Diploma professionale 5. Diploma di maturità 6. Laurea triennale _____ 7. Laurea specialistica _____	Professione 1. Studente 2. Lavoratore a tempo indeterminato 3. Lavoratore a tempo determinato 4. Lavoratore a contratto 5. Disoccupato 6. In cerca di prima occupazione 7. Tirocinante 8. Pensionato 9. Altro _____

2.IL NET GARAGE

<p>Da quanto tempo accedi al net garage?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Oggi è la prima volta che entro 2. Da questa stagione (da settembre 2013) 3. Dalla scorsa stagione (da settembre 2012) 4. Da più anni (2011-2010-2009-2008) 	<p>Come hai conosciuto i Net Garage?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Passaparola 2. Volantino 3. Informa Giovani 4. Amici 5. Residente in zona 6. Altro _____
<p>Ti chiediamo ora di indicare accanto agli item proposti il <u>primo</u> e il <u>secondo</u> motivo per il quale vieni al net garage: (scrivere 1 e 2 nelle caselle)</p> <p><input type="checkbox"/> È gratis</p> <p><input type="checkbox"/> Ci sono operatori a cui chiedere informazioni</p> <p><input type="checkbox"/> È vicino a casa</p> <p><input type="checkbox"/> Ci vanno i miei amici</p> <p><input type="checkbox"/> Non ho la connessione internet a casa</p> <p><input type="checkbox"/> Per passare il tempo</p>	<p>Frequenti altri Net Garage oltre a questo?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sì 2. No <p>Frequenti altri luoghi del Comune per accedere ad internet?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sì frequento e accedo presso Biblioteca 2. Sì frequento e accedo presso Informa Giovani 3. Sì frequento e accedo presso altro luogo comunale (specificare) 4. No, non frequento altri luoghi comunali oltre il net garage
<p>Al di fuori del Net Garage o di altri luoghi comunali, dove o come utilizzi internet?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. A casa 2. A scuola 3. Al lavoro 4. Tramite I-Pad 5. Con Tablet 6. Sul cellulare 7. A casa di amici 8. In nessun altro luogo che non sia il net garage o biblioteche 	<p>Con chi vieni al Net Garage?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Da solo 2. Con amici 3. Con compagni di scuola 4. Con familiari (specificare chi) 5. Con operatori 6. Altro _____

<p>Quali attività svolgi maggiormente quando sei al net garage? Indica accanto a ciascun item le tre principali attività (scrivere 1-2-3 nelle caselle)</p> <p><input type="checkbox"/> Social Network</p> <p><input type="checkbox"/> Chat</p> <p><input type="checkbox"/> Mail</p> <p><input type="checkbox"/> Skype</p> <p><input type="checkbox"/> Giochi online</p> <p><input type="checkbox"/> Ricerche scolastiche</p> <p><input type="checkbox"/> Ascolto musica</p> <p><input type="checkbox"/> Guardo video e/o film</p> <p><input type="checkbox"/> Interessi personali</p>	<p>In caso di necessità chiedi aiuto o ti rivolgi agli operatori?</p> <p>1. Sì</p> <p>2. No</p>
<p>Indicativamente, quanto volte alla settimana accedi al net garage?</p> <p>1. Giornaliera (tutti i giorni di apertura)</p> <p>2. Settimanale (1-2 volte alla settimana)</p> <p>3. Mensile (1-2 volte al mese)</p> <p>4. Raramente</p> <p>5. Una volta mai tornato</p> <p>6. Altro _____</p>	<p>Indicativamente, quanto tempo trascorri all'interno del Net?</p> <p>1. Meno di mezz'ora</p> <p>2. Mezz'ora</p> <p>3. Un'ora</p> <p>4. Due ore</p> <p>5. Tre ore</p>
<p>Frequenti anche Internet Point privati?</p> <p>1. Sì</p> <p>2. No</p> <p>Sei a conoscenza e/o utilizzi le zone wifi della città?</p> <p>1. Sì ne sono a conoscenza ma non le utilizzo</p> <p>2. Sì ne sono a conoscenza e le utilizzo</p> <p>3. No non le conosco e non le utilizzo</p>	<p>Quanto è importante per te e la tua quotidianità frequentare un luogo come il Net Garage?</p> <p>1. Indispensabile</p> <p>2. Importante</p> <p>3. Utile</p> <p>4. Inutile</p>

3. IL RAPPORTO DEGLI UTENTI CON I SOCIAL NETWORK

<p>Quali dei seguenti social network <u>conosci</u>?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Facebook 2. Twitter 3. Myspace 4. Youtube 5. Linkedlin 6. Flickr 7. Google+ 8. Badoo 9. Altro _____ 	<p>A quale dei seguenti social network sei <u>iscritto</u>?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Facebook 2. Twitter 3. Myspace 4. Youtube 5. Linkedlin 6. Flickr 7. Google+ 8. Badoo 9. Altro _____
<p>Quanti amici/ contatti hai nel social network al quale sei iscritto?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tra i 10 e i 50 2. Tra 50 e 200 3. Tra 200 e 500 4. Oltre 500 	<p>Quante persone che hai tra i contatti / amici conosci nella vita quotidiana?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tra 1 e 10 2. Tra 11 e 30 3. Tra 30 e 60 4. Tra 60 e 100 5. Oltre 100
<p>Quante persone che hai tra i contatti puoi considerare <i>realmente</i> tuoi amici?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tra 1 e 5 2. Tra 5 e 10 3. Tra 10 e 30 4. Oltre 30 	<p>Hai conosciuto nuove persone tramite il social network?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sì, ho conosciuto nuove persone che ho poi successivamente incontrato 2. Sì, ho conosciuto nuove persone ma non ci siamo mai incontrati e ci sentiamo solo online 3. Sì ho conosciuto nuove persone: alcune le ho incontrate mentre con altre ci sentiamo solo online. 4. No, non ho conosciuto nuove persone
<p>Come aggiungi e/o accetti nuove persone tra i tuoi contatti?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Accetto/ aggiungo solo le persone che conosco personalmente 2. Accetto e/o aggiungo anche persone che non conosco per il fatto che hanno una vicinanza geografica o interessi uguali ai miei. 3. Accetto/ aggiungo amici e amici di amici 4. Accetto e aggiungo tra gli amici chiunque 	<p>Ti chiediamo di indicare le 3 principali attività che svolgi su un social network:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Chatto con i miei contatti online 2. Invio richieste di amicizia 3. Utilizzo giochi e applicazioni 4. Organizzare attività ed eventi con gli amici 5. Guardo le notizie e gli aggiornamenti in bacheca. 6. Aggiorno il mio profilo: aggiorno lo stato, condivido musica, carico foto. 7. Condividere con gli altri problemi ed esperienze. 8. Partecipo a gruppi 9. Guardare le pagine dei miei amici

<p>Potresti indicarci le prime due motivazioni che ti spingono ad utilizzare un social network? (mettere i numeri 1 e 2 nelle caselle)</p> <p><input type="checkbox"/> Perché permettono di conoscere nuove persone</p> <p><input type="checkbox"/> Consentono di rimanere costantemente in contatto con gli amici</p> <p><input type="checkbox"/> Per passarmi il tempo</p> <p><input type="checkbox"/> Per stare al passo con i cambiamenti tecnologici e perché ormai tutti hanno un profilo su un social network</p> <p><input type="checkbox"/> Consentono di relazionarsi meglio con gli amici mediante gruppi, conversazioni, creazione di eventi</p>	<p>Relativamente ai social network (una sola risposta):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penso che possano contribuire a mantenere i contatti tra le persone e a conoscerne di nuove. 2. Penso che non se ne possa fare a meno in una società sempre più tecnologica, globalizzata e multietnica 3. Sono importanti per sentire i propri amici e organizzare incontri con loro 4. Permettono di diffondere più facilmente notizie e dunque venirne a conoscenza in breve tempo. 5. Se utilizzati adeguatamente, possono fornire un aiuto nella costruzione e nella gestione delle relazioni con gli altri. 6. Comportano come ogni cosa degli aspetti positivi e degli aspetti negativi. 7. Possono rappresentare un rischio per le relazioni tra le persone.
<p>Pensando alla tua quotidianità, in che modo i social network influenzano o hanno influenzato le tue <u>reti di amicizia</u>?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Positivamente 2. Negativamente 3. Nessuna influenza e/o cambiamento 	<p>Sempre rispetto alla tua vita quotidiana, in che modo i social network hanno influenzato o influenzano il tuo <u>percorso di studi e/o il tuo lavoro</u>?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Positivamente 2. Negativamente 3. Nessuna influenza e/o cambiamento
<p>In che modo i social network hanno influenzato o influenzano i rapporti con i componenti del <u>nucleo familiare</u>?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Positivamente 2. Negativamente 3. Nessuna influenza e/o cambiamento 	<p>In che modo i social network influenzano o hanno influenzato l'organizzazione della giornata/ del tempo libero?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Positivamente 2. Negativamente 3. Nessuna influenza e/o cambiamento

ALLEGATO II

QUESTIONARIO MONITORAGGIO MARZO-GIUGNO 2013

<p>Genere (specificare): 1 Maschio 2 Femmina</p>	<p>Data di nascita</p>
<p>Luogo di Nascita</p> <p>_____</p>	<p>Residenza (specificare):</p> <p>1. Modena 2. Provincia di Modena 3. Fuori provincia 4. Altro _____</p>
<p>Luogo di Nascita dei genitori</p> <p>1. Madre _____ 2. Padre _____</p>	<p>Titolo di studio:</p> <p>1. Nessun titolo 2. Licenza elementare 3. Licenza media 4. Diploma professionale 5. Diploma di maturità 6. Laurea triennale _____ 7. Laurea specialistica _____</p>
<p>Professione:</p> <p>1. Studente 2. Lavoratore a tempo indeterminato 3. Lavoratore a tempo determinato 4. Lavoratore a contratto 5. Disoccupato 6. In cerca di prima occupazione 7. Tirocinante 8. Pensionato 9. Altro _____</p>	<p>Da quanto tempo accedi ad un Net Garage?</p> <p>1. Oggi è la prima volta che entro 2. Da questa stagione (a partire da settembre 2012) 3. Dalla scorsa stagione (da settembre 2011) 4. Da più anni (2010-2009-2008)</p>
<p>Come hai conosciuto i Net Garage?</p> <p>1. Passaparola 2. Volantino 3. Informa Giovani 4. Amici 5. Altro _____</p>	<p>Motivo principale per cui sei qui:</p> <p>1. E' gratis 2. Ci sono operatori a cui chiedere informazioni 3. E' vicino a casa 4. Ci vanno i miei amici 5. Non ho la connessione internet a casa 6. Altro _____</p>

<p>Frequenti altri Net Garage oltre questo?</p> <p>4. Sì 5. No</p> <p>Se sì specificare quali</p> <p>_____</p> <p>Frequenti altri luoghi comunali (esempio, Informa Giovani, Biblioteche ecc) per accedere ad internet?</p> <p>1. Sì _____ 2. No</p> <p>Se sì, specificare quali</p> <p>_____</p>	<p>Modalità di accesso:</p> <p>1. Da solo 2. Con amici 3. Con compagni di scuola 4. Con familiari 5. Con operatori 6. Altro _____</p>
<p>Quali attività svolgi maggiormente?</p> <p>1. Social Network 2. Chat 3. Mail 4. Skype 5. Giochi online 6. Ricerche scolastiche 7. Interessi personali 8. Altro _____</p>	<p>In caso di necessità, chiedi aiuto/ti rivolgi agli operatori?</p> <p>1. Sì 2. No</p>
<p>Indicativamente, quante volte alla settimana accedi al Net?</p> <p>2 Giornaliera (tutti i giorni di apertura) 3 Settimanale (1-2 volte alla settimana) 4 Mensile (1-2 volte al mese) 5 Raramente (ogni 3-4 mesi) 6 Una volta e mai tornato 7 Altro _____</p>	<p>Indicativamente quanto tempo passi all'interno del Net?</p> <p>1. Mezz'ora 2. Un'ora 3. Due ore 4. Tre ore</p>
<p>Frequenti anche Internet Point privati?</p> <p>1. Sì 2. No</p>	<p>Utilizzi le zone wifi della città per collegarti a internet?</p> <p>1. Sì 2. No</p>

ALLEGATO III

TRACCIA INTERVISTE AGLI UTENTI NET GARAGE

1. Quanti anni hai? Da dove vieni?
2. Studi, lavori o sei disoccupato? Se studi che scuola frequenti?
3. Se non sei italiano, da quanto sei in Italia?
4. Hai il computer a casa? Possiedi una connessione ad internet? Quanto lo utilizzi?
5. Hai frequentato o frequenti corsi/percorsi organizzati dai Net?
6. Da quanto circa frequenti il Net Garage?
7. Come hai conosciuto questo servizio?
8. Frequenti altri Net Garage? E internet point?
9. Sei a conoscenza delle possibilità di utilizzare connessioni wifi gratuitamente in città? Se sì ne fai uso? E che uso ne fai?
10. Hai creato nuove amicizie da quando frequenti il Net Garage?
11. Consigliaresti ad un amico di frequentare come te un luogo come il Net Garage? Perché?
12. Cosa ti spinge a frequentare questo luogo?
13. Prevalentemente che attività svolgi quando vieni qui? E quanto tempo circa dedichi alle attività?
14. Preferisci lavorare da solo, o seguire e/o partecipare a delle attività con altre persone o su iniziativa degli operatori?
15. All'interno del Net Garage trovi tutto quello di cui hai bisogno o senti la mancanza di qualcosa? Nel caso di cosa?
16. Se dovessi esprimere un giudizio (eventualmente anche numerico in una scala da 1 a 10)?
17. C'è qualcosa che cambieresti assolutamente dei Net Garage?
18. Quale potrebbe essere un consiglio per migliorare questi luoghi?
19. Che rapporto hai con gli operatori che gestiscono il Net?
20. Credi che continuerai a frequentare luoghi come i net Garage anche il prossimo anno?

ALLEGATO IV
TRACCIA INTERVISTE AGLI OPERATORI

1. Formazione professionale: titoli di studio acquisiti
2. Richiesta di breve presentazione del servizio
 - a. Fascia d'età e provenienza prevalente degli utenti
 - b. Modalità di accesso e variazioni negli accessi
 - c. Rapporto degli utenti con il computer e nell'utilizzo dei programmi
 - d. Tipologia di attività svolte al computer dagli utenti
3. Da quanto tempo lavori al Net Garage? Hai sempre lavorato nello stesso Net oppure anche in altri?
4. Ruolo ricoperto e tipologia di mansioni svolte
5. Come sei venuto a conoscenza della rete Net Garage e come ti sei affacciato a questa realtà?
6. Eventuale partecipazione a corsi di formazione, di coordinamento e programmazione e utilità di essi.
7. Rapporto con gli altri operatori e dirigenti del servizio.
8. Criticità e punti di forza del servizio.
9. Come si è sviluppato il rapporto operatore-utente nel corso degli anni?
10. Quali sono secondo te, le caratteristiche e le competenze necessarie per lo svolgimento di questo ruolo?
11. Quali finalità e obiettivi deve cercare di perseguire questo servizio?
12. Eventuali progetti in fase di definizione.

ALLEGATO V

INTERVISTA A WALTER MARTINELLI

RESPONSABILE RETE NET GARAGE

Partiamo da un bilancio generale della rete Net Garage..

Innanzitutto il progetto è partito nel 2001, e da allora c'è una forte progettualità, soprattutto vi sono sempre più progetti con la collaborazione di enti differenti. Il bilancio ad oggi è complessivamente buono, le sedi sono abbastanza frequentate e riescono a svolgere le loro funzioni. Da registrare variazioni nell'uso dei servizi, soprattutto i ragazzi oggi hanno diverse modalità. La sola navigazione in rete non è più sostenibile

Da dove deriva la scelta del nome "Net Garage"?

Il nome è legato al 2001 nel tentativo di definire il primo net garage. All'epoca c'erano gli internet caffè, siamo andati a vederne alcuni a Bologna, in particolare per le caratteristiche che volevamo, ossia dedicato ai giovani, gestione da parte di un'associazione e luoghi dove bere qualcosa e navigare. All'inizio una proposta fu quella di chiamare tali luoghi "Internet Caffè latte" poi si è optato per Net Garage, in cui net rimanda alla rete e alla connessione internet mentre garage fa riferimento all'uso che ne fanno i ragazzi ad esempio per suonare, aggiustare oggetti, passare il tempo e attività di svago.

Quali obiettivi in partenza si è posto questo servizio?

Il primo net è nato attraverso una serie di stimoli della circoscrizione numero 3 di via Viterbo. In particolare l'obiettivo era quello di rispondere ai ragazzi di quel quartiere, domanda dei ragazzi di capire cos'era internet e come utilizzarlo, cercando di sensibilizzarli verso le nuove tecnologie. Net che si è configurato sempre di più come centro di aggregazione rispetto ad un centro di navigazione. Successivamente nuove necessità sono emerse dalla circoscrizione 4 e poi dal 2004 abbiamo inaugurato il Net di via Barchetta con circa quindici postazioni.

Nel sito web dedicato al servizio, si può leggere "la rete net garage comprende una serie di luoghi riservati ai giovani dai 12 ai 18 anni": come mai la scelta di riservare questi luoghi a fasce ristrette della popolazione? È possibile in futuro, in una realtà sempre più informatizzata ampliare lo spazio a fasce d'età più adulte?

La descrizione necessita di essere aggiornata. Più che riserva, ci si rivolge prevalentemente ai giovani anche se all'interno di una fascia più ampia (basti pensare ad esempio ai diversi corsi sull'uso del computer e di internet in cui vi sono differenti prezzi a seconda dell'età). Da tempo ci sono progetti rivolti a insegnanti, adulti, anziani con corsi per imparare ad utilizzare il computer e le funzionalità della rete. In generale

la categoria “giovani” resta la fascia privilegiata ma non c’è una restrizione. Tuttavia se dovesse trasformarsi nel tempo in un luogo frequentato principalmente da adulti non sarebbe corretto rispetto agli obiettivi che ci siamo posti. Certo, non scoraggiamo la loro frequenza però diciamo che attraverso una serie di corsi a loro dedicati hanno in questo modo la loro occasione per fare pratica.

Il 13 Aprile 2013 è stato inaugurato “Barchetta 77” sotto una nuova veste rispetto al tradizionale Net Garage che l’ha contraddistinto precedentemente: com’è cambiato, quali motivazioni alla base di questo cambiamento e quali obiettivi si propone attualmente?

Via Barchetta si è sempre caratterizzata dalla presenza e dalla collaborazione di diverse associazioni tra cui Civibox che gestisce corsi e computer oppure Linux e altre associazioni. Diciamo che già in passato era orientato verso la produzione di video, corsi, tutorial. Progressivamente abbiamo notato una diminuzione dell’utenza e della richiesta di accesso al servizio Net Garage. Bisogna ricordare inoltre che il net di via Barchetta è stato quasi sempre frequentato da utenti residenti nel quartiere, e con cambiamenti nella domanda di accesso sono cambiati anche le finalità del luogo. In quest’ottica abbiamo cercato di potenziare tutto ciò che riguarda la produzione web, documenti, corsi rivolti a tutte le fasce d’età (come ad esempio creare video o siti web) rivolti ai più giovani ma anche agli adulti e/o insegnanti. Altri corsi per esempio riguardano i social network per un utilizzo consapevole da parte dei più giovani ma anche per gli adulti e chi vuole in qualche modo promuovere la proprie attività.

Altri Net Garage, come quello di San Damaso e quello di Modena Est, vengono riconosciuti come “punti lettura”: come si caratterizzano? Qual è la loro specificità? E quali elementi permettono di far parte integrante della rete net garage?

I Net di San Damaso e Modena Est rientrano all’interno di un progetto di espansione della rete Net garage e degli spazi di navigazione libera su internet. In questi casi abbiamo deciso di appoggiarci a luoghi come questi punti lettura già esistenti e funzionanti, invece di aprire degli spazi nuovi a parte (che avrebbero portato problemi nella ricerca di dove aprirli e di come attrezzarli). All’interno di questi punti lettura abbiamo aggiunto computer, effettuato corsi per operatori e utenti. Inoltre la piattaforma dei computer è la stessa degli altri net garage. Punti lettura che sono anche l’occasione per intraprendere una serie di iniziative anche con le classi. Come net garage inoltre contribuiscono all’assistenza tecnica alle persone, basti pensare che sono stati utilizzati nel periodo del censimento per assistere le persone nella compilazione online.

Net Garage quali Strapapera, Windsor, MyNet, Albareto e Villanova sono dotati di postazioni con sistema operativo Open Source..

Questa scelta è stata operata con l’apertura del net di via Barchetta che si chiamava “Net Open Source”. Diciamo che si può parlare di scelta “filosofica”: da un lato opportunità di un sistema aperto e gratuito, dall’altro si tratta di un sistema molto solido e poco attaccabile dai virus. Anche adesso a distanza di anni dalla sua introduzione non si riscontrano particolari problemi anche perché sono molto utilizzati. Inoltre ciò che ha

contribuito a tale scelta, è stata la volontà di promuovere e sostenere l'Open Source non solo come sistema operativo ma come filosofia applicata ai contenuti. Parliamo più propriamente di Open Content, nel definire e promuovere la pratica di condividere esperienze e contenuti creativi.

In qualità di responsabile, come si configura il rapporto con gli operatori dei diversi Net? Ogni quanto sono previsti incontri e quali sono le tematiche oggetto di confronto?

Un paio di volte all'anno organizziamo incontri di aggiornamento. Da quest'anno è stato affidato un incarico di collaborazione a civibox (che si occupa della formazione e del reclutamento del personale) che garantisce l'apertura dei net e l'assistenza ai computer. Le tematiche oggetto di confronto riguardano l'accesso e modalità di iscrizione (esempio modulo di iscrizione è stato modificato in base alle segnalazioni degli operatori), organizzazione interna (esempio corsi e progetti come la fiera dell'elettronica, progetti relativi ad internet e la sicurezza a livello europeo). Con gli operatori non c'è un rapporto così diretto, attualmente il rapporto è più con le associazioni quali Civibox.

Quali finalità devono essere perseguite nei prossimi anni e/o vi proponete di raggiungere?

Almeno per un paio di anni, vi è la necessità di mantenere spazi di navigazione libera. Inoltre altri obiettivi sono lo sviluppo e potenziamento di progetti con la regione e le scuole per l'utilizzo di internet sicuro anche su cellulare, tablet e smartphone; e infine progetti europei indirizzati alla sensibilizzazione delle nuove tecnologie quali internet e ad un utilizzo consapevole. Il tutto anche attraverso la realizzazione di una serie di corsi quali possono essere imparare a creare un sito, oppure corsi sulla realizzazione di giochi ecc.