



Rivista interdisciplinare  
di tecnologia  
cultura e formazione

*Editor*

**M. Beatrice Ligorio** (University of Bari)

*Associate Editors*

**Carl Bereiter** (University of Toronto)

**Bruno Bonu** (University of Montpellier 3)

**Stefano Cacciamani** (University of Valle d'Aosta)

**Donatella Cesareni** (University of Rome «Sapienza»)

**Michael Cole** (University of San Diego)

**Valentina Grion** (University of Padua)

**Roger Salijo** (University of Gothenburg)

**Marlene Scardamalia** (University of Toronto)

**Bianca Maria Varisco** (University of Padua)

*Guest Editors*

**Lorenzo Cantoni** (University of Lugano)

**Stefano Tardini** (University of Lugano)

*Scientific Committee*

**Ottavia Albanese** (University of Milan – Bicocca)

**Alessandro Antonietti** (University of Milan – Cattolica)

**Pietro Boscolo** (University of Padua)

**Lorenzo Cantoni** (University of Lugano)

**Felice Carugati** (University of Bologna – Alma Mater)

**Cristiano Castelfranchi** (ISTC-CNR)

**Carol Chan** (University of Hong Kong)

**Roberto Cordeschi** (University of Rome «Sapienza»)

**Cesare Cornoldi** (University of Padua)

**Ola Erstad** (University of Oslo)

**Paolo Ferri** (University of Milan – Bicocca)

**Carlo Galimberti** (University of Milan – Cattolica)

**Begona Gros** (University of Barcelona)

**Kai Hakkarainen** (University of Helsinki)

**Jim Hewitt** (University of Toronto)

**Antonio Iannaccone** (University of Salerno)

**Richard Joiner** (University of Bath)

**Mary Lamon** (University of Toronto)

**Lelia Lax** (University of Toronto)

**Marcia Linn** (University of Berkeley)

**Giuseppe Mantovani** (University of Padua)

**Giuseppe Mininni** (University of Bari)

**Donatella Persico** (ITD-CNR, Genoa)

**Clotilde Pontecorvo** (University of Rome «Sapienza»)

**Vittorio Scarano** (University of Salerno)

**Neil Schwartz** (California State University)

**Pirita Seitamaa-Hakkarainen** (University of Joensuu)

**Patrizia Selleri** (University of Bologna)

**Robert-Jan Simons** (IVLOS, NL)

**Andrea Smorti** (University of Florence)

**Jan van Aalst** (University of Hong Kong)

**Allan Yuen** (University of Hong Kong)

**Cristina Zucchermaglio** (University of Rome «Sapienza»)

*Editorial Staff*

**Paola Spadaro** – head of staff

**Luca Tateo** – deputy head of staff

**Wilma Clark, Nobuko Fujita,**

**Loirella Giannandrea,**

**Mariella Luciani, Clair-Antoine Veyrier**

*Collaborators for this issue*

**Sanne Akkerman**

**Stefano Cacciamani**

**M. Beatrice Ligorio**

**Amelia Manuti**

**Michelle Pieri**

**Patrizia Selleri**

**Paola Spadaro**

**Luca Tateo**

**Clair-Antoine Veyrier**



*Publisher*

Progedit, via De Cesare, 15

70122, Bari (Italy)

tel. 080.5230627

fax 080.5237648

info@progedit.com

www.progedit.com

*Subscriptions*

annual (2 numbers)

regular 30 Euro

ckbg@libero.it

www.ckbg.org

*Payment*

Subscriptions could be submitted

by Bank account

43/000000003609

Header: Associazione CKBG

Bank address:

Banca Credito Artigiano -

Agenzia n. 5 Via Vaglia, 39/43

CAP 00139 - ROMA

IBAN:

IT59N0351203205000000003609

BIC SWIFT: ARTIITM2

04010 IBAN IT89K03067040100

specificando come causale

del versamento:

Quota Associativa Socio CKBG

Registrazione del Tribunale di Bari

n. 29 del 18/7/2005

© 2010 by Progedit

ISSN 1828-7344

Stampato da Arti Grafiche Favia srl

Modugno (Bari)

per conto di Progedit

Progetti editoriali srl

# Giovani e partecipazione politica: il ruolo del web

*Andrea Cassano\**, *Paola Nicolini\*\**

---

## Abstract

The analysis of the social influence of new technologies on new generations is a topical subject. Many studies focus, for instance, on the cognitive profiles of young generations used to cohabit with digital languages and experiences. Thus, taking into consideration the educational impact of new media and of Web 2.0, this article analyzes how these technologies can influence the processes of identity building in adolescents. Some theories of the self, developed in the last years in the psychological and psycho-sociological fields, can have new implications in the study of digital generations. Starting from these premises, we intend to analyze if and how political issues enter the usages of new media by youngsters. For this purpose, we have monitored and analyzed the digital behavior of a group of 18-years old people in a well-known social network during the week before the regional election of March 2010 in Puglia (Italy).

**Keywords:** identity; new media; Web 2.0; social networks; theory of the self; politics

\* Dipartimento di Scienze Pedagogiche e Didattiche, Piazza Umberto I 1, 70100, Bari, Italy, [andreas.cassano@virgilio.it](mailto:andreas.cassano@virgilio.it)

\*\* University of Macerata, Italy.

## Introduzione

L'affermazione su larga scala delle nuove tecnologie ha portato alla diffusione di inediti abiti comportamentali e comunicativi, il cui impatto si rivela particolarmente evidente per le giovani generazioni che convivono sin dall'età pre-scolare con i nuovi mezzi di interazione di massa. Il modo in cui pre-adolescenti e adolescenti formano la propria identità è perciò caratterizzato al giorno d'oggi anche dalle nuove tecnologie connettive: social network, chat, forum ed e-mail ampliano le possibilità di interazione e le reti di relazione del soggetto contemporaneo. I giovani costruiscono così un'immagine del proprio sé veicolata sia dai feedback che giungono da *altri* significativi nei contesti in presenza sia da *altri* con cui ci si rapporta negli ambienti virtuali, con la differenza che nel web i modi di rappresentarsi diventano maggiormente fluidi, essendo le cornici d'interazione mediate dai tool a distanza e perciò più sfumate, con possibilità di controllo e/o verifica più sfuggenti. I soggetti nel web possono perciò elaborare apposite modalità di mettere in gioco ed esibire il proprio sé, anche in base alle caratteristiche degli spazi virtuali frequentati. All'interno di questa premessa, il nostro intento è quello di comprendere se e, nel caso, come le nuove tecnologie possano favorire l'inserimento di dimensioni politiche nella rappresentazione di sé e nella costruzione identitaria. In altri termini, il nostro intento è di comprendere se nelle modalità digitali di costruzione identitaria delle nuove generazioni il politico possa essere interpretato come un sponda sociale sentita come importante. Il monitoraggio è volto quindi all'analisi delle frequenze e delle modalità di partecipazione a gruppi o comunità virtuali, alla ricerca dell'eventuale emergere di un interesse per la sfera politica.

In particolare la nostra ricerca si è basata sull'osservazione di un limitato numero di account di giovani diciottenni chiamati al voto per la prima volta nelle elezioni regionali del marzo 2010, iscritti a un noto social network.

## Sé, adolescenza e nuovi media

Il termine *sé* richiama un concetto ampiamente dibattuto in vari ambiti disciplinari, con il quale ci si riferisce a una serie di esperienze, conoscenze, credenze attraverso le quali ciascun individuo tende a riconoscersi e a rappresentarsi lungo il ciclo della vita.

In psicologia il tema è stato affrontato secondo varie prospettive. Nelle teorie psicoanalitiche, ad esempio, il sé resta un concetto legato a dinamiche intrapsichiche, sebbene anche all'interno di tale approccio emerga, di recente, una visione più sociale di tale concetto<sup>1</sup>. Negli approcci di tipo comportamentista il sé viene inteso come somma delle attività osservabili di un soggetto o prodotto finale dei sistemi di abitudini (Watson, 1913) o, piuttosto, come strumento in grado di mediare gli stimoli provenienti dall'esterno. Kurt Lewin, nell'ambito della psicologia della *Gestalt*<sup>2</sup>, parla di *Io fenomenico*, un sé composto da sotto-insieme riconducibili, ad esempio, alle conformazioni che assume nelle varie fasi della vita. I contributi della psicologia sociale risultano importanti per l'introduzione di una dimensione relazionale. L'apporto interazionista di Mead (1934), in particolare, si sofferma sulla necessità avvertita dagli individui di vedersi riconosciuti da altri significativi, secondo precise funzioni sociali con cui confrontarsi e formarsi.

Da questo filone di teorie emerge un progressivo interesse per l'influenza dei sistemi di comunicazione sui processi di formazione del sé. Kenneth Gergen (1991) vede proprio le tecnologie mediatiche, comprese quelle informatiche, come elementi in grado di influenzare modi e forme di auto-riconoscimento. Infatti proprio i media espongono il soggetto contemporaneo a un'ampia gamma di interazioni e relazioni e ne impongono una costante rinegoziabilità, legata soprattutto alle molteplici cornici di scambi che egli deve affrontare. È il *sé saturo*, come viene definito da Gergen, che caratterizza l'uomo post-moderno.

In tutte le teorie la costruzione del sé appare come un processo situato, aperto e influenzato da uno sviluppo costante in cui sono individuabili vari momenti di passaggio. Nel nostro lavoro poniamo particolare attenzione all'adolescenza come parte di questo movimento continuo in cui l'individuo scopre di essere portatore di un mondo interiore

<sup>1</sup> Si fa riferimento, in particolare, al modello strutturale delle relazioni, elaborato da Sullivan (1961) che pone attenzione al rapporto con l'altro da sé e che considera la personalità intrisa di relazioni interpersonali.

<sup>2</sup> Il contributo della psicologia della *Gestalt* propone una visione non racchiudibile e non limitabile del concetto di sé: un sé comparabile ad altri elementi agenti e interagenti nel campo di forze in cui il soggetto si forma.

complesso e strutturato, che diventa importante nel momento in cui lo caratterizza e lo identifica rispetto a ogni Altro. Si tratta di un momento delicato della vita di ciascun soggetto in cui il rapportarsi con gli altri è un processo fondamentale nel decidere i modi e le forme di auto-riconoscimento. La forza prorompente della dimensione relazionale caratterizzante l'adolescenza riconduce anche al ruolo dei mezzi di comunicazione, in particolar modo dei nuovi media, nell'influire sui processi di formazione in questa peculiare fase del ciclo di vita.

L'affermazione del web ha favorito l'ingresso, nelle nostre routine, di inediti ambienti virtuali che offrono un ulteriore spazio ai processi di formazione e riconoscimento sociale del sé e che portano i giovani adolescenti a confrontarsi con altri anche sul terreno virtuale delle architetture del web. Questi "altri virtuali" portano i giovani cybernauti a ottenere feedback incorporei con cui misurarsi. Il processo che Cooley (1902) ha definito *looking glass self* è soggetto attualmente a una sorta di digitalizzazione neomediata. L'affermazione del Web 2.0 a livello macrosistemico (Bronfenbrenner, 1979) stimola la diffusione di nuovi e originali abiti comportamentali, linguistici e cognitivi che divengono parte del patrimonio di risorse culturali afferenti al mondo occidentale. Pensiamo, ad esempio, a come la partecipazione a social network o a comunità virtuali possa esporre quotidianamente i giovani a una serie di interazioni quotidiane che possono venire a costituire dei veri e propri ambienti microsistemici digitali. Spesso queste forme di interazione sono prolungamenti degli spazi prossimali offline più consuetamente analizzati, come scuola o gruppi di pari<sup>3</sup>. Il racconto frammentato del sé che alcuni dispositivi del web favoriscono, consente agli adolescenti, ad esempio, di rappresentarsi riducendo la distanza tra la loro percezione del sé reale e quella ideale, in cui emergono le caratteristiche con cui ci si vorrebbe riconoscere. Si può anche parlare di sé *possibile* (Markus & Nurius, 1986) ov-

<sup>3</sup> Molti studi interessati ai processi di formazione identitaria dei nativi digitali, come sono state definite da Marc Prensky nel noto articolo *Digital natives, digital immigrants* (2001) le coorti esposte sin dall'infanzia ai linguaggi digitali, si sono proprio soffermati sulla contiguità percepita dai giovani sui modi di presentarsi nel mondo online e in quello offline. Su questo aspetto, recentemente, si sono soffermati in particolare Palfrey e Gasser, nel loro testo *Born Digital* (2009).

vero di un sé che riflette gli aspetti potenziali che l'individuo percepisce della propria identità e con cui vorrebbe pienamente riconoscersi. È una visione del sé che ben si adatta al mondo virtuale analizzato da Pierre Levy (1995), un mondo non contrapposto al reale, ma possibile, in quanto in via di realizzazione. È per questi motivi che un'analisi dell'immagine di sé negli adolescenti contemporanei non può prescindere dall'esplorazione della realtà online accanto a quella offline.

### **Politica, nuovi media e sé adolescenti: la ricerca**

Il Web 2.0 può essere dunque considerato come una parte della società complessa contemporanea, integrato alla realtà (Castells, 2009), frequentata in modo variegato da soggetti e folle, comunemente definite *digitali*. Il politico è diventato col tempo elemento forte della vita sociale del web, in un primo momento grazie al fiorire di piccoli gruppi virtuali interessati a specifiche cause, in un secondo momento entrando nei copiosi e disordinati flussi comunicativi del cyberspazio<sup>4</sup>.

Questo processo porta gli adolescenti a confrontarsi frequentemente anche con le nuove forme digitali della politica che possono diventare elementi utili per la formazione del proprio sé, da un lato perché il politico offre da sempre spunti per l'auto-riconoscimento (il riconoscersi in una fazione partitica o in un'ideologia forte può connotare, agli occhi dell'altro da cui si attende un feedback, molti aspetti del sé non prettamente politici), dall'altro perché il web può ridurre le distanze, in determinate condizioni, tra le narrazioni del sé e le narrazioni politiche. Il politico può essere, dunque, considerabile come una delle variabili, legate a fattori socio-culturali caratterizzanti i nativi digitali nel mondo offline, influenti anche sui processi di formazione del sé in rete. Studi come quelli di Huffaker e Calvert (2005), del resto, tendono a evidenziare proprio l'esistenza di legami forti tra modalità di espressione del sé on-

<sup>4</sup> Particolarmente pregnante per il nostro studio è il concetto di *transpolitica* proposto da Vincenzo Susca e Derrick De Kerckhove (2008), ovvero di una politica che nel web viene attraversata dalla sfera del ludico, dalla creatività dei giovani cybernauti caratterizzati dalla loro attitudine a condividere contenuti digitali.

line e caratteristiche anagrafiche dei soggetti, come il sesso o l'ambiente culturale di riferimento<sup>5</sup>.

## Obiettivo della ricerca

Il nostro interesse si è soffermato sul rapporto tra uno strumento auto-narrativo contemporaneo molto diffuso come il social network Facebook e le forme di partecipazione politica presenti in questo ambiente digitale. Trattandosi di uno spazio virtuale molto utilizzato anche dai giovani in contesti informali e quotidiani, è ipotizzabile che l'espressione di un interesse politico in questo spazio sia spontaneo, legato agli ambienti microsistemici dove le nuove generazioni si formano. Facebook è inoltre dotato di un ampio numero di possibilità applicative che comprendono anche elementi politici, pur non facendone uno spazio considerabile prettamente politico. Per questa ragione è sembrato un ambiente adatto alle esigenze della nostra ricerca.

In particolare abbiamo inteso indagare se nelle interazioni compiute spontaneamente nel cyberspazio dai giovani in contesti informali compaiano aspetti legati alla dimensione politica. L'indagine si basa sull'osservazione di 50 account di diciottenni chiamati per la prima volta al voto nelle regionali del 28 e 29 marzo 2010, nella regione Puglia, teatro di un ampio dibattito politico pre-elettorale. L'analisi è rivolta alla presenza di esplicite dichiarazioni di voto o adesioni partitiche all'interno del proprio account<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> L'articolo di Huffaker e Calvert intitolato *Gender, identity, and language use in teenage blogs* è incentrato sull'analisi di alcuni blog gestiti da adolescenti. L'aspetto interessante è il superamento di una visione del web come spazio legato a sperimentazioni identitarie forti, come ipotizzato da alcuni studi classici sulle identità in rete come quelli di Sherry Turkle (1995) o Patricia Wallace (1999).

<sup>6</sup> Questo studio trae spunto da alcune operazioni simili proposte dal gruppo Ibridamenti Venezia, una comunità scientifica virtuale, promossa dall'Università Ca' Foscari di Venezia. In particolare il gruppo ha promosso alcune indagini sulle narrazioni online relative al terremoto in Abruzzo e alle elezioni amministrative del 2009, sviluppate all'interno del popolare social network Facebook. Consultare il sito [www.ibridamenti.com](http://www.ibridamenti.com).

## Campione e metodo d'indagine

Si è deciso di prendere in considerazione 50 ragazze e ragazzi diciottenni, chiamati per la prima volta a prendere attivamente parte alla vita politica tramite l'espressione del voto, in quanto rispondenti a due caratteristiche importanti ai fini dei nostri interessi: da un lato una popolazione ancora impegnata nel compito di sviluppo della costruzione della propria identità, dall'altro appellata a partecipare alla elezione del Presidente della regione.

Pertanto sono stati selezionati, in modo casuale, attraverso i gruppi scolastici registrati su Facebook, giovani che rendessero pubblici agli utenti del social network il proprio profilo personale e la propria bacheca, inserendo i dati sulla propria età e sull'istituto scolastico di provenienza. Abbiamo ritenuto, quali variabili da tenere in considerazione, sia il sesso sia la scelta scolastica ritenendo, soprattutto quest'ultima caratteristica, importante per analizzare eventuali relazioni tra ambienti socio-culturali di riferimento, afferenti al mondo offline, e modalità di partecipazione politica presenti online, emergenti dall'analisi delle interazioni sui social network. Una scelta dettata anche da come questo tipo di legame sia stato centrale anche in altri studi qui citati (quale soprattutto il lavoro di Calvert e Huffaker), che hanno composto il nostro background teorico.

Il campione individuato secondo queste caratteristiche comprende 19 ragazzi iscritti al Liceo Classico (38%), 15 a Istituti Tecnici (30%), 13 al Liceo Scientifico (26%), mentre i restanti 3 (6%), provengono da altri tipi di Licei (tab. 1).

Il monitoraggio è stato svolto durante la settimana compresa tra il 20 e il 27 marzo e si è basato sulla rilevazione di informazioni, nei profili, di dichiarazioni relative all'orientamento politico e/o alla partecipazione a gruppi politici, nonché di eventuali interazioni digitali riguardanti le elezioni nelle bacheche.

Le prime informazioni sono state utili per definire il sé politico virtuale degli adolescenti monitorati. Lo studio delle bacheche, invece, è servito per mettere in relazione i materiali narrativi e comunicativi legati alla partecipazione politica dei sé digitali analizzati, in base alle loro interazioni quotidiane nel network.

**Tabella 1.** Dati relativi ai totali complessivi delle adesioni distinti per provenienza scolastica

	Liceo Classico	Liceo Scientifico	Istituto Tecnico	Liceo Artistico	Liceo Ling.	Tot.
Numero soggetti	19	13	15	2	1	50
Adesione non dichiarata	6	7	6	1		20
Adesione incerta	2		2			4
Adesione diretta sn	4	1				5
Adesione indiretta sn	6	3	3	1		13
Adesione diretta dx	1	1	1			3
Adesione indiretta dx		1	3		1	5

## Categorizzazione dei dati

Per quanto concerne i dati presenti nei profili abbiamo distinto due categorie di dati individuate come *adesioni dirette* e *adesioni indirette*. Nella prima categoria sono state raggruppate le utenze contenenti dichiarazioni esplicite relativamente all'orientamento politico, nella seconda le utenze in cui la scelta politica è deducibile dall'iscrizione a gruppi (ad esempio i soggetti che, pur non avendo compilato nel proprio profilo la voce relativa alla posizione elettorale, sono iscritti a gruppi di sostegno ai candidati). Si è poi categorizzato come *sn* e *dx* tutte le adesioni con riferimento esplicito o indiretto ai due maggiori candidati, Nichi Vendola sostenuto dalle liste di sinistra e Rocco Palese supportato da quelle di destra. Quando nello spazio dell'utente non sia invece presente l'espressione di una posizione o di un interesse politico, è stata utilizzata la categoria *adesione non dichiarata*. Nei casi in cui i soggetti siano risulta-

ti iscritti a gruppi di interesse sociale non chiaramente riconducibili a una posizione, si è utilizzata la categoria *adesione incerta*.

Per quanto concerne le interazioni sulla bacheca abbiamo semplificato le informazioni utilizzando come criterio principale la frequenza con cui durante la settimana l'utente ha pubblicato del materiale d'interesse politico. La *frequenza* degli utenti che sono intervenuti su temi elettorali solo una o due volte è stata definita *bassa*, quella di chi è intervenuto almeno tre volte è stata definita *media*, mentre *alta* quella di chi è intervenuto almeno quattro volte. L'assenza di interazione è stata categorizzata come *frequenza non presente*.

Infine si sono segnalate le modalità d'interazione presentate distinguendo tra la produzione di materiale narrativo (post e/o messaggi su temi elettorali) e la semplice condivisione di contenuti (video, foto, notizie o eventi).

## Analisi quantitativa dei dati

Un buon numero cumulativo di utenti indirettamente o direttamente mostra elementi di identificazione politica tramite Facebook (52%), con un predominio di soggetti che non esplicita alcuna forma di appartenenza sul profilo personale (tab. 2).

**Tabella 2.** Totali relativi alle adesioni complessive

	sn	dx	tot.
Adesioni dirette	5	3	8
Adesioni non dirette	13	5	18
Adesioni non dichiarate			20
Adesioni incerte			4

Il campione di studenti proveniente dal Liceo Classico, il più cospicuo da noi reperito, presenta il numero maggiore di dichiarazioni *dirette* (31,6%), soprattutto ad appannaggio della sinistra (85,7%). Negli Istituti Tecnici una buona parte dei soggetti monitorati non si identifica con alcun schieramento (40%); in questa parte del campione aumentano complessivamente gli utenti vicini alla destra (26,7%).

Il campione relativo al Liceo Scientifico risulta quello complessivamente più “debole” con oltre la metà dei soggetti che non dichiara alcun orientamento (53,8%). Le adesioni più alte, in questo caso, sono quelle *indirette* per la sinistra (23,1%) (tab. 1).

Se distinguiamo i dati per genere, possiamo notare una bassa percentuale di adesioni (44%), quasi sempre *indirette*, nel campione femminile. La maggior parte di queste sono ad appannaggio della sinistra e riguardano i Licei (anche se l’unica adesione *diretta* è a favore della destra e riguarda una studentessa del Liceo Classico), mentre 2 ragazze delle 3 provenienti dall’Istituto Tecnico non forniscono informazioni sul proprio profilo. Le adesioni *incerte* sono rare (4 soggetti) e sono equamente divise tra campione maschile e femminile (tab. 3).

**Tabella 3.** Dati relativi ai totali alle adesioni complessive distinti per genere

	Adesione diretta sn	Adesione indiretta sn	Adesione diretta dx	Adesione indiretta dx	Adesione non dichiarata	Adesione incerta
M	5	4	2	3	9	2
F	0	9	1	2	11	2
TOT.	5	13	3	5	20	4

Se si guarda ai dati relativi alle frequenze delle interazioni, le percentuali di assenza di interventi politici nell’ultima settimana elettorale sono alte, soprattutto per le donne (46% per i ragazzi e 64% per le ragazze) (tab. 4).

Come può apparire ovvio, questa assenza compare con una certa sistematicità per i soggetti che non dichiarano la loro appartenenza politica, ma talvolta caratterizza anche soggetti che dichiarano dimensioni politiche nella presentazione della loro identità (tab. 5).

Questo dato è forse la dimostrazione che, talvolta, l’usare il politico nel web come fattore di riconoscimento non corrisponda necessariamente a un forte interesse, ma possa anche rientrare nell’ambito di quelle azioni digitali facilitate da quella sorta di livellamento tra visibile e attuabile che Facebook, come altri spazi digitali, può favorire (Longo, 2001).

**Tabella 4.** Dati relativi alle frequenze delle interazioni sulle bacheche, distinti per genere e scuola di provenienza

Genere	Scuola	Frequenze non presenti	Frequenze basse	Frequenze medie	Frequenze alte
M	Liceo Class.	2	1	1	3
	Liceo Scient.	4	1	0	0
	Ist. Tec.	6	2	1	3
	Liceo Art.	0	1	0	0
F	Liceo Class	9	3	0	0
	Liceo Scient.	4	3	0	1
	Ist. Tec.	3	0	0	0
	Liceo Art.	0	1	0	0
	Liceo Ling.	0	0	1	0
TOT.		28	12	3	7

## Analisi qualitativa dei dati

È stato possibile fare un'analisi dei discorsi soprattutto per i soggetti più attivi (con frequenze d'interazioni *medie o alte*) che hanno utilizzato le bacheche in maniera maggiormente narrativa, usando gli spazi destinati agli status message o ai commenti ai link per raccontare vicende legate alle elezioni o esprimere pareri personali. Molti testi proposti in questi spazi riguardano la testimonianza di episodi vissuti direttamente ("E-sperienza bellissima, la festa del popolo della libertà", "Dopo il comizio di ieri, sempre più fiera di Nichi"), mentre in altri casi consistono in commenti a notizie e filmati circolanti nel web, inerenti il dibattito elettorale. Il dato particolarmente interessante è come veri e propri confronti emergano molto di rado e come spesso i discorsi confluiscono in delle specie di scontri verbali digitali. Solo quando a dibattere sulle bacheche sono sostenitori dello stesso candidato o quando il tema discusso appare meno direttamente legato alle elezioni regionali i confronti appaiono più morbidi nei toni e interessanti da un punto di vista contenutistico e argomentativo. Esemplicativi un dibattito tra due sostenitori della sinistra sull'applicabilità delle idee di Vendola in ambito nazionale (Utente 1 – "Per quanto siano affascinanti le sue idee, forse og-

**Tabella 5.** Dati relativi alle adesioni del campione maschile distinti per provenienza scolastica

	Liceo Classico	Liceo Scientifico	Istituto Tecnico	Liceo Artistico	Liceo Ling.	Tot.
Numero soggetti	12	8	3	1	1	25
Adesione non dichiarata	5	4	2			11
Adesione incerta	2					2
Adesione diretta sn						0
Adesione indiretta sn	4	3	1	1		9
Adesione diretta dx	1					1
Adesione indiretta dx		1			1	2

gi la sinistra dovrebbe tenere più i piedi per terra...”, Utente 2 – “Più che altro credo che la sinistra debba fare fronte comune...”) e un confronto sulla sospensione dei programmi televisivi prima delle elezioni (Utente 1 – “...Non mi sorprende l’affluenza al comizio di Berlusconi di ieri a Bari... soprattutto ora che gli unici programmi liberi sono stati messi a tacere...” Utente 2 “Non mi sembra che programmi come quelli di Santoro che tu chiami liberi, dove c’è solo una sola voce siano liberi... meglio Vespa, che sarà anche asservito ma fa parlare tutti[...]”).

La modalità di intervento maggiormente presente nelle bacheche è spesso il confronto duro tra utenti con idee differenti, fomentati spesso dai sostenitori della destra. Questa modalità di interazione può essere collegata al modo in cui è impostata la campagna online di Rocco Palese su Facebook, basata soprattutto sull’inserimento di filmati e notizie sul profilo del candidato e fatti circolare dai suoi sostenitori, volti a criticare l’operato di Vendola nel quinquennio trascorso. I soggetti cam-

pionati spesso utilizzano questi collegamenti per inserire commenti piuttosto aggressivi (Utente 1 – “...Kueste sono le kiakkere del vostro presidente... a caaaaasa dovete andare... basta kiakkere è Palese il presidente” Utente 2 – “Vedete di informarvi, invece di andare appresso a Berlusconi...” Utente 1 – “...Ma non vedi i danni ke ha fatto il tuo presidente?...”), seguendo i toni degli spot elettorali a sostegno di Palese. Più complessa e stratificata appare, invece, la campagna online di Nichi Vendola, gestita dalle ormai note Fabbriche<sup>7</sup>, potenziata da una serie di spot creativi e comunicati, fatti circolare in rete, tesi a valorizzare l’operato e l’immagine peculiare del Governatore uscente. L’aggressività verbale di alcuni sostenitori della destra può essere messa in relazione anche ad alcuni dati socio-culturali: la maggior parte dei sostenitori di Palese attivi sul web frequenta Istituti Tecnici, mentre i sostenitori di Vendola attivi sono iscritti quasi tutti al Liceo Classico o Scientifico. È ipotizzabile che l’ambiente scolastico possa influenzare le modalità linguistiche e retoriche utilizzate dagli utenti nelle loro interazioni politiche online: chi frequenta i Licei potrebbe essere facilitato nello strutturare i propri messaggi in modo più curato e complesso. Dal punto di vista stilistico emergono modalità di scrittura ampiamente informali, tendenti a imitare soprattutto interazioni verbali faccia a faccia e a riprodurre forme contratte tipicamente impiegate, soprattutto dai giovani, nella comunicazione neomediatica. Ampio il ricorso anche al *code mixing*, ovvero all’integrazione tra forme dialettali e italiane (solo gli studenti del Liceo Classico impiegano in misura minore queste forme di scrittura). In uno studio curato da Paolo Mele e Carlo Formenti (2010) sulle elezioni amministrative svoltesi sempre in Puglia nel 2009, mirante ad analizzare le caratteristiche delle interazioni sulle bacheche dei gruppi presenti su Facebook, a sostegno dei vari candidati alla carica di Sindaco o di Presidente della Provincia, affiorano dei dati simili, sia per quanto concerne le forme stilistiche maggiormente presenti, sia per quanto ri-

<sup>7</sup> Le Fabbriche di Nichi sono veri e propri laboratori elettorali gestiti da volontari che sono sorti in vari comuni della Regione (la prima è nata a Bari e coordina le altre presenti sul territorio), occupandosi della campagna a sostegno del candidato di sinistra. Le Fabbriche hanno curato anche la campagna elettorale sul web e su Facebook.

guarda la prevalenza di confronti duri tra i cybernauti. Tuttavia la modalità maggiormente sfruttata per le interazioni nelle bacheche da noi analizzate è l'uso esclusivo di video e filmati, condivisi con altri utenti, senza alcuna forma di commento o di rielaborazione. Si tratta di una forma di comunicazione assolutamente in linea con le abilità multimodali sviluppate dalla *net generation*, abituata alla fruizione condivisa di contenuti digitali presenti in rete (Oblinger & Oblinger, 2006) negli ambienti di *auto-comunicazione di massa* (Castells, 2009) incentivati dal web 2.0<sup>8</sup>. Si tratta di materiale che emerge dai magmatici flussi di file circolanti nella rete, ma che può fornire, comunque, ai giovani utenti spunti di analisi senza che però essi vengano direttamente coinvolti in forme attive di partecipazione.

## Conclusioni

Nel complesso, dall'analisi dei dati emersi in questa ricerca, traspare un uso politico frammentario di Facebook da parte dei giovani. Forse per chi già ha interessi in quest'ambito l'ambiente virtuale può essere visto come cassa di risonanza per la propria partecipazione, tramite cui diffondere materiali e contenuti che possano fortificare questo elemento identitario già presente, attraverso la condivisione, il confronto e l'interazione con altri utenti. Non a caso gli utenti più attivi usano il web per commentare eventi a cui hanno assistito (come i comizi elettorali), notizie che hanno letto o mostrare foto di manifestazioni cui erano presenti. Senza dubbio è possibile rilevare una correlazione tra ordine di scuola frequentato e comparsa di dimensioni politiche nel proprio spazio virtuale: gli studenti più attivi a sostegno della sinistra provengono soprattutto dal Liceo Classico, mentre i sostenitori più convinti della destra afferiscono per lo più a Istituti Tecnici. Se questo dato non costituisce una novità per quanto già noto nel mondo offline, tuttavia fornisce un elemento di ri-

<sup>8</sup> Manuel Castells in *Comunicazione e Potere* (2009) ha parlato di *auto comunicazione di massa* per definire l'attuale integrazione tra mass media e personal media, in cui ogni utente del web è potenzialmente fruitore e produttore di messaggi mediali.

flessione sullo spazio online, che potrebbe trasformarsi in un duplicato degli ordini di potere legati al possesso della cultura e, nel nostro caso, degli strumenti tipici di quella occidentale come è il linguaggio.

Stanti i dati raccolti, sembra difficile che in sé e per sé Facebook possa essere considerato uno strumento in grado di incentivare la partecipazione politica offline. Tuttavia sembra possibile sostenere che Facebook (così come altri social network, probabilmente) sia un luogo dove poter esibire elementi di auto-narrazione e identificazione legati alla dimensione politica dell'identità, i quali forniscono spunti di riflessione e possibilità di aggancio per altri giovani frequentatori del web. Questi ultimi, sebbene non dichiarino espressamente la propria identità politica nell'illustrazione del proprio sé-digitale, tuttavia appaiono poi in alcuni casi attratti dall'interazione comunicativa legata a contenuti di carattere politico.

Emergono dunque fortemente le potenzialità implicitamente educative e formative del web 2.0, così come i suoi rischi, motivo per cui un'ampia gamma di adulti, soprattutto insegnanti ed educatori, invece di considerare la rete e i social network come strumenti ludici o insignificanti, farebbero bene a dedicarvi attenzione e a costruire percorsi educativi finalizzati a un suo uso corretto e formativo.

## Riferimenti bibliografici

- Bronfenbrenner, U. (1979). *The Ecology of Human Development: Experiments by Nature and Design*. Cambridge: Harvard University Press (trad. it.: *Ecologia dello sviluppo umano*. Bologna: Il Mulino, 1986).
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press (trad. it.: *Comunicazione e potere*. Milano: Università Bocconi Editore, 2009).
- Cooley, C.H. (1902). *Human Nature and the Social Order*. Glencoe: The Free Press.
- Formenti, C. & Mele, P. (a cura di) (2010). *I politici ci mettono la faccia. Facebook e le elezioni amministrative del 2009 in Puglia*. Lecce: Manni.
- Gergen, K.J. (1991). *The Saturated Self: Dilemmas of Identity in Contemporary Life*. New York, NY: Basic Books.
- Huffaker, D.A., & Calvert, S.L. (2005). *Gender, identity, and language use in teenage blogs*. In Internet <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/huffaker.html>
- Levy, P. (1995). *Qu'est-ce que le virtuel*. Parigi: La Découverte (trad. it.: *Il virtuale*. Milano: Raffaello Cortina, 1997).

- Lewin, K. (1935). *A Dynamic Theory of Personality. Selected Papers*. New York, NY: McGraw Hill (trad. it.: *Teoria dinamica della personalità*, Milano: Giunti-Barbèra, 1965).
- Longo, G. (2001). *Homo technologicus*. Roma: Meltemi.
- Mapelli, M. & Margiotta, U. (a cura di). *Dai blog ai social network*. Milano, Udine: Mimesis Ibridamenti.
- Markus, H. & Nurius, P. (1986). Possible selves. *American Psychologist*, 41, 954-969.
- Mead, G.H. (1934). *Mind, Self and Society*. Chicago: University of Chicago Press (trad. it.: *Mente, sé e società*, Napoli: Guida, 1986).
- Nicolini, P. (1999). *Che pensi di te stesso? Le autopresentazioni degli adolescenti*. Roma: FrancoAngeli.
- Nicolini, P. & Bomprezzi, M. (2003). Del sé e dell'identità. In Pojaghi, B. & Nicolini, P. (a cura di), *Contributi di psicologia sociale in contesti socio-educativi*, Milano: FrancoAngeli, pp. 68-100.
- Oblinger, D. & Oblinger, J. (eds.). (2005). *Educating the Net Generation*. Washington: Educause.
- Palfrey, J. & Gasser U. (2008). *Born Digital. Understanding the First Generation of Digital Natives*. New York: Basic Books (trad. it.: *Nati con la rete. La prima generazione cresciuta su Internet. Istruzioni per l'uso*. Milano: BUR, 2009).
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants, *On the Horizon*, 25 (9).
- Sullivan, H.S. (1940). *Conception of Modern Ppsychiatry*. Washington, DC: W.A. White Psychiatric Foundation (trad. it.: *La moderna concezione della psichiatria*. Milano: Feltrinelli, 1961).
- Susca, V. & De Kerckhove, D. (2008). *Transpolitica: nuovi rapporti tra sapere e potere*. Milano: Apogeo.
- Turkle, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of Internet*. New York: Simon & Schuster (trad. it.: *La vita sullo schermo: nuove identità e relazioni sociali nell'epoca di Internet*. Milano: Apogeo, 1996).
- Wallace, P. (1999). *The Psychology of the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press (trad. it.: *La psicologia di Internet*. Milano: Raffaello Cortina, 2000).
- Watson, J.B. (1913). The psychology as the behaviourist views. *Psychological Review*, 20, 158-177.