



Progetto di ricerca:
Adolescenti, nuovi media e partecipazione politica

Assegnista di Ricerca : Dott.ssa Elisa Sassoli
Responsabile Scientifico: Prof. Carlo Sorrentino

1. Premessa

Il nuovo contesto mediale, caratterizzato dall'uso sempre più diffuso del *social web*¹, è ampiamente riconosciuto come il luogo privilegiato di osservazione delle dinamiche sociocomunicative emergenti.

È in esso infatti che avvengono alcune trasformazioni significative nell'agire comunicativo dei soggetti e dei gruppi sociali.

Il social web si configura come un luogo di relazione e come tale, si presta ad essere abitato secondo modalità diversificate, articolate, complesse.

Un luogo di relazione non disgiunto, separato, dalla dimensione offline, anzi, sempre più in continuità, in connessione con essa, come la recente letteratura ha messo in evidenza (Castells 2002, 2009, Boccia Artieri 2009, Jenkins 2007).

L'espansione del capitale sociale, relazionale, che i social media offrono alle persone ha un impatto rilevante sul modo di percepirsi e di comportarsi come consumatore (v. il concetto di prosumer o di consumatore e lo sviluppo dell'advertising partecipativo), così come di percepirsi e di vivere il territorio come "cittadino", vale a dire sul modo di affrontare tematiche di interesse generale, di rapportarsi alle istituzioni pubbliche, di partecipare alla vita comunitaria: aumentano le possibilità di produrre informazione ed esprimere le proprie opinioni in pubblico senza mediazioni, superando logiche mainstreaming (citizen journalism), di condividere pensieri e iniziative che possono tradursi in alcuni casi in movimenti, in azioni politiche (spesso e

¹ l'insieme di piattaforme che consentono agli utenti di interagire e socializzare online attraverso tecnologie e strumenti quali i social media



volentieri in opposizione a qualcosa o qualcuno), di creare community attive sul versante della solidarietà.

Viene dunque riconosciuta la necessità (e l'utilità) di forme di partecipazione civica che trovano nei social media nuove possibilità di espressione: iniziative nate sulla rete o "trasferite" e potenziate in rete. Queste tendenze denotano l'esigenza dei soggetti nella modernità avanzata di conciliare individualismo e collettivismo (Baumann 2008), il desiderio di affermare la propria identità soggettiva, coltivando interessi personali e al contempo di condividere sentimenti, senso di solidarietà, di sentirsi parte di un noi, entrando in una dimensione comunitaria.

Il processo di costruzione identitaria, difficoltoso per gli adulti che sperimentano, spesso, realtà incerte e portatrici di continui cambiamenti, diventa particolarmente complesso per le giovani generazioni che vivono anche le trasformazioni interne ed esterne sulla loro persona. Il paradigma della scelta che vive il mondo adulto può dirsi amplificato in quello giovanile; nella società di oggi non c'è "una" identità giovanile prevalente, ma mobilità, fluidità, oscillazione, coesistenza di differenze.

E' per questo che diventa estremamente importante conoscere e capire le dinamiche associative e partecipative dei giovani adolescenti in quanto rappresenta un canale privilegiato per l'acquisizione di una identità (più) stabile. In una fase dell'esistenza in cui "si forgia la personalità", le relazioni che nascono all'interno di gruppi, o di associazioni, possono restituire ai giovani ambiti di identificazione e progettualità che assicurano valori stabili all'interno della comunità sociale; quelle stesse relazioni, inoltre, creano collegamenti e "ponti" con l'esterno (i cosiddetti effetti bridging), favorendo un processo più agevole di inserimento sociale.

Aderire ad un'associazione, in più, permette ai giovani di interagire con persone diverse da quelle conosciute, di assumersi maggiori responsabilità, di mettersi alla prova, sperimentando ruoli nuovi; sul piano interpersonale può essere un modo per incontrare coetanei, approfondire amicizie all'interno di contesti che forniscono un orizzonte e uno scopo allo stare insieme. Sono tutte occasioni che generano quel capitale sociale che arricchisce la vita collettiva e traccia la strada per gli anni a venire.



2. Il Concetto

La partecipazione dei cittadini alla vita sociale e politica del Paese è un elemento di fondamentale importanza: mette in evidenza il problema dell'integrazione dell'individuo all'interno della società e fa riflettere sulle forme e sulla qualità della democrazia. Come ci ricorda Carlo Sorrentino, «la partecipazione viene usualmente intesa come consapevolezza ed interesse individuale alla costruzione della sfera pubblica»². Pertanto, la dimensione partecipativa diventa «centrale in ogni riflessione sulla natura eminentemente pubblica della vita associata».

Partecipando, gli individui possono:

- selezionare e controllare il personale politico attraverso le elezioni;
- influenzare le decisioni politiche del governo in carica;
- sviluppare una cittadinanza attiva, interessata, consapevole, informata di fronte alle problematiche sociali emergenti del Paese.

Del resto, come ci spiega chiaramente Francesco Raniolo, «la storia della locuzione “partecipazione politica” è strettamente associata a quella della parola “democrazia”. Intanto, le due nozioni sembrano sovrapporsi al punto che non è difficile, andando alla ricerca del significato dell'una, imbattersi nell'altra, e viceversa. Entrambe, inoltre, sono parole ad alta carica assiologica. Sono intrise di premesse di valore. Nell'espressione “partecipazione politica” c'è un'implicazione normativa a favore dell'impegno pubblico. “Partecipazione” è un termine con una forte connotazione positiva e, per di più, l'effettiva partecipazione dei cittadini alla vita politica è considerata un “dover essere”, dal quale dipende la qualità stessa di una società democratica»³.

Cosa s'intende precisamente con la parola “partecipazione”? Secondo il Devoto-Oli, il noto dizionario della lingua italiana, “partecipazione” significa «il prender parte a un fatto di ordine o di interesse collettivo». La partecipazione indica, pertanto, l'atto di prendere parte e/o condividere con altri un'azione e, di conseguenza, lo stato d'animo associato a quella

² Sorrentino C., *Geometrie variabili. Luoghi, forme e strategie di comunicazione politica*, Napoli, Ipermedium Libri, 2001, p. 63.

³ Raniolo F., *La partecipazione politica*, Bologna, Il Mulino, 2002, p. 8.



determinata azione. «Il partecipare diventa così un con-partecipare e un con-sentire. Inoltre, attiene ad un'azione che esprime un'appartenenza: si partecipa perché si fa parte, si è parte. In quanto tale, implica una relazione tra le parti e il tutto»⁴.

Il concetto di partecipazione è pluridimensionale e tale polisemia è dovuta in parte alla sua natura di “parola-mito” (sviluppatasi in seguito al protagonismo giovanile degli anni ‘60) e in parte al «suo referente empirico, vale a dire all’ampia varietà delle forme di partecipazione e delle motivazioni che l’accompagnano»⁵. Per esempio, Marzio Barbagli e Alessandro Maccelli propongono un’interessante dicotomia: quella di partecipazione “visibile” e partecipazione “invisibile”⁶. La prima attiene a forme di impegno diretto, quali per esempio l’esercizio del voto o il prendere parte a partiti politici o movimenti sociali. La seconda riguarda «il grado di coinvolgimento psicologico degli individui per quanto avviene nella politica e si concretizza nell’informarsi e nell’esprimere una valutazione sulle azioni e sulle dichiarazioni dei protagonisti della scena politica»⁷.

Un’altra interpretazione del termine “partecipazione” è data da Maurizio Cotta che, in un suo articolo del 1979, spiega: «la parola “partecipare” ha, tanto nell’uso politico che in quello comune, due valenze semantiche fondamentali:

1) partecipare = prender parte a un determinato atto o processo;

2) partecipare = esser parte di un organismo, di un gruppo, di una comunità. [...]

L’esser parte comporta anche in qualche misura il prendere parte e viceversa»⁸.

Esiste dunque una forte correlazione fra le due dimensioni della partecipazione: si prende parte in quanto si è parte.

Incrociando le due dimensioni del fenomeno partecipativo – “prendere parte” ed “essere parte” – si ricavano quattro distinte situazioni, dal valore analitico, che ci danno una rappresentazione, seppur stilizzata, dello sviluppo della partecipazione politica. Gli scenari in

⁴ *Ivi*, p. 13.

Colloca C., *Forme e pratiche della partecipazione politica*, in *I figli del disincanto. Giovani e partecipazione politica in Europa*, Bontempi M., Pocaterra R. (a cura di), Milano, Bruno Mondadori, 2007, p. 34.

⁶ Barbagli M., Maccelli A., *La partecipazione politica a Bologna*, Bologna, Il Mulino, 1985.

⁷ Colloca C., *op. cit.*, p. 38.

⁸ Cotta M., *Il concetto di partecipazione politica: linee di inquadramento teorico*, in *Rivista Italiana di Scienza Politica*, XI, 2, 1979, p. 203.



questione sono: esclusione/sudditanza, rivendicazione, inclusione/cittadinanza e alienazione. Nel caso in cui gli individui sono sudditi (esclusione), la partecipazione è assente; attraverso l'azione collettiva (rivendicazione) si passa successivamente al riconoscimento dei diritti civili e politici, cioè al riconoscimento della cittadinanza (inclusione). L'ultima situazione (alienazione) spiega, infine, la netta differenza fra la titolarità dei diritti e il loro effettivo esercizio.

Quali sono i fattori che influenzano le attività e il grado dei comportamenti di partecipazione politica? Numerose ricerche empiriche «hanno dimostrato che i fattori che favoriscono l'esercizio del diritto di voto sono l'interesse per la politica [una motivazione e/o il giusto coinvolgimento morale], il possesso di informazioni politiche di base e il senso di efficacia (cioè il ritenere che il proprio voto possa contribuire a determinare un certo risultato). Le condizioni socio-economiche che, a loro volta, influenzano i tre fattori sopracitati, fanno riferimento ad un elevato livello di reddito e di istruzione, allo svolgimento di un lavoro non manuale e alla disponibilità di tempo libero, all'appartenenza ai settori sociali, linguistici, religiosi ed etnici dominanti, al genere maschile e all'età adulta»⁹.

Oltre a questi fattori, risultano determinanti sia la disponibilità di tempo del cittadino sia la presenza sul territorio di strutture capaci di soddisfare le richieste di partecipazione. Il tema è quello della partecipazione, nel senso più ampio del termine, in quell'orizzonte che confina con tutti i diversi processi di socializzazione delle nuove generazioni, nella padronanza dei linguaggi, da quelli tecnologici a quelli relazionali, a quelli artistici, fondamentali nella costruzione del sé e poi delle relazioni amicali, familiari, di gruppo e associative, fino alla strutturazione degli architravi mobili delle diverse visioni del mondo che si intrecciano nella crescita, la cosiddetta *weltanschauung*.

⁹ Marinelli P., *Due punto zero. Partecipazione politica e social network*, Roma, Teseco Editore, 2010, p. 29.



3. Come si partecipa

“La democrazia” si basa su meccanismi di delega del potere attraverso sistemi di rappresentanza, quali le elezioni, in cui poter esprimere la propria opinione mediante l’esercizio del voto. Quest’ultimo costituisce la più diffusa e universale modalità convenzionale di partecipazione politica, il momento dell’esercizio della sovranità da parte del popolo.

Tuttavia, «se l’espressione libera e non condizionata del voto non è assicurata, ogni altra forma di partecipazione politica legittima è puramente teorica, ed in definitiva ne risulta conculcata la democrazia, intesa come regime contraddistinto da garanzie reali di partecipazione politica della popolazione adulta alla scelta dei governanti e al controllo su di essi. In un tale scenario, non restano che modalità partecipative violente e illegali, dalle rivoluzioni alle manifestazioni violente»¹⁰.

Oltre al voto, esistono altre modalità “convenzionali” di partecipazione politica, che sono strettamente connesse al contesto e alla cultura nazionale del posto in cui esse si manifestano. Barbagli e Maccelli¹¹, analizzando il contesto italiano, hanno sintetizzato le forme convenzionali di partecipazione “politica” nel seguente elenco di comportamenti:

- iscriversi a un partito;
- dedicare tempo e lavoro a un partito;
- dar soldi a un partito;
- andare a sentire un dibattito politico;
- partecipare a un comizio o a un corteo;
- rivolgersi a un uomo politico per questioni personali o familiari;
- firmare leggi di iniziativa popolare e referendum;
- cercare di convincere qualcuno a votare per un partito o candidato;
- inviare lettere o reclami ad autorità pubbliche.

¹⁰ *Ivi*, pp. 19-20.

¹¹ Barbagli M., Maccelli A., *op. cit.*, p. 53.



Questo elenco ci mostra la predominanza italiana di pratiche partecipative che si svolgono all'interno di un partito o tramite esso. Nei Paesi Anglosassoni, invece, la partecipazione politica si manifesta soprattutto nell'attività di *campaigning* (ossia il prendere parte attivamente alle campagne elettorali, a sostegno di partiti e candidati) e nei gruppi dell'associazionismo¹².

Accanto alle forme convenzionali di partecipazione politica fin qui esposte, esistono altre modalità partecipative “non convenzionali”, che non si inscrivono all'interno di una cornice istituzionale e che quindi non sono in linea con le norme giuridiche o comunque con le prassi comunemente accettate. Si tratta di pratiche più isolate ed estemporanee, portate avanti anche in maniera occasionale, sviluppatasi (sembra, a ragione) in seguito al declino dei “partiti di massa” tradizionali, che ha interessato gran parte delle democrazie occidentali (Italia compresa)¹³.

Anche le modalità non convenzionali sono strettamente connesse al contesto di riferimento in cui si manifestano. Per esempio, lo statunitense Russell Danton considera comportamenti non convenzionali le semplici azioni di scrivere a un giornale o di firmare una petizione, circostanze che in Europa possono essere tranquillamente collocate tra le forme

¹² Milbrath L. W., *Political participation*, Chicago, Rand McNally, 1965, p. 18.

¹³ La distinzione fra forme “convenzionali” e “non convenzionali” di partecipazione politica è utile per comprendere il declino della politica che sta interessando negli ultimi decenni le democrazie occidentali. Dalla fine degli anni sessanta, infatti, «quasi tutti i principali paesi occidentali si sono trovati ad affrontare un'ondata duratura di crescente disaffezione e delegittimazione. È aumentata la sfiducia nei confronti delle istituzioni politiche; i cittadini hanno cominciato ad essere meno soddisfatti dei loro rappresentanti e a manifestare, in misura sempre più accentuata, sentimenti negativi di alienazione, cinismo, apatia, disillusione. Questa ondata critica si è tradotta, oltre che in una progressiva e generale avanzata dell'astensione al voto, in un declino delle diverse forme di adesione (identificazione, militanza) ai partiti tradizionali a vantaggio di [nuove modalità “non convenzionali” di partecipazione], formazioni nuove, candidati indipendenti, attori collettivi meno strutturati» (Tuorto D., *Giovani, politica e impegno sociale. Trasformazioni di lungo periodo e cambiamenti recenti*, in *I giovani e l'Europa*, Atti del convegno di Forlì, 26-27 marzo 2009, p. 1.). Dunque la perdita di fiducia dei cittadini nei confronti delle istituzioni della democrazia rappresentativa riguarda principalmente le organizzazioni politiche tradizionali (come i partiti di massa) e le attività politiche convenzionali (esercizio del voto, iscrizione e militanza all'interno dei partiti). I fattori che determinano la scomparsa della fiducia pubblica e la crisi di legittimazione della politica sono, secondo Manuel Castells, «l'insoddisfazione verso scelte politiche, e verso lo stato dell'economia della società in generale, [e soprattutto] la percezione della corruzione» (Castells M., *Comunicazione e potere*, trad. it., Milano, Università Bocconi, 2009, p. 363)



partecipative convenzionali. Ad ogni modo, ecco l'elenco completo dei comportamenti partecipativi non ortodossi proposto da Dalton¹⁴:

- scrivere a un giornale;
- aderire a un boicottaggio;
- autoridursi (o rifiutarsi di pagare) tasse o affitto;
- occupare edifici;
- bloccare il traffico;
- firmare una petizione;
- partecipare a un sit-in;
- partecipare a uno sciopero selvaggio;
- partecipare a cortei pacifici;
- danneggiare beni materiali;
- utilizzare violenza contro le persone.

A questi, se ne aggiunge un altro, recentemente sviluppatosi, anche questo in diverse forme (dai boicottaggi, al passaparola on e offline, agli acquisti nologo etc.): il “consumerismo politico”, ossia l'acquisto (o il non-acquisto) consapevole «di prodotti, sulla base di motivi politici, etici, o ambientali»¹⁵. Il consumerismo politico va ad affiancarsi alle già esistenti azioni di boicottaggio, praticate su larga scala per motivi politici, in risposta a pratiche governative o di singole *corporation*.

Con la nascita e lo sviluppo delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) negli anni '90, sono aumentate le forme “non tradizionali” di partecipazione politica. Pensiamo, per esempio, all'utilizzo di Internet per informarsi su temi politici o esprimere le proprie opinioni attraverso *blog*, *forum* e *social network*. Le ICT possono costituire, infatti, un rimedio efficace contro l'apatia politica, ossia l'assenza di partecipazione, che Giovanni Sartori definisce come un vero e proprio «tallone d'Achille delle esperienze

¹⁴ Dalton R., *Citizen politics in western democracies*, Chatam, Chatam House Publishers, 1988.

¹⁵ Marinelli P., *op. cit.*, p. 26.



democratiche»¹⁶. In aggiunta ai *luoghi* “classici” della partecipazione politica (come i partiti, i gruppi di interesse e i movimenti collettivi), si formano così nuovi movimenti, che integrano modalità di azione online e offline, attraendo di fatto i numerosi cittadini disillusi e sfiduciati nei confronti dei partiti politici e delle istituzioni in generale, come vedremo meglio nel prossimo paragrafo.

¹⁶ Sartori G., *Elementi di teoria politica*, Bologna, Il Mulino, 1995, p. 410.



4. La Nuova Partecipazione: tra mediatizzazione e società delle reti

La società delle reti è una forma di società che, secondo la nota classificazione della democrazia di Bernard Manin, segna il passaggio dalla “democrazia dei partiti” alla “democrazia del pubblico”¹⁷, ed è caratterizzata – tra le altre peculiarità – «da una preminenza delle relazioni comunicative come fattore di modellamento e strutturazione dei rapporti politici e sociali, con una pervasività sconosciuta nelle società del passato. Società, dunque, innervata non solo da interazioni faccia-a-faccia ma soprattutto da relazioni mediatizzate, svincolate dallo spazio e dal tempo, che riguardano sia le persone sia il rapporto tra queste e le istituzioni, le organizzazioni, gli apparati, i luoghi, i beni, gli oggetti»¹⁸. In questa società agiscono significativi macrofenomeni sociali (quali la continua espansione dei sistemi mediali, la crescente mobilità degli individui e delle informazioni, il processo di individualizzazione di massa) che portano inevitabilmente alla ridefinizione della sfera pubblica, come afferma Carlo Sorrentino¹⁹. La ridefinizione consiste nel passaggio da una «sfera pubblica stratificata» (dove l’opinione pubblica si forma attraverso reti relazionali corte e dirette e dove ogni individuo definisce le appartenenze sociali e culturali) a una «sfera pubblica allargata o densa» (composta da una trama sempre più fitta di relazioni e flussi informativi tracciata da un numero sempre maggiore di attori sociali che necessitano di una riconoscibilità pubblica)²⁰.

«Società densa» è dunque il termine proposto da Sorrentino per indicare la società odierna, caratterizzata da una «moltiplicata intensificazione e un’incessante variazione dei rapporti sociali che rendono le situazioni sociali più opache, meno chiaramente definibili attraverso costruzioni di senso e attribuzioni di significato univoche e chiare. L’implementazione dei flussi comunicativi crea maggiore opacità nella comprensione delle cose del mondo proprio perché proprio perché produce un’abbondanza di senso e una molteplicità

¹⁷ Manin B., *Principi del governo rappresentativo*, trad. it., Bologna, Il Mulino, 2010.

¹⁸ Grossi G., *Sfera pubblica e flussi di comunicazione nell’epoca della rete*, in *Nuovi media, nuova politica? Partecipazione e mobilitazione online da MoveOn al Movimento 5 stelle*, Mosca L., Vaccari C. (a cura di), Milano, Franco Angeli Editore, 2011, p. 37.

¹⁹ Sorrentino C., *La società densa. Riflessioni intorno alle nuove forme di sfera pubblica*, Firenze, Le Lettere, 2008.

²⁰ Sorrentino C., *La società densa. Riflessioni intorno alle nuove forme di sfera pubblica*, p. 8.



di significati possibili fra i quali ognuno di noi deve muoversi, attivando antenne sensibili per comprendere le situazioni, definirle adeguatamente e, quindi, decidere e agire»²¹.

Nella società densa o società delle reti si assiste a un processo ambivalente: da un lato si afferma sempre più la «“società degli individui”, attraverso tendenze alla de-massificazione, sia culturale sia politica, che sono il risultato congiunto della crisi dei partiti di massa (e della loro funzione di rappresentanza politica e culturale) e del declino di politiche concertate di programmazione dei servizi e di contrattazione sociale (*welfare state* e sindacati) e che favoriscono i ben noti “processi di individualizzazione”²²; dall’altro si costituisce – immediatamente o apertamente – una “società dei pubblici” che instaura con la leadership e il potere politico un rapporto diretto, personale, “immediato”, ma anche neoplebiscitario e “spettatoriale”, in un contesto sociale in cui la relazione politica stessa è prevalentemente filtrata dal sistema dei media e dai flussi di comunicazione politica»²³.

Si parla, a tal proposito, del processo di “mediatizzazione della politica”, ossia quel particolare assetto che assume la società democratica nella seconda metà del Novecento con la crisi dei partiti di massa, il declino del *welfare-state*, il crescente *deficit* di rappresentanza e lo sviluppo di una politica sempre più caratterizzata dalla relazione diretta tra leader e cittadini-elettori. Secondo tale processo, l’azione politica pubblica avviene all’interno dello spazio mediatico, o dipende in misura rilevante dall’azione dei media. I partiti di massa, infatti, «con ampi apparati burocratici, radicati nel territorio e basati su stabili e intensi legami tra iscritti e leader e sulla partecipazione interna sono ormai anacronistici»²⁴. Si arriva così a un superamento delle appartenenze politiche tradizionali: i partiti di massa perdono la loro funzione preminente di rappresentare politicamente e culturalmente le istanze dei cittadini. Il processo di “mediatizzazione della politica” – afferma Sorrentino – «ha profondamente trasformato negli ultimi anni la sfera pubblica, rendendola più aperta perché abitata da un maggior numero di temi, eventi e soggetti sociali; non localizzata. Attraverso i media possiamo

²¹ *Ivi*, p. 9.

²² Beck U., *La società del rischio. Verso una seconda modernità*, trad. it., Roma, Carocci Editore, 2000.

²³ Grossi G., *op. cit.*, p. 38.

²⁴ Raniolo F., *op. cit.*, p. 171.



arrivare nei posti più reconditi, anche in quelli dove fisicamente non potremo mai trovarci: non soltanto luoghi geografici, ma anche luoghi simbolici. I media diventano un luogo fondamentale – anche se ovviamente non l'unico – dove i diversi gruppi sociali s'incontrano, definiscono le loro identità, fissano alleanze e strategie»²⁵.

Sempre Sorrentino sostiene che la mediatizzazione è causa ed effetto di un processo molto più di lunga durata e sociologicamente rilevante: il processo d'individualizzazione. Con tale termine s'intende «l'affrancamento dai vincoli dei legami sociali tradizionali e dalle rigidità delle norme e delle sanzioni sociali»²⁶. La varietà esperienziale della modernità fa sì che l'individuo sia «meno circoscrivibile all'interno di specifiche classi sociali, gruppi d'appartenenza, e diventa portatore di punti di vista specifici e peculiari».

«Da una parte – conclude Sorrentino – la mediatizzazione è vista come emblematico punto d'arrivo della pervasività dei media nel coprire l'intero spazio della discussione pubblica, imponendo temi, logiche e punti di vista. È questa la posizione di quanti sembrano voler attribuire ai media un potere assoluto e distorcente. D'altra parte, c'è chi vede nella mediatizzazione un nuovo spazio discorsivo. Uno spazio che condiziona e determina le forme della comunicazione, e che ha quindi una forte incidenza sulla ridefinizione della situazione, senza, però, che ciò debba significare necessariamente azzeramento di una propria posizione comunicativa da parte di qualsiasi attore sociale. [...] In altre parole, non sono i media a definire l'agenda dei temi, e a monopolizzare di conseguenza lo spazio dell'opinione pubblica; essi definiscono invece le modalità attraverso cui muoversi e giocare nello spazio comunicativo da loro coperto»²⁷.

Il processo di “mediatizzazione della politica segna il passaggio dalla vecchia alla *new politics*. Quest'ultima è caratterizzata da: «spettacolarizzazione della politica soprattutto nella sua dimensione pubblica, *media logic* come nuovo standard di riferimento del linguaggio politico, personalizzazione della leadership e marginalizzazione degli apparati di partito, sondaggismo e

²⁵ www.neon-perunanuovaitalia.it/documenti/articoli/sorrentino.pdf

²⁶ Sorrentino C., *La società densa. Riflessioni intorno alle nuove forme di sfera pubblica*, p. 19.

²⁷ Sorrentino C., *Geometrie variabili. Luoghi, forme e strategie di comunicazione politica*, pp. 68-69.



consulenti politici come nuove risorse per la competizione elettorale, declino della militanza e delle subculture politiche»²⁸.

Gli studi condotti negli anni settanta e ottanta (Lasch 1979; Blumenthal 1980; Sennett 1980) si sono concentrati sulle trasformazioni in atto della politica avvenute esclusivamente all'interno del contesto tradizionale delle istituzioni democratiche, senza fare un'analisi complessiva del mutamento sociale (le cosiddette «conseguenze della modernità» di Anthony Giddens²⁹, che comprendono anche le trasformazioni della cultura del nuovo capitalismo, la moltiplicazione dei movimenti sociali, l'emergere di nuovi problemi di appartenenza e identità collettiva). Di conseguenza, la *new politics* è apparsa come un processo perverso in cui il sistema politico tenta di recuperare le basi di legittimazione attraverso l'utilizzo dei media, producendo invece disaffezione/disimpegno dei cittadini (ridotti a meri spettatori e consumatori dello «spettacolo politico»).

Tuttavia, nel corso dello stesso periodo, altri studiosi (Ulrich Beck, Anthony Giddens, W. Lance Bennett) hanno messo in luce una seconda fase della politica che riguarda l'intero campo di azione della democrazia: la fase della *post-politica*, definita alla luce delle emergenti società individualizzate (non più di massa) e del nuovo modo di intendere il protagonismo e l'agire politico. Questi autori hanno constatato l'emergere di una doppia articolazione in campo politico: «accanto alla politica tradizionale le società contemporanee attivano altre dimensioni dell'agire politico che si distinguono e/o si contrappongono a quelle istituzionali, dando origine a nuove modalità o forme [non convenzionali] di azione [e partecipazione] politica. [...] Ciò ha portato ad evidenziare la compresenza dentro la società di pratiche politiche distinte (istituzionali ed extra-istituzionali) e di concezioni diverse dell'agire politico (collettivo e individuale), che coesistono e confliggono continuamente»³⁰. In tale contesto, la *post-politica* non segna la fine o il superamento della politica, né produce la totale apatia fra i cittadini o un generale allontanamento dalla partecipazione. Essa è da considerarsi, piuttosto, come una

²⁸ Grossi G., *op. cit.*, pp. 46-47.

²⁹ Giddens A., *Le conseguenze della modernità. Fiducia e rischio, sicurezza e pericolo*, trad. it., Bologna, Il Mulino, 1994.

³⁰ Grossi G., *op. cit.*, p. 48.



modalità diversa di fare/pensare la politica (intesa soprattutto come pratica extra-istituzionale e deburocratizzata) e di partecipare ad essa all'interno di società individualizzate in cui l'agire politico (ossia l'impegno civico, la partecipazione politica dei cittadini, gli statuti di cittadinanza) può assumere forme abbastanza articolate e anche inattese. Questo nuovo "approccio" alla politica è stato definito in vari modi: «*life politics*» per Giddens³¹, «*lifestyle politics*» per Bennett³², per indicare che sempre più gli individui mettono in discussione i modelli precedenti di affiliazione politica. La cittadinanza si realizza quindi «attraverso una varietà di pratiche private o semi-pubbliche e il percorso politico scaturisce da un processo riflessivo individuale, autonomo e continuo, in cui la vita sociale e politica viene organizzata dai soggetti in base a valori attinenti al loro stile di vita e narrative personali»³³. Il cittadino della società contemporanea è inoltre protagonista di una "mobilitazione cognitiva", intesa come una sorta di coinvolgimento psicologico nella politica, favorita da un ampliamento dell'esposizione ai canali informativi e da una crescita generalizzata del livello di informazione politica³⁴. La mobilitazione cognitiva tende progressivamente a sostituire la tradizionale mobilitazione attraverso i partiti. Di conseguenza, «la crisi della comunicazione politica tradizionale, segnalata come un dato consolidato nella attuale fase delle democrazie occidentali [...], non è solo il prodotto della dissoluzione del sistema politico istituzionale [...], ma è anche, e soprattutto, la conseguenza della crisi della politica stessa, come forma di *agency* collettiva»³⁵.

³¹ Giddens A., *Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age*, Palo Alto, Stanford University Press, 1991.

³² Bennett W. L., *The uncivic culture: communication, identity, and the rise of lifestyle politics*, in *P.S.: political science and politics*, 1998.

³³ Widmayer V., *op. cit.* p. 28.

³⁴ Altieri L., Raffini L., *Interesse per la politica e mobilitazione*, in *I figli del disincanto. Giovani e partecipazione politica in Europa*, Bontempi M., Pocaterra R. (a cura di), Milano, Bruno Mondadori, 2007, p. 13.

³⁵ Grossi G., *op. cit.*, p. 48.



5. e-democracy? e-citizenship?

Considerando alcuni elementi caratterizzanti le nuove tecnologie (l'economicità, l'assenza di confini, la multimedialità, la velocità, l'interattività, la disintermediazione della comunicazione, la compresenza di un flusso comunicativo verticale e orizzontale) il loro impatto sulla partecipazione e sulle forme della democrazia ha sviluppato da più parti una vera e propria vulgata ottimistica, secondo la quale le nuove tecnologie aprirebbero la via per la costruzione di una nuova era democratica, contrassegnata alternativamente dal rilancio della sfera pubblica e dalla realizzazione della democrazia elettronica (*e-democracy*) e /o della cittadinanza elettronica (*e-citizenship*), ossia una nuova forma di democrazia che si avvicinerebbe al modello utopico della democrazia diretta (ossia all'autogoverno da parte dei cittadini)³⁶.

Questa *cyber-transformation* della sfera pubblica presenta un'importante articolazione comunicativa, in parte di natura partecipativa perché «collegata alla sua capacità di rispondere *just-in-time* ad una domanda di *agency* legata fortemente al diritto di *empowerment* e di protagonismo [...], ed in parte di natura politica, perché legata alla rivendicazione di nuove forme di socialità democratica non subalterna alle logiche del sistema politico-istituzionale, ma connessa all'idea di una politica anti-plebiscitaria, più partecipata e condivisa»³⁷.

Per vedere se effettivamente siamo di fronte a una nuova fase democratica, quella dell'e-democracy, è opportuno innanzitutto capire in che senso Internet può influenzare la partecipazione politica. Concentriamoci pertanto su ciò che la Rete rappresenta: essa è

³⁶ Per definire il concetto di "democrazia elettronica", Sara Bentivegna (Politica e nuove tecnologie della comunicazione, Bari – Roma, Editori Laterza, 2005) riporta su le tre dimensioni costitutive: ampliamento delle opportunità di accesso alle informazioni e dell'offerta di servizi, trasparenza dell'operato del governo e dei suoi organi; attivazione di flussi comunicativi di natura verticale tra i cittadini e le numerose istituzioni pubbliche (per esempio attraverso operazioni di individuazione di feedback da parte dei cittadini a seguito di iniziative di governo); attivazione di flussi comunicativi di natura orizzontale che prevedono il coinvolgimento dei cittadini nella discussione di temi di rilevanza pubblica, all'interno di uno spazio pubblico virtuale.

Le tre dimensioni sopra descritte definiscono il concetto di "democrazia elettronica", nella sua accezione più diffusa, poiché «rimandano alle parole chiave della trasparenza, dell'accessibilità, dell'offerta di servizi, di una comunicazione verticale che permette la partecipazione alle decisioni, di una comunicazione orizzontale che agevola lo scambio e il confronto tra i cittadini»

³⁷ *Ivi*, p. 57.



«contemporaneamente una fonte di informazione, un mezzo di comunicazione e una porzione della sfera pubblica. In tal senso si può sostenere che questo nuovo medium possa influenzare la partecipazione politica nella misura in cui determina dei cambiamenti nella circolazione e nella diffusione dell'informazione politica, nelle forme della comunicazione e nella configurazione della sfera pubblica. Se, come si diceva, la crisi delle forme tradizionali della politica ha favorito la nascita di nuove opportunità e risorse di partecipazione, i media digitali [chiamati anche “nuovi media”] hanno permesso di metterle rapidamente in collegamento abbattendo costi e fornendo un'infrastruttura organizzativa immateriale alle forme di partecipazione “dal basso”. I media digitali, quindi, avrebbero consentito di fornire una risposta efficace alle nuove esigenze di partecipazione dei cittadini contemporanei»³⁸.

Da un lato c'è la grande ricchezza di informazioni che permette sia una maggior possibilità di controllo dell'operato dei politici da parte dei cittadini sia la competizione pluralistica tra gli attori (che garantisce, a sua volta, l'opportunità di scelta da parte degli elettori di chi è più adatto, tra i vari partiti e/o coalizioni, a governare il Paese). Da questo punto di vista, «un incremento dell'offerta informativa si traduce pressoché automaticamente in un incremento del potere dei cittadini, gli unici in grado di decretare il successo o il fallimento di una politica di governo»³⁹. Dall'altro, quello più “partecipativo”, invece, i nuovi media permettono di realizzare nuove modalità di partecipazione da parte dei cittadini, mai sperimentate prima. Essi promuovono l'attivismo dei cittadini e favoriscono il dibattito sulle questioni di interesse pubblico, attraverso nuovi canali (quali *blog*, *forum*, gruppi di discussione) utilizzati per manifestare le proprie idee e opinioni e comunicarle ai governanti, superando le barriere spazio-temporali e le limitazioni fisiche. Pensiamo, per esempio, alla possibilità di segnalare/discutere problemi e tematiche rilevanti per i cittadini all'interno di *forum* o gruppi di

38 Riproponendo l'offerta dei media tradizionali (pensiamo ai siti dei quotidiani cartacei, delle emittenti televisive e radiofoniche, ecc.); un'offerta informativa politica senza precedenti mediante la riproduzione intera di leggi, proposte, atti del Parlamento; la presa di parola di tutti gli attori politici (quindi resoconto e interpretazione giornalistica di quanto accaduto, dichiarazioni e così via) attraverso siti appositi (di governo, di partito o istituzionali); Mosca L., Vaccari C. (a cura di), *Nuovi media, nuova politica? Partecipazione e mobilitazione online da MoveOn al Movimento 5 stelle*, Milano, Franco Angeli Editore, 2011, p. 13.

³⁹ Bentivegna S., *op. cit.*, p. 32.



discussione; all'espressione di voto via computer; allo strumento del referendum elettronico fino all'elezione online degli organismi di governo.

Alla luce di queste caratteristiche possiamo affermare di trovarci nella fase della *e-democracy*? Siamo d'accordo con alcune delle perplessità riportate da Sara Bentivegna, in particolare quella suscitata dall'aumento dell'offerta informativa, che di per sé non significa che esse vengano effettivamente acquisite (anche perché diventa più difficile fare una ragionata selezione e una successiva elaborazione). In secondo luogo, la mancanza dei rappresentanti (della *e-democracy* pura) pone il problema di come pervenire all'individuazione delle domande dei cittadini e alla loro successiva articolazione in tematiche politiche. Evidentemente, dovranno essere i tradizionali soggetti quali i partiti politici a ridisegnare spazio e ruolo nell'*e-democracy*.

Perplessità avvalorate anche dal DigitPA (l'Ente nazionale italiano per la digitalizzazione della Pubblica Amministrazione), che rimanda il concetto di vera e compiuta *e-democracy* senza la dimensione dell'inclusione sociale, che impone di contrastare le differenti forme di digital divide (divario digitale); la dimensione dell'accesso all'informazione, che rimanda al tema più ampio della trasparenza dei processi decisionali pubblici; la dimensione dell'accesso alla sfera pubblica: il dialogo tra cittadini e istituzioni, la partecipazione attiva alla formazione delle opinioni; la dimensione elettorale; la dimensione dell'iniziativa diretta da parte dei cittadini, attraverso istituti giuridici specifici (es. referendum) o forme spontanee (petizioni, appelli ecc.); la dimensione del coinvolgimento dei cittadini e delle loro forme associative in specifici processi decisionali.

Dunque la democrazia in Rete è soprattutto accessibilità delle informazioni e offerta di servizi aventi come scopo quello di creare una maggior partecipazione da parte dei cittadini. Ben poca cosa rispetto alla realizzazione di un utopistico modello partecipativo (quello della democrazia diretta), capace di coinvolgere tutti i soggetti interessati nella discussione di tematiche di rilevanza pubblica. Del resto, come ci ricordano Pellegrino Marinelli e Simone Mulargia, la democrazia diretta funziona solo a certe condizioni: «che il numero dei votanti sia tale da consentire un vicendevole scambio di opinioni; che sia possibile deliberare in maniera



informata e su questioni di non eccessiva complessità per il comune cittadino; che non si dia luogo a forme di esclusione o di influenza, ad esempio attraverso la predeterminazione delle scelte o delle informazioni disponibili»⁴⁰.

Inoltre, dobbiamo accennare a un'ultima ma importante questione ai fini della possibilità o meno di realizzare l'*e-democracy*, il problema della censura, che può impedire o ostacolare l'espressione delle opinioni politiche e dunque la partecipazione politica in Rete.

Pertanto le nuove tecnologie, indubbiamente possono essere considerate a pieno titolo come strumenti capaci di contribuire, anche significativamente, a caratterizzare lo stato della democrazia in un Paese ma non possono, invece, essere considerati determinanti per la realizzazione di un modello di democrazia piuttosto che un altro.

D'altro canto, salvo limitate e sporadiche eccezioni su base locale, non ci sono finora casi generalizzati di utilizzo delle tecnologie di Rete per forme di deliberazione diretta dei cittadini.

Riportiamo, parzialmente, un articolo di Serena Danna su "La Demagogia digitale" che confermano alcune perplessità e ne inseriscono di nuove sul mito della e-democracy (Corriere della Sera, La Lettura, 5.8.2012):

Demagogia digitale . Il mito della e-democracy: da Occupy al Movimento 5 stelle I dubbi sulla «Twitter revolution», il ruolo dei colossi della rete

Nel 1997 la rivista americana di cultura digitale «Wired» dedica la copertina al protagonista del nuovo secolo: the digital citizen. Scrive Jon Katz: «I cittadini digitali saranno fautori del razionalismo, adoreranno le libertà civili e il libero mercato e saranno moderatamente libertari. Tuttavia, senza veri leader, e senza un'agenda ben definita, saranno incapaci di incanalare energia e conoscenza in direzioni dotate di senso». (...) Grazie alle iniziative di e-government (gestione digitalizzata della Pubblica amministrazione), le amministrazioni centrali stanno informatizzando i processi

⁴⁰ *Ibidem.*



burocratici rendendoli più agevoli e trasparenti (ma il nostro Paese resta al 32esimo posto nella classifica 2012 dell'Onu). Tuttavia la visione di Katz risente di quel tecno-utopismo che ha accompagnato la nascita di Internet: la promessa di uno spazio altro, il cyberspace, dove i problemi del mondo fisico avrebbero trovato soluzione. Oggi che il confine tra reale e virtuale è stato abbattuto e Internet è parte integrante delle nostre vite, quel tecno-utopismo applicato alla democrazia rischia di trasformarsi in un mezzo per eccitare cittadini indignati. L'idea di una democrazia digitale capace di liberare gli uomini dalle catene del potere è il trend topic degli ultimi anni: dalle colorite riunioni del Tea Party alle proteste dei movimenti Occupy, dall'iper democrazia del Movimento 5 stelle in Italia all'iper partecipazione promossa dal Partito dei pirati in Olanda. Personaggi molto diversi tra loro hanno celebrato l'avvento di una democrazia digitale, che, oltre ad aver dato «il colpo finale ai partiti» (Beppe Grillo); messo «il potere nelle mani dei cittadini» (Alec Ross, consigliere per l'innovazione di Hillary Clinton); e fornito un'«arma di educazione alla pace» (Nicholas Negroponte, fondatore del Media Lab del Mit), sarebbe stata la protagonista delle rivolte in Medio Oriente e Nord Africa, etichettate da molti come «Twitter revolution».

Salvo poi scoprire che in Egitto solo il 10% della popolazione usa Facebook: percentuale che scende al 6% in Siria e al 3,74% in Libia. Con Twitter il confronto con la realtà va anche peggio: in Siria ha un account lo 0,03% della popolazione, in Libia lo 0,07% e in Egitto lo 0,15% (dati dell'autunno 2011 contenuti nell'ultimo «Arab Social Media Report» della Dubai School of Government). (...) Certo, uno dei più grandi progetti di politica partecipativa di Obama — il portale aperto ai cittadini di petizioni online «We the People» — ha raccolto in 3 anni solo 36 petizioni e la più votata può contare su 101 mila voti. Vaccari lo spiega così: «La maggior parte degli elettori non ha e non vuole avere un'opinione su tutto: se chiediamo agli italiani cosa pensano del ddl sulla corruzione, quasi nessuno saprà risponderci. Seguire le dinamiche di governo non è come esprimersi sui diritti umani. I cittadini non hanno risorse né di



*tempo né cognitive per occuparsi delle politiche pubbliche, per questo delegano a esperti.
Da questo punto di vista, Internet non ha cambiato nulla».*



Box n.1: La Regione Toscana, L.R. n. 69/2007

A livello normativo, la Toscana ha il merito di aver realizzato la prima legge in Italia in tema di partecipazione. Stiamo parlando della Legge Regionale n. 69 “*Norme sulla promozione della partecipazione alla elaborazione delle politiche regionali e locali*”, approvata il 19 dicembre 2007 dal Consiglio Regionale della Toscana ed entrata in vigore il 18 gennaio 2008¹. Essa si propone come uno strumento innovativo per incentivare e diffondere nuove forme e nuovi metodi partecipativi, attraverso la costruzione di nuovi istituti partecipativi, percorsi e regole condivise per discutere i problemi grandi e piccoli di una comunità, valutare le possibili soluzioni attraverso il dialogo e il confronto, entro tempi definiti, nella fase preliminare che precede la vera e propria decisione. Una legge, dunque, che promuova la creazione di luoghi e spazi per un confronto razionale tra le diverse tesi, tra cittadini disposti a rimettere in questione le proprie opinioni iniziali, in cui alla fine si cerca una soluzione quanto più possibile condivisa.

La Legge Regionale Toscana sulla partecipazione prevede due grandi ambiti di intervento:

in primo luogo, l’istituzione del Dibattito Pubblico Regionale, ossia la possibilità che, su grandi interventi, opere pubbliche o questioni di rilevante impatto ambientale e sociale per la vita dell’intera comunità regionale, si svolga un confronto pubblico che si articoli sulla base di regole precise, dalla durata di sei mesi, organizzato e condotto sotto la responsabilità di un organo “terzo”, indipendente e “neutrale”, che la legge istituisce: l’Autorità regionale per la garanzia e la promozione della partecipazione, eletto dal Consiglio Regionale. L’Autorità ha sede presso il Consiglio Regionale e, per la propria attività, si avvale di personale regionale.

In secondo luogo, un’azione di sostegno e di supporto ai processi locali di partecipazione, sia essa promossa dagli enti locali sia dai cittadini o da altri soggetti. La legge prevede che un ente locale, ma anche un gruppo di cittadini, un’associazione, un istituto scolastico o anche un’impresa, possa presentare un progetto di processo partecipativo, intorno ad un oggetto ben definito e circoscritto, della durata massima di sei mesi, indicando i metodi e gli strumenti più adatti, tali da assicurare comunque la massima “inclusività”, ossia che tutti i punti di vista e gli interessi siano coinvolti e che tutti abbiano pari opportunità di esprimersi. Spettano all’Autorità Regionale la valutazione e l’ammissione dei progetti presentati, sulla base di una serie di condizioni e requisiti che la legge indica. L’ente competente in materia, dichiara, all’inizio del processo, di impegnarsi a “tener conto” dell’esito del processo partecipativo o, in ogni caso, di motivare adeguatamente e pubblicamente le ragioni del mancato o parziale accoglimento dei risultati. Il sostegno regionale a un progetto può essere di tipo finanziario, metodologico (assistenza, consulenza, ecc.) o anche logistico (ad es., supporti informatici).

Sempre la Regione Toscana ha avanzato un’idea piuttosto innovativa: il diritto di voto ai cittadini che hanno compiuto i 16 anni di età. La Giunta Regionale ha approvato la proposta di legge il 22 maggio 2012 – che attualmente si trova all’esame del Consiglio Regionale – e l’innovazione riguarderà i comuni con meno di 250 mila abitanti che vorranno sperimentare, senza obbligo, nuove forme di decentramento partecipativo ma non amministrativo. «Si tratta dunque – afferma Riccardo Nencini, l’assessore regionale al bilancio e ai rapporti istituzionali – di un’occasione importante per educare e far partecipare i cittadini alle scelte che li riguardano direttamente, in modo continuativo e a partire dai più giovani. È un’opportunità per coltivare ed accrescere il senso civico di molti cittadini in un momento anche in cui gli elettori chiedono più partecipazione alla vita pubblica e nuove forme di partecipazione. È un possibile antidoto all’antipolitica e all’astensionismo che è cresciuto e che continua a crescere».



6. Social network

Con il termine “nuovi media” ci riferiamo a quei mezzi e canali di comunicazione sviluppatasi negli anni ‘80, posteriormente alla nascita dell’informatica e in correlazione ad essa, «che utilizzano il linguaggio digitale nella codifica delle informazioni»⁴¹. I nuovi media (e in particolare il Web, il principale servizio offerto dalla rete Internet) presentano tre elementi peculiari e fondamentali che informano l’agire sociale e la trasmissione della conoscenza: multimedialità, ipertestualità e interattività.

La multimedialità è la capacità di utilizzare contemporaneamente in uno stesso oggetto informativo più media e più linguaggi comunicativi (testo, immagine, suono, video), attraverso la codifica digitale. L’ipertestualità è la caratteristica di un documento testuale di utilizzare la struttura dell’ipertesto. Quest’ultimo rappresenta un nuovo modo di organizzare o leggere un testo, attraverso un’andatura non sequenziale ma che procede per *link* (o collegamenti). Se le informazioni che sono collegate tra loro nella Rete non sono solo documenti testuali, ma in generale informazioni veicolate da media differenti (testi, immagini, suoni, video), l’ipertesto diventa multimediale e viene definito “ipermedia”.

L’interattività, infine, è la possibilità per l’utente o il fruitore di “interagire” con un apparecchio o con un mezzo di comunicazione. Il destinatario del messaggio non è più un passivo recettore (come accade nei mass media), piuttosto un attore coinvolto nell’interazione col sistema. Questa caratteristica, tuttavia, si è sviluppata e diffusa in seguito al passaggio dal Web 1.0 (o statico) al Web 2.0 (o dinamico).

«Con i nuovi media – afferma Carlo Sorrentino – l’intensificazione quantitativa e la formalizzazione dei processi d’interazione – attraverso i canali, i generi e i vincoli procedurali imposti dalla Rete – producono un allargamento dello spazio dialogico. La conversazione non è più attivata soltanto nella propria comunità di riferimento, nelle cerchie sociali della prossimità territoriale (il vicinato), sociale e culturale; s’attiva fra sconosciuti [e le barriere spazio-temporali vengono meno]»⁴².

⁴¹ Flew T., *New media: an introduction*, Australia & New Zealand, Oxford University Press, 2008.

⁴² Sorrentino C., *La società densa. Riflessioni intorno alle nuove forme di sfera pubblica*, p. 68.



Il “Web 1.0” rappresenta la prima tipologia di progettazione dei siti Web (risalente agli anni ‘90), formata da pagine web statiche e caratterizzata da un’interazione sostanzialmente unilaterale: l’utente può visualizzare i contenuti di un sito (le immagini, i dati, i video ecc.), senza però modificarli o elaborarne dei nuovi, né può interagire dinamicamente.

Con la locuzione “Web 2.0” s’intende, invece, il nuovo paradigma di progettazione su cui si basa la maggior parte dei siti e delle applicazioni Web odierni (come i blog, le chat, i social network), caratterizzato da un’offerta più ampia di contenuti e da una maggior livello di interattività possibile: l’utente di Internet, anche se non esperto, può finalmente creare, condividere e commentare con facilità contenuti comunicativi e multimediali. Il Web 2.0 rappresenta dunque l’evoluzione del World Wide Web, una nuova visione della Rete più orientata agli utenti e alla loro interazione sociale e partecipazione; è, in sintesi, «una grande piattaforma di sviluppo e di aggregazione di servizi forniti da terzi con lo scopo di trovare nuove forme di utilizzo di questi servizi per realizzarne di alternativi»⁴³.

Dal punto di vista sociologico, il Web 2.0 rappresenta l’attuale risposta a «quel trend sociale tipico della modernità che si manifesta in una nuova e genuina voglia di partecipazione, condivisione e di relazioni sociali. [...] Le persone orfane della vita sociale dei paesi, delle piazze, delle vie trovano nei blog e nei social website nuova e diversa compagnia (selezionabile, estendibile a piacimento, affine)»⁴⁴.

Tralasciando volutamente la spiegazione circa le novità tecnologiche che sono avvenute con il Web dinamico, analizziamo più specificamente gli elementi di tipo psicosociale che caratterizzano le nuove applicazioni Web 2.0⁴⁵:

- facilità d’uso, poiché sono tutte basate sull’interfaccia grafica del Web;
- dimensione comunicativa: ogni nuovo contenuto è subito accessibile all’intera comunità di Internet. Inoltre l’indicizzazione dei contenuti tramite parole chiave (*tag*) permette di individuare più facilmente i contenuti cercati;

⁴³ Prati G., *Web 2.0. Internet è cambiato*, Trento, Uni Service, 2007, p. 18.

⁴⁴ Grivet Foaia L., *Web 2.0. Guida al nuovo fenomeno della rete*, Milano, Hoepli, 2007, p. 122.

⁴⁵ Riva G., *I social network*, Bologna, Il Mulino, 2010, p. 71.



- dimensione comunitaria: la versione finale dei contenuti è il risultato dell'interazione tra una comunità di utenti che ha un ruolo attivo nel processo di creazione e di commento/condivisione;
- dimensione espressiva: grazie a esse l'utente può esprimersi e generare nuovi contenuti (*user-generated content*).

Il Web 2.0, dunque, è una grande piattaforma per la partecipazione, bidirezionale, in cui l'utente passa dall'essere audience all'essere partecipante.

Grazie a questa importante evoluzione, Internet diventa un luogo letteralmente “vissuto”, come sostiene Sergio Maistrello, che definisce la “parte abitata di Internet” come «un ambiente reticolare basato su punti di presenza delle persone. Presenza, dunque, e non semplice espressione o interazione. Ogni unità della rete sociale si esprime e interagisce, come del resto può fare da sempre in molti altri recinti sincroni e asincroni del web, ma in più è presente. La sua presenza continuativa e associata a un determinato indirizzo di rete è la prima garanzia della sua identità, qualunque forma questa assuma. [...] Il peso dell'identità [su Internet] si sposta dunque dalle sue componenti fisiche e culturali □ che possono essere valorizzate soltanto nella misura in cui una persona sceglie espressamente di farlo, rappresentando se stessa nella sua quotidianità – a una dimensione altra in cui ciascuno è valutato in funzione di ciò che esprime e condivide nel tempo»⁴⁶.

Fra i vari servizi offerti dalle applicazioni Web 2.0 (quali *blog, wiki, forum, mashup, et al.*) ci interessa soffermarci sui social network.

Specificamente nel contesto Web 2.0, la locuzione “social network” può avere duplice valenza: a livello ontologico, “social network” significa una rete di relazioni sociali di varia natura (amicali, amorose, di lavoro, ecc.) fra individui; a livello operativo, il termine indica quei siti e servizi di gestione e condivisione di contenuti, resi possibili dalla rete Internet divenuta sociale, che attivano processi di relazione basati sui *social software*.

La prima definizione, quella ontologica, ci spiega che i social network sono delle forme

⁴⁶ Maistrello S., *La parte abitata della Rete*, Milano, Tecniche Nuove, 2007, p. 63.



di aggregazione sociale che esistono indipendentemente da Internet. La seconda definizione, quella operativa, ci mostra, invece, come con l'avvento del Web (in particolare del Web 2.0) le reti sociali trovino straordinarie applicazioni (i siti e i servizi di *social networking*) che consentono di coltivare o ampliare il numero di relazioni e la frequenza di scambi di contenuti fra gli individui.

Nell'ultimo decennio, i siti e i servizi di social networking «hanno conquistato una notevole rilevanza sociale, registrando una enorme partecipazione planetaria che sta ridefinendo l'orizzonte dei media e della produzione/fruizione dei contenuti [audio, video, testi, immagini], rivoluzione che va sotto il nome di *social media*»⁴⁷. Con quest'ultimo termine s'intende quel gruppo di applicazioni Internet basate sui presupposti ideologici e tecnologici del Web 2.0, che consentono la creazione e lo scambio di contenuti generati dagli utenti (*user generated content*).

La definizione ontologica di social network, quale rete di relazioni sociali fra individui, rimanda inevitabilmente al concetto di “socialità” e alla sua spiegazione.

A definire l'esperienza sociale di ciascuno di noi sono due dimensioni: la rete sociale e l'identità sociale. La prima è l'insieme di persone cui sono legato da una forma qualsiasi di relazione (rapporto di amicizia, di lavoro, parentela ecc.); la seconda è la posizione all'interno dei diversi gruppi sociali che compongono la mia rete sociale (per esempio, un soggetto può essere “padre” quando accompagna il figlio a scuola e “amico” quando vede una partita di calcio con i suoi amici).

Prima dell'avvento dei nuovi media queste due dimensioni erano limitate dai vincoli spaziali e temporali cui ogni individuo è soggetto. La nascita e lo sviluppo di Internet hanno consentito, infatti, di allargare i confini delle proprie reti sociali, attraverso la creazione di un nuovo ambiente sociale, il *cyberspazio* (il mondo virtuale) che «unisce alcune caratteristiche delle reti sociali tradizionali – interazione, supporto e controllo sociale – con le caratteristiche del Web – multimedialità, creazione e condivisione di contenuti»⁴⁸. A sua volta, il cyberspazio, unito all'esperienza sociale della nostra vita reale, porta alla creazione di un altro spazio sociale, ibrido:

⁴⁷ Massarotto M., *Social Network. Costruire e comunicare identità in Rete*, Milano, Apogeo, 2011.

⁴⁸ *Ivi*, p. 14.



l'interrealtà.

La successiva evoluzione del Web dal 1.0 al 2.0 ha inoltre permesso la nascita del *social networking*, ossia la possibilità di utilizzare i nuovi media sia come «strumento di supporto alla propria rete sociale (organizzazione ed estensione), sia come strumento di espressione della propria identità sociale (descrizione e definizione), sia come strumento di analisi dell'identità sociale degli altri membri della rete (esplorazione e confronto)»⁴⁹.

Tornando alla definizione operativa di social network, ossia quella strettamente connessa allo sviluppo di Internet e del Web 2.0, occorre ricordare che il termine “*social network sites*” è stato introdotto da due giovani studiose nordamericane, Danah Boyd e Nicole Ellison⁵⁰. Queste ultime hanno definito i social network come quei servizi web che «consentono agli utenti di costruire un profilo pubblico o semi-pubblico all'interno di un sistema chiuso, di articolare una lista di altri utenti del sistema con i quali condividere un collegamento, di consultare e “navigare” la propria lista di contatti e quella creata dagli altri all'interno del sistema»⁵¹.

Un sito o servizio online può definirsi di social networking o social network quando è «un servizio che per funzione primaria consente o agevola l'organizzazione e la gestione via Internet di una mappa di una parte delle proprie relazioni sociali attraverso la possibilità di creare e condividere contenuti, conversazioni o attraverso altri strumenti di socialità»⁵².

Un'interessante e chiara spiegazione su questi strumenti e sulla loro differenza dalle “comunità” la propone Vito Di Bari: «una rete sociale (*social network*) è uno strumento condiviso che abilita e facilita relazioni; si distingue in questo dalle “comunità” (*community*), che tendono invece ad aggregare le persone attorno a un interesse: il focus delle comunità è sull'individuo, quello delle reti sociali è sulla relazione. In questo senso le community sono 1.0, i social network sono 2.0. Mentre il valore della community è prevalentemente determinato dalla

⁴⁹ *Ivi*, p. 42.

⁵⁰ Boyd D. M., Ellison N. B., *Social network sites: definition, history, and scholarship*, in *Journal of computer mediated communication*, 13, 11, 2007.

⁵¹ Iannelli L., *Facebook & Co. Appunti per una ricerca sui networked publics della comunicazione politica*, in *Le reti della comunicazione politica. Tra televisioni e social network*, Cioni E., Marinelli A. (a cura di), Firenze, Firenze University Press, 2010, p. 34.

⁵² Massarotto M., *op. cit.*



quantità di partecipanti, il focus dei social network è nella coesioni delle relazioni (frequenza, continuità, ricchezza, intensità)»⁵³.

Gli elementi principali che caratterizzano i social network sono tre:

- la presenza di uno “spazio virtuale” in cui l’utente può costruire ed esibire un proprio profilo. Per la realizzazione di quest’ultimo sono richieste svariate informazioni più o meno personali sul soggetto (titolo di studio, occupazione, hobby, interessi, ecc.). Il profilo è generalmente disponibile a tutti gli utenti dello spazio;
- la creazione di una lista (o rete) di altri utenti (costituita da amici, colleghi, parenti, ma anche sconosciuti) con cui è possibile entrare in contatto e comunicare;
- possibilità di analizzare le caratteristiche della propria rete (in particolare le connessioni degli altri utenti) attraverso la lettura dei commenti lasciati da visitatori che hanno consultato il nostro profilo.

Analizzando i tre elementi sopracitati, è evidente che la principale caratteristica dei social network non risiede nella facilità con cui si possono creare nuove relazioni con sconosciuti, poiché «questo era già possibile ben prima dei social network: per esempio entrando in un forum o comunicando in una chat. [...] Invece, ciò che differenzia i social network dai nuovi media disponibili in precedenza è la capacità di rendere visibili e utilizzabili le proprie reti sociali. Infatti, attraverso di essi, è possibile identificare opportunità personali, relazionali e professionali altrimenti non immediatamente evidenti»⁵⁴.

All’interno dell’architettura reticolare dei social network, Maistrello⁵⁵ identifica tre livelli logici:

- 1) al livello base si trova l’individuo, che usa un servizio sfruttandone le funzioni essenziali (crea un profilo personale, condivide notizie ed eventi, pubblica foto e video, ecc.);

⁵³ Di Bari V., *op. cit.*, p. 27.

⁵⁴ Riva G., *op. cit.*, p. 17.

⁵⁵ Maistrello S., *op. cit.*, p. 51.



- 2) al livello intermedio, il gruppo sociale costruito intorno al singolo membro dà accesso privilegiato alle risorse condivise, filtra le richieste o fa da trampolino verso altri gruppi sociali;
- 3) al livello avanzato, la comunità raccoglie i frutti delle interazioni che avvengono al suo interno, aggregando affinità e competenze su scala molto più ampia di un semplice giro di conoscenze e amplificando la diffusione delle risorse più interessanti filtrate al suo interno.

Questo schema spiega bene il funzionamento generale dei social network: «partendo da semplici regole (il livello base) otteniamo interazioni collettive (il livello intermedio) che danno vita a schemi complessi (il livello avanzato). Detto in altri termini, l'effetto globale prodotto da un'applicazione basata su rete sociale è di gran lunga maggiore di quanto l'analisi dei comportamenti del singolo potrebbe lasciare intuire»⁵⁶.

Esistono due tipi di relazioni possibili in un social network, “amicizia” (tipica di Facebook) o “a stella” (tipica di Twitter). La prima modalità di relazione è bidirezionale e permette a entrambi gli utenti di accedere in maniera completa al profilo del nuovo “amico” e di contattarlo direttamente (mediante e-mail) o indirettamente (attraverso una citazione o la richiesta di parere su una nota). Questo tipo di relazione crea una rete sociale chiusa, in quanto possono entrare solo le persone accettate come “amiche”. La seconda modalità di relazione, quella “a stella”, distingue esplicitamente tra emittente e ricevente. Nel dettaglio, «i messaggi dell'emittente [volti a soddisfare il bisogno di visibilità] possono essere generali, cioè condivisi con tutti i riceventi presenti nella sua rete sociale, oppure individuali, cioè diretti a uno specifico ricevente. L'utente ricevente può rispondere ai messaggi dell'emittente (soddisfando così la propria curiosità), ma non contattare direttamente gli altri soggetti riceventi, a meno che non si venga esplicitamente autorizzati a farlo. Grazie a questo meccanismo un utente può essere sia emittente che ricevente a seconda della rete sociale cui è connesso»⁵⁷. Questo tipo di relazione crea reti aperte in cui la maggior parte degli utenti riceventi non hanno altri contatti con

⁵⁶ *Ibidem*.

⁵⁷ Riva G., *op. cit.*, pp. 18-19.



l'emittente a parte quello della rete sociale.

Gli strumenti utilizzabili nei social network per presentarsi alle persone che compongono la rete sono di due tipi: individuali e di gruppo.

Fra gli strumenti individuali, troviamo il profilo, la condivisione di contenuti multimediali (foto, video, canzoni, notizie, ecc.) e di pensieri propri (attraverso le note).

I principali strumenti di gruppo, invece, sono tre: i gruppi, gli eventi e applicazioni varie. I gruppi consentono a più persone di aggregarsi secondo un interesse comune (per esempio, la passione per un gruppo musicale); gli eventi, al contrario dei gruppi, hanno una precisa descrizione spazio-temporale (come le feste, i concerti, un *flash-mob*, ecc.); applicazioni varie che permettono di descrivere maggiormente le caratteristiche della propria identità sociale (possibilità di segnalare e sostenere cause di ogni tipo su Facebook).

Il motivo del crescente successo dei social network è da ricercarsi indubbiamente nella loro capacità intrinseca di offrire opportunità diverse e significative, cioè opportunità in grado di soddisfare direttamente i bisogni degli utenti.

Entrando nello specifico, i social network sono capaci di soddisfare le seguenti categorie di bisogni (appartenenti alla classificazione dei bisogni effettuata dallo psicologo americano Abraham Maslow⁵⁸):

- bisogni di sicurezza (che garantiscono protezione e tranquillità): comunico solo con “amici” e non con estranei;
- bisogni associativi (sentirsi parte di un gruppo, amare ed essere amato): con questi “amici” posso comunicare e scambiare risorse, opinioni, applicazioni, informazioni, *et al.*;
- bisogni di autostima (essere rispettato, apprezzato e approvato): io posso scegliere gli “amici” ma anche gli altri possono farlo, perciò se tanti mi hanno scelto come “amico” allora significa che “valgo”;
- bisogni di autorealizzazione (realizzare la propria identità e le proprie aspettative):

⁵⁸ Maslow A., *A theory of human motivation*, in *Psychological review*, 50, 1943, pp. 370-396.



posso raccontare me stesso come voglio e posso aiutare i miei “amici” usando le mie competenze.

In generale, i social network possono essere utilizzati⁵⁹:

come strumento espressivo, per esempio per condividere con gli “amici” i momenti importanti della loro vita (la nascita di un bambino, la laurea, il matrimonio ecc.); come strumento professionale a scopo promozionale e persuasivo; come strumento per organizzare la propria vita relazionale; come strumento per sviluppare la propria identità e comprendere quella dell’altro, accompagnando in generale l’utente nel proprio sviluppo personale; come strumento capace di far sperimentare delle esperienze ottimali e gratificanti.

Riassumendo, i social network costituiscono delle interessanti opportunità per allargare la nostra rete sociale (anche a persone che non abbiamo mai incontrato), per sviluppare la propria identità sociale, per relazionarci con i nostri amici reali (superando le barriere spazio-temporali), per scoprire meglio le identità dei nostri amici.

Allo stesso tempo i social network sono un vincolo, «in quanto obbligano i soggetti ad adattarsi alle caratteristiche degli strumenti utilizzati. Da una parte, il corpo reale con le sue emozioni scompare dalla relazione. Viene sostituito da un corpo virtuale formato da una pluralità di immagini parziali e contestualizzate che mostrano soltanto quegli aspetti che vogliamo condividere e sottolineare. Dall’altra, questo corpo virtuale, insieme alle storie raccontate da noi e dai nostri amici nei social network, assume vita propria rimanendo presente e visibile anche quando noi non lo vogliamo»⁶⁰.

Le logiche partecipative e relazionali introdotte dal Web 2.0 portano a riflettere sulle opportunità rilasciate dai nuovi media nell’ambito generale della politica (per quanto riguarda la comunicazione e le modalità d’azione dei partiti) così come nell’ambito della partecipazione degli individui. In aggiunta a ciò, occorre precisare che la conoscenza e l’informazione – divenute i fattori centrali della società contemporanea in cui viviamo – vanno considerati

⁵⁹ Riva G., *op. cit.*, pp. 25-26.

⁶⁰ *Ivi*, p. 43.



elementi fondamentali per lo sviluppo di una partecipazione sociale e attiva dei cittadini.

Per quanto riguarda la fruizione delle informazioni, la Rete offre la possibilità di informarsi a costi bassi, di sentire fonti e opinioni diverse, di scambiare idee dal basso, attraverso un'integrazione e talvolta una sostituzione dell'uso dei media tradizionali, specialmente tra i giovani. Grazie ai suoi caratteri peculiari di interattività, velocità, orizzontalità, policentrismo e pluralismo, essa facilita la destrutturazione delle barriere spazio-temporali in ambito informativo e comunicativo, offrendo al tempo stesso, uno spazio sociale e civico di segno nuovo.

Si assiste a una moltiplicazione delle fonti informative potendo decidere di informarsi attraverso testate online, blog alternativi e non istituzionali, social network, oppure affidarsi ai canali che appartengono ai media istituzionali (e replicare il comportamento offline). La scelta evidentemente deriva dall'autorevolezza che ogni canale riesce a guadagnarsi, oltre che dalle rappresentazioni diverse che ogni canale fornisce del mondo.

Ciò comporta una maggiore facilità nell'accesso alle informazioni da parte dei cittadini e quindi una partecipazione più attiva alla costruzione del discorso pubblico, poiché lo scambio di informazioni top-down e bottom-up li fa interagire con le istituzioni e con altri produttori di informazione. In questo senso, il passaggio al Web 2.0 è stato determinante nel cambiare il ruolo degli utenti, da semplici spettatori a coproduttori di contenuti, con maggiore autonomia di espressione e possibilità di interagire con altri utenti e di partecipare attivamente all'interno della sfera pubblica.

Per molti, l'ampliamento delle possibilità di scambio di informazioni porta a un aumento della conoscenza politica e al conseguente innalzamento dei livelli di partecipazione, osservabile non solo tra coloro che già si informano attraverso altri canali, ma anche tra quei cittadini che sono meno attivi nelle forme tradizionali di fare politica e che non utilizzano la Rete prettamente per ragioni politiche.

Per quanto riguarda, invece, le possibilità di partecipazione, Internet ha ampliato i repertori d'azione politica offrendo forme partecipative diverse dal passato (come inviare mail a rappresentanti politici, firmare petizioni online, esprimere le proprie opinioni e discutere su



blog/forum/siti/social network, commentare articoli di testate online, aderire a gruppi virtuali a sostegno di cause politiche, effettuare azioni di protesta online, ecc.). Insomma possibilità di produrre e diffondere contenuti generando ricorsività nel discorso pubblico attraverso una molteplicità di piattaforme nuove che permettono di sperimentare diverse modalità di dialogo rispetto alla discussione politica tradizionale.

Tra gli strumenti di partecipazione e interattività online più diffusi e utilizzati dagli utenti, troviamo i siti degli organi istituzionali (come quello della Pubblica Amministrazione⁶¹ o delle varie amministrazioni locali⁶²) o dei partiti politici, le testate dei vari quotidiani e settimanali, le piattaforme di social network e microblogging che permettono di condividere notizie ed esprimere le proprie opinioni in merito a tematiche di tipo politico.

La partecipazione digitale può essere latente o attiva. La partecipazione latente si esprime mediante l'interessamento e la discussione di questioni politiche e pubbliche da parte degli utenti nei siti di forum, blog e social network; quella attiva può riguardare, fra le tante azioni, realizzare sondaggi online, firmare petizioni online, effettuare azioni di protesta online come *mailbombing* e *netstrike*, inviare mailing list per informare e promuovere iniziative all'esterno o coordinare la mobilitazione offline.

L'impatto delle nuove tecnologie riguarda vari tipi di rapporto: quello tra governanti e governati, tra partiti ed elettori, tra cittadini e pubblica amministrazione.

E in un momento di crescente disaffezione, sfiducia e disinteresse nei confronti delle istituzioni e del sistema politico in generale da parte dei cittadini, con il conseguente crollo della partecipazione alla vita pubblica, l'attenzione agli usi Partecipativi dei social network diventa doveroso.

In generale ricordiamo che «l'interesse e la motivazione a partecipare alla vita sociale e politica sono fortemente connessi con una varietà di fattori: il *background* culturale di origine [le risorse socio-culturali a disposizione dell'individuo], la socializzazione politica [la famiglia, gli amici, i colleghi di lavoro], il grado di connessione pubblica mediata, la percezione di efficacia

⁶¹ <https://noipa.mef.gov.it> (Consultato il 19 febbraio 2013)

⁶² www.amministrazionilocali.it (Consultato il 19 febbraio 2013)



politica e la fiducia nelle istituzioni concorrono tutti a determinare l'adesione dei cittadini a due modelli prevalenti di cittadinanza: la "cittadinanza come dovere" e la "cittadinanza come pratica"⁶³. I due modelli definiscono due sistemi culturali opposti, orientati rispettivamente al disimpegno e alla partecipazione civica.

Ad essere particolarmente critici e distanti dalla politica, almeno da quella tradizionale e istituzionale centrata sul voto e sui partiti, sono i giovani. «È possibile spiegare tale distacco e ostilità alla luce dei processi di socializzazione politica che per gli appartenenti alle nuove generazioni si realizza in società altamente individualizzate, pervase da un diffuso clima di antipolitica e di "smobilitazione" delle ideologie. Nei giovani gli atteggiamenti di scetticismo nei confronti delle istituzioni e di disaffezione politica si legano spesso a comportamenti politicamente disimpegnati o, al contrario a forme innovative [non convenzionali] d'impegno pubblico»⁶⁴.

I giovani, dunque, appaiono più scettici e disincantati rispetto alle promesse della politica, nutrono minore fiducia nelle istituzioni e nei politici rispetto agli adulti, però, al contempo, sono – quasi per definizione – «innovatori delle credenze e delle pratiche politiche. Alla critica della politica istituzionale sono in grado di opporre nuovi modi, magari contestatari, di partecipazione politica [...] e di stabilire legami inediti tra cittadini e istituzioni politiche»⁶⁵.

In questo contesto, le nuove tecnologie sono state salutate in maniera positiva ed entusiastica da molti studiosi, in particolar modo Internet, che viene considerato «risorsa informativa di crescente importanza e strumento di supporto per forme di partecipazione online e mobilitazioni offline»⁶⁶. Recenti ricerche empiriche dimostrano, infatti, la crescita degli usi politici del Web e della categoria degli "utenti politici" (o net-politicizzati), ossia quelle persone che usano la Rete allo scopo di informarsi, discutere e condividere opinioni, fare attività politica e partecipare online e offline.

⁶³ Mascheroni G., *op. cit.*, p. 122.

⁶⁴ Mete V., *Disaffezione politica e astensionismo elettorale*, in *I figli del disincanto. Giovani e partecipazione politica in Europa*, Bontempi M., Pocaterra R. (a cura di), Milano, Bruno Mondadori, 2007, p. 83.

⁶⁵ *Ivi*, p. 86.

⁶⁶ Mascheroni G., *op. cit.*, p. 125.



«Gli usi politici di Internet – spiega Mascheroni – sono plasmati a partire dalle culture civiche offline, che ne costituiscono una pre-condizione, ma anche dalle culture di Internet, vale a dire dal grado di inclusione digitale e dal ruolo della Rete all’interno della cultura civica di appartenenza. In altre parole, differenze nell’uso di Internet e, soprattutto, nella propensione a cogliere le opportunità civiche e politiche offerte dalla Rete si radicano in diversi modelli di incorporazione di Internet nella vita quotidiana e in differenti culture digitali, che a loro volta contribuiscono a distinguere diverse culture civiche»⁶⁷.

Ad utilizzare il Web per informarsi e discutere di politica, in modo spontaneo e naturale, sono prevalentemente i giovani. Le nuove generazioni, infatti, non hanno particolari problemi di accesso a Internet, «conoscono la Rete, sanno come muoversi, dove andare a cercare le informazioni, si fidano di questo canale. Lo reputano uno strumento meno soggetto a manipolazione, più democratico che veicola opinioni in modo libero. Rispetto agli adulti valutano con maggiore diffidenza i media tradizionali e il sistema televisivo. Si tratta di un orientamento condiviso in misura maggiore da quanti si informano attraverso Internet e si collocano politicamente a sinistra»⁶⁸.

Tuttavia la comunicazione politica, anche nella fruizione dei giovani, «continua ad avere una forte impronta tradizionale: televisiva (anzitutto telegiornali e poi programmi di approfondimento) e sui giornali. I temi politici inoltre trovano spazio anche nella comunicazione diretta e non mediata: interpersonale [nei luoghi della quotidianità]»⁶⁹.

La campagna elettorale di Barack Obama nel 2008 è considerata la prima “campagna 2.0” per l’uso estensivo e integrato che è stato fatto degli strumenti caratteristici del Web 2.0: il sito www.mybarackobama.com, che ospita il blog, un profilo su MySpace, uno su Facebook, uno su Twitter, un canale su YouTube, un’isola su Second Life, una specifica applicazione, “Obama 08”, sviluppata per iPhone⁷⁰.

⁶⁷ *Ibidem*.

⁶⁸ Ceccarini L., *op. cit.*, p. 100.

⁶⁹ *Ivi*, p. 103.

⁷⁰ Internet è stato dunque la vera spina dorsale di questa campagna: è servito «ad alimentare i contatti e il passaparola e quindi a ingrossare le folle di coloro che assistevano ai discorsi elettorali nelle piazze reali [...]. Effettivamente l’organizzazione messa in piedi dal candidato democratico ha prodotto risultati significativi e la Rete è stata davvero uno



Dopo la campagna di Obama, la Rete è divenuta in maniera crescente una risorsa imprescindibile da utilizzare durante le campagne elettorali, un potente strumento di mobilitazione e di diffusione di informazioni, capace di attivare e stimolare nuove forme di partecipazione e impegno, soprattutto tra i giovani. Sono proprio questi ultimi, infatti, che utilizzano quotidianamente e fortemente le nuove tecnologie, a tal punto da essere ribattezzati “nativi digitali⁷¹”. L’evidente familiarità e naturalezza con cui i nativi digitali utilizzano i nuovi media ha plasmato il loro modo di apprendere, di conoscere e di comunicare. Internet è lo strumento di comunicazione principe tra i nativi, grazie al quale possono tenersi in continua connessione e condividere informazioni con il gruppo dei pari. Il successo dei social network, infatti, conferma pienamente l’uso dominante delle nuove tecnologie come “estensione della sfera sociale”.

Per quanto riguarda più strettamente le logiche partecipative insite nei social network (concentrandoci su Facebook, il più diffuso tra gli adolescenti) - per capire quale influenza abbia l’uso di queste piattaforme sulla partecipazione (politica) giovanile – c’è da premettere che l’uso principale resta quello iniziale, ossia mantenere e rafforzare, attraverso la creazione di un profilo personale pubblico o semi-pubblico, i legami con la propria rete sociale estesa (costituita da amici, parenti, compagni di studio, e così via), dunque usi di tipo relazionale-socializzativo, espressivo-identitario e ludico, che, oltre ad essere prevalenti, sono anche normativi.

strumento attivante, come dimostrano i numeri raccolti nel sondaggio del Pew Research Center for the People & the Press: il 26% degli elettori ha dichiarato di essere stato attivo durante la campagna di Obama, il 21% di aver fatto una donazione per lui, l’11% di aver lavorato come volontario per la sua campagna» (Stringa P., *Blogdemocrazia. Come si forma oggi l’opinione pubblica*, Roma, Carocci Editore, 2011, p. 105). Ma, cosa più interessante, è il dato che testimonia la vittoria del voto giovanile: due terzi degli elettori statunitensi hanno meno di 29 anni. Per quanto riguarda l’utilizzo dei social network da parte dei cittadini durante la campagna statunitense, la ricerca del Pew Internet & American Life Project⁷⁰ ha riportato i seguenti risultati: il 18% degli internauti ha usato un blog o un social network per “postare” opinioni, commenti o domande concernenti la campagna elettorale; l’83% degli utenti di età compresa tra i 18 e i 24 anni aveva un profilo su un sito di social network, e di essi due terzi hanno svolto una qualche forma di attività politica su questi siti. (www.pewinternet.org/Reports/2009/6--The-Internets-Role-in-Campaign-2008.aspx)

⁷¹ Questa espressione, coniata per la prima volta nel 2001 dallo scrittore americano Marc Prensky, indica la generazione di nati (negli Stati Uniti) dopo il 1985, anno di diffusione di massa dei pc a interfaccia grafica e dei primi sistemi operativi Windows. Invece in Italia, secondo Paolo Ferri, si parla di “nativi digitali” dalla fine degli anni novanta, quando i computer e Internet sono entrati prepotentemente nella vita di tutti. Per contro abbiamo i termini “immigrato digitale” e “tardivo digitale”: il primo si riferisce a una persona che è cresciuta prima dell’avvento delle tecnologie digitali e che le ha adottate in un secondo tempo; il secondo indica una persona cresciuta senza tecnologia, e che la guarda tutt’oggi con diffidenza (Nativi digitali, Milano, Bruno Mondadori, 2011).



Ciò non significa però che non trovano spazio e visibilità anche contenuti di carattere politico o prepolitico, che richiedono agli utenti una qualche forma di partecipazione. Oggigiorno, infatti, i social network sono diventati al contempo canali di informazione politica (consumata, prodotta e condivisa dai cittadini), piattaforme di discussione su temi politici e strumenti di azione e partecipazione politica.

Secondo Pellegrino Marinelli, «le bacheche di Facebook si pongono come luogo privilegiato per un nuovo modello di partecipazione politica, che mescola pubblico e privato, lealtà ideologiche e di partito e legami personali, impegno e adesione ludica, eventi online e offline, e che in definitiva si inserisce in una tendenza di lungo corso verso forme di partecipazione “non istituzionali e della vita quotidiana”, che consentano l’espressione delle proprie molteplici identità, senza rinunciare al senso di appartenenza a collettività e reti sociali più ampie»⁷².

Sempre Marinelli⁷³ propone nel dettaglio un elenco sintetico ed efficace delle azioni di partecipazione politica che Facebook consente di porre in essere, secondo un grado decrescente di impegno:

- la promozione di eventi di argomento politico;
- la costituzione di gruppi di argomento politico o la promozione di cause di argomento politico;
- la pubblicazione di post, video e foto nei gruppi di argomento politico;
- l’iscrizione a gruppi o il supporto a cause di argomento politico;
- l’invito agli amici a partecipare ad eventi o a iscriversi a gruppi o a supportare cause di argomento politico;
- il diventare fan e/o amici di partiti e/o personaggi politici;
- l’invito agli amici a diventare fan e/o amici di partiti e/o personaggi politici;

⁷² Marinelli P., *Due punto zero. Partecipazione politica e social network*, Roma, Teseo Editore, 2010, p. 148.

⁷³ *Ivi*, pp. 148-149.



- la pubblicazione di link, video o foto su temi politici sulla bacheca propria o degli amici;
- il riferimento a temi politici negli aggiornamenti di status;
- l’invito di messaggi privati o la discussione in chat su argomenti politici;
- cliccare “mi piace” in riferimento a notizie o link di argomento politico.

L’insieme di questi strumenti ha reso Facebook un luogo molto diffuso per informarsi ed esprimere le proprie opinioni in merito a questioni politiche, sia tra la società civile sia nei confronti dei candidati e partiti politici, e con la creazione e la condivisione delle cause, genera forme di democrazia consultiva e propositiva (una sorta di arena pubblica virtuale orizzontale). Infatti «aderire a gruppi di pressione su Facebook, o a una causa, [...] anche quando non si traduce in un’azione fisica immediata, potrebbe comunque portare ad un coinvolgimento maggiore di un semplice click, potrebbe aumentare le probabilità di impegno diretto; anche se, per i critici, l’attivismo ad “alta visibilità” non ha un così grande valore nei confronti delle questioni pubbliche, essendo solo un atto formale»⁷⁴.

Sono dunque numerose le occasioni per informarsi, manifestare le proprie opinioni e passare all’azione, che il social network offre. Tra di esse, in ogni momento, «ciascun utente sceglie quelle più confacenti al grado di coinvolgimento che, in quel momento, è disposto a porre in essere. Si costruiscono così o si rafforzano, interattivamente e ad ogni click, il rapporto con la politica e l’identità personale di ciascuno, in un gioco costante di rifrazioni tra online e offline, nel quale si mescolano, in maniera spesso indistinguibile, partecipazione e stili di vita, *engagement* e *loisir*»⁷⁵.

Ciò nonostante, ammonisce Stringa, «tutta questa abbondanza informativa a disposizione dei cittadini non è detto che sia garanzia di pluralismo oltre che di trasparenza e di controllo dei dati. L’eccessiva frammentazione rischia di sbilanciare i rapporti all’interno della sfera pubblica, favorendo l’incontro di idee simili o peggio di idee radicali, sfavorendo il dialogo e la critica, limitando il diritto all’ascolto. [...] Questa frammentazione, tuttavia, potrebbe non

⁷⁴ Stringa P., *op. cit.*, p. 102.

⁷⁵ Marinelli P., *op. cit.*, pp. 169-170.



essere la causa dei rischi sovraesposti, quanto piuttosto la conseguenza inevitabile dell'eterogeneità delle società contemporanee. [...] In questo senso, non ci sarebbe alcuna ragione di parlare di un'opinione pubblica quanto piuttosto di diversi pubblici, pronti ad ingoiare messaggi diversi da fonti diverse»⁷⁶.

Il fenomeno dell'impegno e del coinvolgimento politico delle nuove generazioni attraverso i social network in generale, e Facebook in particolare, è stato definito *clicktivism*, ossia partecipare alla vita sociale aderendo a petizioni, mobilitazioni e proteste, reali e virtuali, con un click del mouse, senza staccare gli occhi dallo schermo del computer.

Negli ultimi anni, in seguito alla comparsa del Web 2.0 e a fronte della quasi totale assenza di organizzazioni giovanili attive e strutturate all'interno dei partiti, si è dunque sviluppata una nuova modalità di partecipazione, che va ad affiancarsi all'ormai sempre meno frequente attivismo tradizionale (cioè l'azione diretta tradizionale, di sessantottina memoria, che si concretizza negli scioperi, nei cortei, e nell'occupazione di strade, piazze ed edifici) e all'*hacktivism*, (vale a dire l'insieme di pratiche di azione diretta digitale, che ha dato luogo a cortei e occupazioni virtuali e online). Il clicktivism si sta diffondendo in maniera crescente tra i nativi digitali che, per tale motivo, da più parti, vengono considerati disimpegnati, solo perché non corrispondono al modello mitico della gioventù sessantottina, attivista e coinvolta concretamente. In realtà, le nuove generazioni sono da considerarsi «diversamente politicizzati»⁷⁷: diversi nelle pratiche, generalmente non ribelli né anticonformisti, dalla forte partecipazione emotiva sui grandi e piccoli temi grazie alla Rete, non più riconoscibili nella dicotomia destra/sinistra.

Facebook è diventato, per eccellenza, il grande luogo della protesta elettronica, in virtù delle sue intrinseche capacità di amplificare il passaparola all'interno della propria cerchia relazionale attraverso l'azione di mettere “mi piace” a pagine o post (che trattano di cause sociali e civili) o la loro diretta condivisione.

⁷⁶ Stringa P., *op. cit.*, p. 107.

⁷⁷ Muxel A., *Avoir 20 ans en politique. Les enfants du désenchantement*, Paris, Seuil, 2010.



Tuttavia, «negli ultimi tempi si è discusso molto del valore dell'attivismo online. Molti hanno iniziato a chiedersi se al proliferare di appelli e petizioni digitali corrisponda davvero un reale impegno nel tentativo di cambiare le cose. E se, in ultima analisi, l'attivismo digitale, da click compulsivo, serva davvero a qualcosa. Secondo i più critici si tratterebbe solo di una forma degradata di partecipazione civile, che ha trasformato l'impegno in una questione di click»⁷⁸

In altre parole, il grande rischio legato al clicktivism è lo sviluppo di un attivismo dei fannulloni (*slacktivism*), ossia di coloro che desiderano rendersi utili "pigramente", senza alzarsi dalla sedia, mettendo semplicemente un "mi piace" per sentirsi a posto con la coscienza.

Tra i giovani, il clicktivism è diversamente interpretato e incluso o escluso dalle pratiche d'uso di Facebook «in relazione sia all'interesse per la politica e le questioni di carattere pubblico, sia alla cultura digitale di riferimento. Per i gruppi più distanti dalla politica e più giovani, contenuti politici nella forma di gruppi, pagine, o cause e petizioni hanno tutt'al più un valore ludico, quando non sono ritenuti noiosi, o comunque alieni dalle proprie pratiche di comunicazione nel social network. [...] Per alcuni giovani, invece, gruppi e cause riguardanti specifiche tematiche inerenti agli stili di vita (come l'ambientalismo, la sostenibilità, ecc.) diventano supporto di identità collettive e luogo di scambio di informazioni e socialità. In questo caso Facebook è una risorsa per rafforzare identità stabilite offline. L'adesione ai gruppi viene vissuta come esperienza privata, fortemente connessa con il proprio stile di vita in linea con i processi di individualizzazione e privatizzazione della stessa partecipazione»⁷⁹.

I giovani attivisti di partiti, movimenti e associazioni utilizzano Facebook in modo più attivo, come ulteriore luogo dove radicare l'identità collettiva per mobilitare e aggregare altri giovani, ma la sua efficacia viene percepita in modo diverso a seconda della cultura digitale di appartenenza. Alcuni giovani, infatti, credono nelle potenzialità del social network come mezzo per promuovere interesse nella politica, coordinare forme di mobilitazione offline e colmare il gap di partecipazione caratteristico delle nuove generazioni. In questo senso, Facebook può

⁷⁸ www.ilpost.it/2010/09/03/i-rischi-dellattivismo-da-clic (Consultato il 21 febbraio 2013)

⁷⁹ www.freetopessays.com/content/partecipazione-politica-nei-siti-di-social-network-come-diverseculture-civiche-giovanili-ab (Consultato il 18 dicembre 2012)



effettivamente aggregare e fornire un'identità collettiva a chi non si riconosce ancora in culture civiche preesistenti. Chi invece appartiene già a culture civiche fortemente consolidate offline, perché radicate in forme di partecipazione sia convenzionale (partiti) sia de-istituzionalizzata (movimenti, collettivi, associazioni), continua a considerare le nuove forme di partecipazione online come parziali e provvisorie quando non si radicano in relazioni sociali pre-esistenti offline, o non si consolidano offline in nuove culture civiche.

Arrivati a questo punto del lavoro, dopo aver descritto le possibili declinazioni politiche e logiche partecipative inerenti l'uso di Facebook, occorre domandarsi quanto effettivamente questa piattaforma venga utilizzato dai giovani e dagli adolescenti per avvicinarsi alla politica e per esperire le nuove forme di partecipazione.

Per rispondere al quesito, risulterà interessante riportare i dati di un recente sondaggio, condotto dalla London School of Economics, dal titolo "Social networking, age and privacy"⁸⁰, nell'ambito del progetto "EU Kids Online"⁸¹ che si pone come obiettivo quello di analizzare l'utilizzo di Internet fatto dai bambini e dagli adolescenti europei.

Dalla ricerca, condotta su un campione di 25 mila giovani provenienti da 25 paesi europei, è emerso che i social network appaiono molto popolari tra i bambini e gli adolescenti europei: il 38% di coloro che hanno un'età compresa tra i 9 e i 12 anni possiede un profilo su almeno un social network, percentuale che sale al 77% nella fascia d'età che va dai 13 ai 16 anni. In Italia i social network sono utilizzati dal 34% dei bambini (9-12 anni) e dal 74% degli adolescenti (13-16 anni).

L'uso molto intenso dei social network da parte degli adolescenti italiani è riportato anche dal "10° Rapporto Nazionale sulla Condizione dell'Infanzia e dell'Adolescenza"⁸², realizzato dall'Eurispes e dal Telefono Azzurro nel 2009, con l'obiettivo di documentare la condizione dei bambini e degli adolescenti nel nostro Paese.

⁸⁰ <http://eprints.lse.ac.uk/35849/1/Social%20networking%2C%20age%20and%20privacy%20%28LSERO.pdf>
(Consultato il 21 febbraio 2013)

⁸¹ www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx (Consultato il 21 febbraio 2013)

⁸² http://www.azzurro.it/materials/a6558f88bf9c7f60e4b6592272f0ead5/fck_files/file/pdf/Pubblicazioni/rapporti/sintesi10rapportoinfanziaadolescenza.pdf (Consultato il 22 febbraio 2013)



All'interno del Rapporto, è stata effettuata un'indagine su un campione probabilistico di giovani (12-19 anni), finalizzata a delineare l'*identikit* dell'adolescente italiano, tramite la somministrazione di un questionario semistrutturato che ha coinvolto 33 scuole di ogni ordine e grado (per un totale di 1373 questionari compilati e analizzati).

Da suddetti questionari emerge che ben il 71,1% degli adolescenti intervistati possiede un profilo su Facebook. Il 28,7% degli adolescenti ritiene, inoltre, che i social network siano utili strumenti per rimanere in contatto con gli amici di sempre e con quelli che si trovano lontano o non si frequentano da molto tempo (23,6%).

Le opinioni negative sull'argomento coinvolgono solo il 13% degli adolescenti che, nell'8% dei casi, considerano i social solo una perdita di tempo e, per il 5%, sono convinti che usarli possa mettere a rischio la riservatezza personale.

Fare nuove conoscenze, con le quali confrontarsi e in cui identificarsi, rappresenta il motivo principale per cui il 14,9% dei ragazzi ha deciso di affacciarsi al mondo delle reti sociali sul web. Alcuni social dispongono di particolari applicazioni (giochi/gruppi/test, condivisione di immagini/filmati/frasi/musica) che rappresentano, per il 10,4% dei ragazzi, una possibile alternativa per riempire il tempo libero. Ridotta, invece, appare la parte di campione che sfrutta questi mezzi di comunicazione per rintracciare notizie su eventi o argomenti di proprio interesse (2,8%).

Dalla lettura di questi dati emerge chiaramente che i social network rappresentano per la maggior parte degli adolescenti un'esperienza (virtuale) significativa, al pari di altre esperienze della loro vita reale (amici, sport, scuola...). In parte ciò è connesso alla sempre più frequente mancanza – rispetto al passato – di spazi aggregativi oltre la scuola.

Così Facebook & Co. vengono principalmente utilizzati per le loro funzioni socializzanti e comunicative (coltivare e accrescere le amicizie, tenersi in contatto, esprimere e comunicare le identità).

Accertato dunque l'utilizzo relazionale e ludico dei social network, è opportuno adesso capire, attraverso una rilevazione empirica, se tra gli adolescenti esaminati esiste un utilizzo più impegnato di queste piattaforme, capace di stimolare partecipazione e coinvolgimento.



7. Giovani (adolescenti) e partecipazione

Cosa si intende per “giovane” e chi sono i giovani oggi, quali sono le difficoltà e i problemi che si trovano ad affrontare?

Il concetto di giovane pare essere sempre di più strettamente connesso ai cambiamenti socio-culturali. Infatti esso tende a variare nel corso dei decenni.

Se alla fine degli anni Ottanta le principali ricerche includevano un campione compreso nella fascia d'età tra i 15 e i 24 anni, negli anni Novanta cresce la fascia d'età fino a ricomprendere i giovani entro i 29 anni, per arrivare al terzo millennio con un ulteriore ampliamento della stessa fino ai 34 anni (Cfr. *Buzzi, C., Cavalli, A., De Lillo, A. (a cura di), Giovani del nuovo secolo. Quinto rapporto LARD sulla condizione giovanile in Italia, Ed. Il Mulino, Bologna, 2002*).

Le organizzazioni internazionali, invece, come l'Onu, considerano giovani tutti quei soggetti che hanno un'età compresa tra i 15 e i 24 anni e “giovani adulti” coloro che rientrano nella fascia d'età tra i 20 e i 24 anni. La Banca Mondiale abbassa ulteriormente il limite d'età fino a ricomprendere il dodicesimo anno di età che in Italia ricade nella fase dell'infanzia. Probabilmente questo fattore dipende dal fatto che le organizzazioni internazionali guardano ai paesi in via di sviluppo riducendo così il limite d'età per essere considerati “giovani”, anche se, persino la Commissione europea nel Libro Bianco sui Giovani, fa riferimento a questi ultimi come coloro i quali rientrano nella fascia d'età tra i 15 e i 25 anni.

Nella presente ricerca la fascia d'età presa in esame va dai 14 ai 17 anni, gli adolescenti, così come classificati costantemente in Italia.

La fascia d'età individuata ci pare essere adatta a conoscere e comprendere le dinamiche pre-voto e per tentare di meglio contestualizzare anche il dibattito (nato soprattutto in seguito alla decisione di togliere il voto alle più giovani generazioni nelle primarie del PD) sul voto ai sedicenni come possibile antidoto al distacco di molti dalla politica, all'astensionismo e all'anti-politica.

Negli ultimi anni i temi della partecipazione e della rappresentanza giovanile hanno avuto ampio spazio, sia nel dibattito sulle politiche giovanili, sia, più in generale nella riflessione sui



giovani e sul loro ruolo all'interno delle società contemporanee. Uno stimolo fondamentale in questo senso è arrivato dalla “Carta Europea di partecipazione dei giovani alla vita locale e regionale” redatta in una prima versione nel 1990 e aggiornata nel 2003 dal Consiglio D'Europa, che ha favorito l'inserimento nell'agenda politica delle amministrazioni locali del tema della promozione di politiche giovanili che vedessero gli stessi destinatari come principali coproduttori delle attività.

Nel preambolo di quel documento si afferma che “la partecipazione attiva dei giovani alle decisioni e alle attività a livello locale e regionale è essenziale se si vogliono costruire delle società più democratiche, più solidali, più prospere. (...) Partecipare ed essere un cittadino attivo, vuol dire avere il diritto, i mezzi, il luogo, la possibilità e, se del caso, il necessario sostegno per intervenire nelle decisioni, influenzarle ed impegnarsi in attività ed iniziative che possano contribuire alla costruzione di una società migliore”⁸³

L'ottica è quella di vedere i giovani non solo come i cittadini di domani, ma innanzitutto come cittadini dell'oggi, in grado di dare un contributo alla vita dell'intera comunità locale, attraverso le proprie capacità e risorse.

83 Carta europea di partecipazione dei giovani alla vita locale e regionale, ed 2003 –Preambolo



Box.2 Parlamento Regionale degli Studenti Toscani

Il Parlamento regionale degli studenti, dopo una fase sperimentale di dieci anni, è stato istituito con legge regionale numero 34 del 28 luglio 2011. Il Parlamento regionale degli studenti è l'organo democratico rappresentativo degli studenti dell'ultimo triennio degli istituti secondari di secondo grado della Toscana. Nell'esercizio delle proprie funzioni, il Parlamento regionale degli studenti potrà formulare proposte all'Ufficio di Presidenza del Consiglio Regionale e alla Giunta Regionale, osservazioni sugli atti all'esame del Consiglio regionale concernenti i giovani e il mondo della scuola e chiedere di essere ascoltato in merito dalle Commissioni consiliari competenti.

Il PRST si insedia ogni due anni, di norma nel mese novembre, nel quadro delle iniziative per la Festa della Toscana. Tutte le province della Toscana sono rappresentate nel PRST. Il numero dei seggi spettanti a ciascuna di esse è fissato in base alla popolazione scolastica. Ogni scuola secondaria può aderire e ogni studente ha diritto ad essere informato.

Il PRST è composto da 60 membri: 50 seggi sono di nomina elettiva, in rappresentanza delle istituzioni scolastiche superiori delle province toscane; altri 10 seggi spettano di diritto ai Presidenti delle Consulte provinciali studentesche o loro delegati. Le iniziative del PRST si rivolgono a tutti gli studenti delle scuole secondarie di II grado della Toscana, in particolare a quelli del terzo, quarto e quinto anno e agli organismi di democrazia studentesca. Il Parlamento regionale degli studenti orienta la sua attività al perseguimento delle seguenti finalità: promuovere la partecipazione dei giovani all'attività istituzionale e amministrativa del Consiglio regionale della Toscana, come strumento di formazione alle regole del confronto democratico; promuovere ed elaborare progetti di cittadinanza attiva, da realizzare anche in collaborazione con analoghi organismi istituiti in altre realtà territoriali; promuovere rapporti di collaborazione con le istituzioni scolastiche del territorio e altri soggetti istituzionali al fine di valorizzare e sostenere politiche di sviluppo dei valori della cittadinanza attiva e il valore della rappresentanza giovanile e studentesca; diffondere la conoscenza dell'attività del Parlamento regionale degli studenti attraverso appositi canali di comunicazione e incontri periodici con gli istituti di istruzione secondaria di II grado di provenienza.

Il meccanismo elettorale è suddiviso in due fasi: a) elezioni di primo livello (singolo istituto), in cui ogni scuola elegge due rappresentanti che parteciperanno alla seconda fase in qualità sia di grandi elettori che di possibili candidati; b) elezioni di secondo livello (provinciale), nelle quali, tra i rappresentanti delegati, vengono eletti i componenti del PRST. Sono la prima fase elettorale e si svolgono all'interno delle singole scuole ogni due anni entro il 31 ottobre, di regola in occasione delle votazioni autunnali per la elezione degli organismi scolastici. A partire dall'inizio dell'anno scolastico ogni studente può svolgere la propria "campagna elettorale" per candidarsi alle elezioni primarie che si tengono all'interno di ogni istituto scolastico. Può essere eletto Ogni studente delle classi terze, quarte e quinte delle scuole superiori della Toscana che aderisca alle finalità del Parlamento Regionale degli Studenti. Gli eletti, denominati appunto grandi elettori, hanno il diritto di essere informati dal Dirigente Scolastico sulle coordinate (data, sede e modalità elettorali) necessarie per partecipare alle elezioni di secondo livello. Ogni rappresentante dell'elettorato della scuola di appartenenza che partecipi al livello provinciale può candidarsi al PRST e ha comunque il diritto di esprimere la sua preferenza, in sede di votazione, per il candidato di suo gradimento. Sono la seconda fase elettorale che si svolge ogni due anni entro il 15 di novembre presso la sede indicata dall'Assessorato alla Pubblica Istruzione della Provincia di riferimento. Tutti gli studenti eletti nel primo livello (istituto scolastico), cioè i grandi elettori, vi partecipano in qualità di elettori e di potenziali candidati. L'Assemblea del PRST, si insedia, ogni due anni nel mese di novembre, in concomitanza con la celebrazione della Festa della Toscana. L'Assemblea elegge il Presidente e l'Ufficio di Presidenza, formato da dieci studenti in rappresentanza di ciascuna provincia. L'ufficio di Presidenza ha il compito di programmare e coordinare i lavori dell'Assemblea. Le regole per il comportamento in Aula sono dettate dal disciplinare delle modalità di elezione e funzionamento. Alle sedute plenarie si devono aggiungere le riunioni dell'Ufficio di Presidenza e quelle delle Commissioni in cui il Parlamento decide di articolarsi annualmente. Nel lavoro gli studenti sono affiancati dai docenti referenti e dai tutors (ex parlamentari-studenti che vogliono restare in contatto con il PRST). Il PRST lavora ogni legislatura su un tema scelto dai parlamentari, dal quale prende avvio un percorso di approfondimento per tappe: con un seminario residenziale che precede l'insediamento, con visite di studio e approfondimento, con l'elaborazione da parte delle Commissioni del PRST di prodotti da diffondere nelle scuole, durante campagne di sensibilizzazione sul tema di attività prescelto, con una seduta finale per la valutazione di proposte e risultati.

Fonte: <http://www.consiglio.regione.toscana.it/prst/>



Il rapporto tra giovani e politica è anche uno dei temi più controversi nel dibattito scientifico e politico attuale. Il motivo della complessità del problema è legato, in parte, all'estrema varietà e settorialità degli approcci di ricerca normalmente impiegati per l'analisi della condizione giovanile e delle sue continue trasformazioni; in parte, tale ambiguità interpretativa è legata alla contraddittorietà delle valutazioni esistenti, in merito alla politicizzazione o spolicizzazione delle giovani generazioni. Per quanto riguarda la settorialità degli approcci, la ricerca sociologica è orientata, nel complesso, su due principali direzioni di analisi. La prima direzione, microsociologica, focalizza il suo interesse esclusivamente sui processi di mutamento che si verificano all'interno dell'esperienza giovanile, disinteressandosi dell'ambito della politica. La seconda direzione, invece, concentra la sua attenzione sui macro processi politici, trascurando la specificità dei cambiamenti che avvengono nei giovani⁸⁴. Tuttavia, un altro dato spiega meglio l'ambivalenza presente nell'attuale rapporto tra giovani e politica: la presenza di diverse e contrastanti rappresentazioni sociali della condizione giovanile, fornite dalla sociologia.

La prevalenza demografica (i giovani oggi rappresentano una netta minoranza della popolazione italiana) e il palese squilibrio di potere tra le generazioni ha portato a risolvere la domanda con la più classica delle affermazioni "i giovani di oggi non hanno più valori", che fa riferimento ad una presunta epoca d'oro (che quasi sempre coincide con la giovinezza di chi detiene il potere), in cui le giovani generazioni avevano tutt'altre capacità e voglia di impegno.

Non si tratta certo di una posizione nuova, in quanto affermazioni come questa si trovano in tutta la storia, a partire dagli autori greci e latini.

In Italia, per esempio, è ancora forte e viva l'immagine del giovane quale individuo politicamente impegnato, soggetto centrale nei processi di mutamento politico e predisposto "naturalmente" al coinvolgimento politico; questa rappresentazione è figlia della fase movimentista degli anni '60 e '70 (caratterizzata dalla nascita di numerosi movimenti studenteschi, femministi e generazionali, uniti nella protesta contro il sistema vigente). Altre

⁸⁴ Caniglia E., *Impegno politico giovanile: verso una ridefinizione concettuale*, in *Il dubbio. Rivista di critica sociale*, 1, 2002.



indagini sociologiche più recenti interpretano il giovane come soggetto simbolo della chiusura nel privato e dell'estraneità totale verso il mondo della politica.

Due visioni nettamente contrapposte, dunque, che in realtà esprimono due fenomeni reali che si autoalimentano in un processo che affonda le sue origini nei primi anni '80 e che ha visto la progressiva costruzione di contesti giovanili definiti più dalle pratiche di consumo che da quelle di partecipazione.

Molto ha contribuito il sistema mediatico, che ha diffuso (e continua a farlo tutt'ora) una immagine ed un concetto di giovane piuttosto stereotipato attorno ai temi della musica, del divertimento e dello sballo, riducendone fortemente la policromia e faticando a mostrare le eccellenze giovanili nel campo del lavoro, della formazione, dell'associazionismo, della cultura.

L'appiattimento attorno alle dimensioni del divertimento e del consumo, all'interno di contesti spesso preconfezionati da soggetti adulti, ha fatto sì che molte esperienze si siano trasformate in spazi chiusi, incapaci di generare vere competenze sociali, pienamente spendibili negli altri contesti. In questi ambiti si generano tutt'al più competenze relazionali e situazionali specifiche, utili per gestire le relazioni e le situazioni di quel contesto, ma poco trasferibili al di fuori di esso.

In questo modo è andato ulteriormente alimentandosi il processo per cui l'inclusione nel mondo giovanile comportava la (auto)esclusione da un più ampio contesto partecipativo e politico in senso lato, che rimaneva appannaggio delle generazioni adulte.

Un modo per non cadere nella trappola sia della settorialità degli approcci di ricerca, sia delle diverse e contrastanti rappresentazioni sociali dei giovani sopracitate, è quello di concentrarsi sui mutamenti di tipo culturale che stanno a monte della politica e della condizione giovanile e che hanno prodotto nelle giovani generazioni una crisi essenzialmente di natura "motivazionale". Ciò significa una perdita di ragioni e contenuti di senso, necessari per alimentare e tenere viva la "cultura dell'impegno", intesa come l'ambito entro cui sono racchiuse le dimensioni di senso e le basi motivazionali dell'impegno giovanile. Giddens collega



il concetto di “cultura dell’impegno” a quello di *emancipatory politics*⁸⁵. Secondo quest’ultimo, la politica consiste in un insieme di richieste di emancipazione del singolo individuo da una serie di condizioni storiche di ingiustizia e di costrizione (emancipazione dal dominio economico, sociale, politico, dalla tradizione morale e da quella religiosa). I movimenti giovanili degli anni ‘60 e ‘70 costituiscono un esempio significativo di forme di mobilitazione alimentate da una “cultura dell’impegno” di tipo “emancipatorio” appunto. Con gli anni ‘80 la “cultura dell’impegno” entra in crisi per l’azione di due processi reciprocamente intrecciati: l’individualizzazione (che porta a un crescente disincanto verso le tradizionali appartenenze e forme politiche); l’emergere del sapere scientifico nei compiti politici (e ciò alimenta la progressiva marginalizzazione di quell’attivismo politico non legato alla politica professionale o alla semplice partecipazione episodica)⁸⁶. Si genera quindi un processo di «secolarizzazione della politica»⁸⁷: questa non scompare, ma si privatizza, si individualizza, si frammenta e si ricompone all’interno di una pluralità di relazioni sociali, al di là dei confini del sistema politico tradizionale. Essa, inoltre, si riduce a scienza della mediazione e a risoluzione tecnica di problemi “neutri”, praticata da esperti e professionisti. Il sapere tecnico e scientifico, promosso attivamente dalla riforma neoliberista dei sistemi educativi, sostituisce il tradizionale sapere ideologico (quello dei partiti di massa) nella definizione dei fini dell’azione politica. La politica si chiude in sé «con il suo professionismo e il suo specialismo scientifico e rischia di smarrire ogni riferimento con il dibattito sul tema pubblico. Così facendo, l’attivismo politico finisce inevitabilmente per perdere ogni capacità attrattiva nei confronti del normale cittadino, e il riflusso nel privato, il disinteresse per la politica e per il dibattito sulla cosa pubblica ne costituiscono l’inevitabile corollario a livello societario. Con la conseguenza che dentro i circuiti tradizionali della partecipazione politica, e in particolare dentro i partiti, troveremo soltanto chi ha scelto la

⁸⁵ Giddens A., *Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age*, cit.

⁸⁶ Caniglia E., *op. cit.*

⁸⁷ Raffini L., *Cittadini precari. I giovani italiani tra fuga nel privato e nuove forme d’impegno*, in *Tra il palazzo e la strada. Giovani e democrazia in Europa*, Bettin Lattes G., Monti Bragadin S., Pirni A., Soveria Mannelli, Rubbettino, 2008.



politica come ambito professionale oppure chi offre consulenza specialistica e tecnica – gli esperti⁸⁸».

Diventa marginale quindi la figura del militante contraddistinto da un forte impegno politico (di tipo civico non professionale e disinteressato), poiché non ha più senso per le organizzazioni partitiche contemporanee. Le spinte alla de-tradizionalizzazione e all'individualizzazione sono rafforzate dalla crisi economica e istituzionale che sembra caratterizzare negli ultimi anni la società contemporanea e da cui dipendono le trasformazioni del mondo del lavoro (contraddistinto da condizioni di maggiore flessibilità lavorativa e/o precarietà economica) nonché il ritardo con cui si realizza il passaggio alla vita adulta da parte delle nuove generazioni.

Una politica esclusivamente tecnocratica rischia, però, di non riconoscere alcuna importanza alle opinioni e alla partecipazione dei cittadini. L'attivismo politico giovanile, di conseguenza, appare schiacciato tra il ridimensionamento della militanza e del fattore ideologico (che toglie senso e occasioni all'impegno politico personale) e lo sviluppo di un "individualismo radicale" (che toglie valore e significato a tutto ciò che unisce gli individui). Il tramonto delle ideologie ha portato con sé l'attenuazione delle tensioni politiche (pensiamo, per esempio, alle forme di fanatismo o di estremismo) e la perdita di centralità della politica nella vita del singolo individuo (dovuta, a sua volta, alla perdita delle grandi cause per cui combattere e alla mancanza delle certezze ideali e morali a cui affidarsi).

Ciò non significa, però, la scomparsa totale dell'impegno politico giovanile, piuttosto un allontanamento dei giovani dalle forme istituzionali di partecipazione politica (su tutte l'esercizio del voto) verso pratiche partecipative non convenzionali (partecipare a proteste, cortei, atti di consumerismo politico, *et al.*) e coinvolgimento civico e sociale (associazionismo, volontariato).

L'individualismo, dunque, riscrive profondamente l'impegno politico sia dal punto di vista delle sue modalità organizzative tradizionali (come la militanza partitica o sindacale) sia dal punto di vista culturale (ossia dei significati e delle motivazioni di fondo).

⁸⁸ *Ibidem.*



Il filo conduttore di questa riformulazione della politica è costituito dalla riscoperta della soggettività e della centralità dell'individuo da parte della cultura giovanile. Per quanto riguarda le modalità organizzative, i giovani preferiscono impegnarsi nei movimenti oppure nel mondo dell'associazionismo civico, poiché in essi è possibile conservare il controllo e l'autonomia delle proprie azioni, senza rinunciare alla spontaneità e alla flessibilità, e soprattutto tenendosi alla larga dalle gerarchie e dalle logiche burocratiche tipiche dei partiti tradizionali. Per quanto riguarda l'aspetto culturale, l'individualismo giovanile considera l'impegno pubblico come un'azione legata alla soddisfazione personale, alla gratificazione immediata, una risposta dunque alle esigenze di autorealizzazione. Si crea quindi una sorta di «individualismo altruista»⁸⁹, che mette insieme due elementi considerati generalmente in opposizione, vale a dire l'autorealizzazione e l'impegno per gli altri. Secondo questa visione, l'impegno politico non significa necessariamente sacrificio di sé né operare delle rinunce rispetto alla propria individualità, né infine appartenenza a un'organizzazione politica; non comporta dedizione assoluta né l'adesione a un progetto ideologico definito.

È ridefinito, inoltre, il rapporto tra privato e pubblico. Se nella politica tradizionale l'impegno si collocava esclusivamente nella sfera pubblica, nella politica giovanile esso si colloca sia a livello pubblico sia a livello privato, poiché le due sfere appaiono interconnesse e non più rigidamente separate. Sono proprio gli elementi del privato (come i sentimenti e le emozioni, i legami familiari e amicali) ad alimentare le motivazioni dell'impegno pubblico: «vicende strettamente personali di deprivazione o di sofferenza vengono reinterpretate nell'ottica della difesa di valori universali e alimentano l'impegno del singolo individuo in campagne di sensibilizzazione collettiva e di pressione politica. In altri termini, l'impegno pubblico personale è basato ampiamente sugli investimenti affettivi del singolo»⁹⁰.

⁸⁹ Beck U., *Figli della libertà: contro il lamento sulla caduta dei valori*, in *I rischi della libertà*, Beck U., trad. it., Bologna, Il Mulino, 2000.

⁹⁰ Caniglia E., *op. cit.*



Nel dettaglio, ci sono diverse nuove pratiche partecipative, scaturite dall'impegno politico delle nuove generazioni, come ci suggerisce Caniglia⁹¹. La prima forma politica di partecipazione è legata alla **“politica dei sentimenti”**, secondo la quale le motivazioni che spingono il giovane a impegnarsi derivano da elementi maturati nella sfera privata (vedi i legami affettivi e i sentimenti).

La seconda forma politica si rintraccia nel modello della **“politica della vita”**, che comporta la politicizzazione del quotidiano. Ciò significa che tutte quelle controversie concernenti la vita domestica, le relazioni tra i generi, la sessualità *et al.*, che in passato non erano oggetto di conflitto politico perché regolate da istituzioni non politiche (come la religione o la morale tradizionale), diventano adesso ad alto contenuto politico, poiché incidono profondamente sull'ordine sociale.

La terza forma politica è legata al concetto di **“politica dell'identità”** e al bisogno giovanile di riconoscimento della differenza e di autenticità. La politica diventa, quindi, il terreno privilegiato per affermare la propria identità e le controversie che nascono su questo terreno assumono una configurazione politica oppure mettono in discussione i codici e le convenzioni costruite socialmente e culturalmente.

Infine, l'ultima forma politica consiste nel modello del **“lavoro di impegno civile”**, ossia una modalità di impegno politico (principalmente nel volontariato sociale, nelle organizzazioni non governative e nel mondo associazionistico), non più motivata dal tradizionale senso del dovere, dallo spirito di sacrificio individuale e dal principio del bene comune, bensì da elementi che riguardano il bisogno di autorealizzazione. In tutte queste forme politiche, l'individualismo, «lungi dal tradursi in allontanamento dalla politica, si trasforma in un fenomeno che può essere assunto come una valida risorsa per l'impegno politico e lo sviluppo di una consapevolezza civica nel mondo giovanile. In questo senso non è né egoismo né adesione al consumismo, bensì qualcosa di profondamente morale e, in quanto tale, non è

⁹¹ *Ibidem.*



affatto antipolitico o impolitico»⁹². Un ruolo fondamentale all'interno delle nuove modalità di partecipazione da parte dei giovani ce l'hanno, indubbiamente, le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione, capaci di riconfigurare completamente le forme della politica nella società delle reti.

In un contesto più ampio, dove il fenomeno della partecipazione, solo apparentemente in crisi, sta anch'esso mutando, studiare i caratteri delle varie forme di espressione del senso civico rinvia all'analisi delle necessità- per certi aspetti inedite - che spingono donne e uomini, ragazze e ragazzi ad animare, arricchendola, la società civile attraverso l'esperienza partecipativa, con particolare riferimento a quella politica.

Apprenderemo che questa differente connotazione del fenomeno partecipativo, soprattutto tra i giovani, è originata in buona parte da una trasformazione delle vocazioni personali sicuramente più autocentrate, autoriflessive, meno protese ad assecondare istanze di tipo collettivo, imposte, rigide per certi aspetti.

Le indagini IARD da anni dedicano ampio spazio alla sfera valoriale delle giovani generazioni. Secondo l'ultimo rapporto il valore sul quale risulta esserci il più ampio consenso è la salute: più di nove ragazzi su dieci la ritengono "molto importante". Segue poi la sfera del privato: la famiglia, l'amore, le amicizie; nel 2002 De Lillo parlò di una "socialità ristretta" delle nuove generazioni concentrate sulla sfera privata, ed in particolare sulle relazioni amicali e familiari. "E' come se - dice De Lillo - intorno alla famiglia si andasse progressivamente strutturando un nucleo forte di valori tutti riferiti all'intorno sociale immediato della persona; nucleo che pervade di sé e qualifica l'intero sistema valoriale delle giovani generazioni" (De Lillo, 2002, 41).

In vetta alla classifica emergono anche dei valori in apparente contraddizione con la diagnosi appena descritta: la pace e la libertà che rappresentano dei beni collettivi; le interpretazioni più diffuse (De Lillo, 2002, 2006) tendono ad avvalorare l'ipotesi che sia la pace che la libertà non vengano interpretati dai ragazzi come bene comune, ma ricondotte alla possibilità di affermazione del sé, prerequisiti per l'auto-realizzazione (Bazzanella, 2007, 20).

⁹² *Ibidem.*



Di rilevanza contenuta tutto ciò che attiene all'impegno (impegno sociale, solidarietà, interessi culturali) e alla sfera pubblica (patria, religione, attività politica) ma anche tutto ciò che riguarda il divertimento, il benessere economico, il fare carriera, il guadagnare molto, il prestigio sociale. Dunque ragazzi sicuramente concentrati su loro stessi, ma orientati verso quei valori definiti post-materialisti (Inglehart, 1977), che attribuiscono rilevanza alla auto-realizzazione di se stessi, intesa però, non come affermazione sociale e materiale, bensì come libertà individuale, come espressione di relazioni positive (Bazzanella, 2007, 20)51.

Scoprire, quindi, che l'esperienza partecipativa (anche) dei giovani fiorentini, oggi, è più che mai "creazione e sintesi emotiva" piuttosto che senso del gruppo, impegno, condivisione di spazi e di idee predeterminate, non sorprenderà più di tanto.

"Se riesco a vivere le mie passioni e i miei interessi con altri ragazzi sono felice e soddisfatto, non è che voglio contribuire alla pace nel mondo..."

Un attivismo guidato e dominato dalla sfera personale, dunque, più che da pulsioni verso ideali universalistici.



Seconda Parte: La ricerca

Adolescenti, nuovi media e partecipazione politica

La presente ricerca, che ha coinvolto un campione di oltre 200 studenti (tra i 14 e i 17 anni) delle Scuole Secondarie di Secondo Grado del territorio provinciale di Firenze iscritti a differenti indirizzi di studio, si è posta l'obiettivo di divenire uno strumento d'analisi per i decisori politici e gli educatori che operano con i giovani, utile per la ricerca di nuove forme di promozione della partecipazione giovanile.

L'idea che muove questa ricerca è infatti indagare se e quale relazione esiste tra adolescenti, partecipazione e nuovi media in termini di fonti informative, social networking e civismo e di promuovere un rapporto virtuoso tra la diffusione dei nuovi media e la partecipazione civica attiva dei giovani.

La diffusione massiccia di mezzi tecnologici sempre più evoluti per la comunicazione interpersonale è ormai da anni testimoniata da numerose ricerche e risulta da tempo evidente che questa diffusione ha avuto forti ripercussioni sull'intero sistema mediale.

Il sistema dei media non solo è cambiato nelle sue componenti tradizionali (televisione e radio, quotidiani e periodici, libri), ma si è notevolmente esteso sulla base dell'importante presupposto costituito dallo sviluppo tecnologico.

Si sono moltiplicati gli strumenti di fruizione dei tradizionali contenuti medialità che permettono un ampliamento dell'offerta e una personalizzazione del consumo .

Ma soprattutto l'avvento del personal computer e di Internet, degli smart phone e delle tecnologie associate, hanno profondamente esteso e modificato il dominio del consumo mediale, per di più attraverso un mezzo ibrido dal punto di vista degli usi, che non può essere completamente contenuto nella sfera del consumo culturale del tempo libero ma è al contempo mezzo di comunicazione personale e strumento di studio e lavoro

Attraverso l'indagine si è cercato di riflettere su tali quesiti “i nuovi media rappresentano per i giovani una realtà dove si possono davvero acquisire conoscenze e strumenti utili ad ampliare le proprie informazioni riguardo al mondo che li circonda?” e soprattutto “sono uno spazio di



confronto e di crescita tra pari, che offre loro la possibilità di sperimentare forme di partecipazione e di libertà di espressione difficilmente garantiti negli spazi reali del vivere quotidiano?”

Mettendo a disposizione diverse opportunità di relazione e di comunicazione, i nuovi media sono o possono essere strumenti che attivando nuove strategie e percorsi di identificazione, di rappresentazione del sé e della propria realtà di riferimento, contribuiscono a edificare valori e categorie simboliche, attraverso i quali attivare dimensioni inedite di partecipazione sociale e di relazione dei giovani con il mondo circostante?

La ricerca è stata articolata secondo due distinti momenti e metodologie d'indagine.

In primo luogo è stato somministrato alla popolazione studentesca degli istituti secondari di II grado della Provincia di Firenze, secondo il metodo di campionamento sotto descritto, un questionario strutturato che verteva su tre ambiti specifici di indagine: il capitale culturale e relazionale dell'intervistato e della famiglia, i vissuti partecipativi e la conoscenza e l'uso dei nuovi media da parte dei giovani, nonché la loro percezione relativamente alla funzione che questi possono svolgere rispetto all'incremento della partecipazione dei giovani alla vita civica attiva. Si tratta di uno strumento quantitativo, composto da 52 domande, prevalentemente a risposta multipla e con alcune domande aperte che è stato somministrato agli studenti grazie alla disponibilità dei Dirigenti scolastici e degli insegnanti che hanno aderito al progetto consentendoci di intervistare i loro studenti.

In secondo luogo è stato svolto un focus group con un campione di giovani adolescenti (8) selezionati tra i Parlamentari degli studenti (5) e studenti “senza cariche” (3) allo scopo di integrare qualitativamente l'indagine con un'osservazione più approfondita delle dinamiche partecipative.

Le considerazioni principali emerse dal focus group sono riportate in appendice.

Si è inoltre proceduto con un'intervista ad un rappresentante degli studenti, politicamente molto attivo, on e offline e tra i fondatori di *Future-Dem*, un'esperienza di Partecipazione politica nata in rete (su Twitter #futuredem era un hashtag) e diventata poi un'associazione offline.



a. **Il questionario⁹³: elaborazione e analisi dei dati**

L'indagine assume come riferimento principale la popolazione studentesca (di età compresa tra i 14 e i 17 anni) di Istituti superiori della Provincia di Firenze e di una rappresentanza di parlamentari degli studenti e loro Grandi Elettori , così ripartiti:

Tipologia studenti	n.unità
Studenti	172
<i>Gruppo B</i>	<i>172</i>
Grandi Elettori	10
Parlamentari degli Studenti	35
<i>Gruppo A</i>	<i>45</i>
Totale questionari	217

In fase di programmazione ci si era posti l'obiettivo di stratificare il campione in virtù dell'universo di riferimento sia in termini di sede degli Istituti Fiorentini (in particolare quelli con sede nella città di Firenze e quelli più periferici) sia per area formativa.

In sede di realizzazione non tutti gli istituti individuati si sono resi disponibili a collaborare all'indagine e dunque la stratificazione è variata rispetto all'ipotesi di partenza.

Gli Istituti coinvolti direttamente per la somministrazione dei questionari sono stati:

- Sasseti Peruzzi (19 studenti)
- Ferraris (20 studenti)
- Brunelleschi (74 studenti)
- Da Vinci (28)

Gli altri intervistati sono stati selezionati in base all'appartenenza ai gruppi "Parlamentari degli Studenti" (35) e "Grandi Elettori" (10) e un ulteriore gruppo di studenti "non attivi" non

⁹³ In appendice alleghiamo il questionario



compresi negli Istituti sopracitati.(25).

Gli istituti di appartenenza di questi intervistati sono dunque casuali e offrono una campione più completo, comprendendo più aree formative.

Il questionario utilizzato è di tipo semi-strutturato, composto da 52 domande in prevalenza a risposta chiusa e semichiusa (dando la possibilità all'intervistato di aggiungere una propria risposta a quelle già previste) e 6 a risposta aperta.

Le domande presenti nel questionario possono essere raggruppate in tre sezioni. La prima sezione è dedicata ai dati sociografici, ossia quelle informazioni anagrafiche, sociali ed economiche che contraddistinguono il soggetto intervistato (quali sesso, età, luogo di nascita e residenza, tipologia di scuola e istituto, titolo di studio e professione dei genitori).

Nella seconda sezione si raccolgono informazioni circa l'impiego del tempo libero degli intervistati e il loro grado di partecipazione e coinvolgimento ad associazioni di vario tipo (come, per esempio, partiti politici, scout, club di tifosi, collettivi studenti, gruppi di fan, volontariato, ecc.). Si cerca poi di capire se anche i genitori sono impegnati in attività di associazioni, partiti politici o gruppi vari; si individuano, inoltre, i temi politici/sociali in grado di attivare la partecipazione giovanile e quali sono le posizioni in merito a tali temi.

La terza e ultima sezione intende individuare qual è la dieta mediale e il tipo di utilizzo prevalente che gli adolescenti fanno di Internet e dei social network, cercando di rispondere ai seguenti quesiti: questi strumenti online vengono usati solo per giocare e chattare oppure anche per informarsi? E ancora, sono capaci di attivare, stimolare e influenzare la partecipazione alle attività associative?

Nella stesura della presente relazione l'elaborazione dei dati proveniente dall'analisi dei dati ricavati attraverso il questionario sarà sviluppata secondo tre linee:

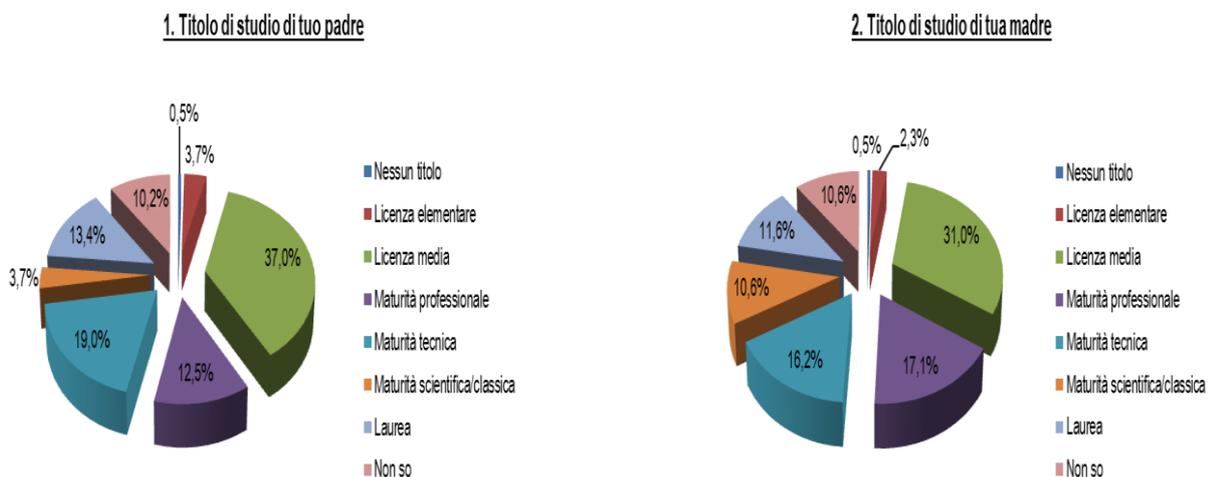
- Selezionando le percentuali più significative riferite al totale del campione intervistato
- Incrociando alcune variabili (quelle selezionate come di particolare interesse per la ricerca) per il totale del campione intervistato

- Comparando alcune percentuali tra i due sotto-gruppi che hanno presentato le maggiori differenze ossia il gruppo A (composto da Parlamentari degli Studenti e Grandi Elettori) e gruppo B (composto da tutti gli altri studenti).

A seguire un breve quadro socio-demografico dei 217 adolescenti interpellati, in modo da sintetizzare i dati raccolti dalla prima sezione del questionario.

La maggioranza di loro è di sesso maschile (70%) e vive nella provincia fiorentina (Firenze, Empoli, Calenzano, Campi Bisenzio). Per quanto riguarda l'istruzione scolastica i dati sono influenzati dalle scuole che hanno consentito la somministrazione del questionario, il 75% di loro frequenta un Istituto (tecnico-commerciale, geometri, biologico-sanitario, alberghiero, psico-pedagogico) il 15% un Liceo, il 10% un istituto professionale.

Riportiamo adesso attraverso grafico, il titolo di studio posseduto e la professione di entrambi i genitori degli intervistati.



Per quanto riguarda il titolo di studio dei genitori c'è da segnalare la più alta percentuale, per entrambi i genitori, della licenza media (37% padre, 31% madre). La madre ha i titoli più alti,

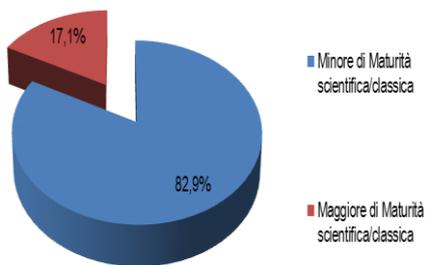
sommando la maturità tecnica, quella liceale e la laurea arriva al 38,4%, mentre il padre al 36,1% (di cui 19% in maturità tecnica). La maturità liceale è, per i padri, alla stessa percentuale della licenza elementare. Appena più alto di 2 punti percentuali il possesso di una laurea per il padre.

Per entrambi i genitori il 10% degli studenti non conosce il loro titolo di studio.

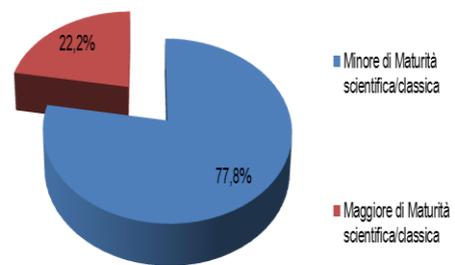
Da indicare poi la differenza delle risposte del solo gruppo A per i quali i livelli di studio dei genitori sono più alti, rispetto al gruppo B (Padre: Maturità tecnica 22%, Liceo 9%, laurea 22% - Madre: tecnica 13%, Liceo 15%, Laurea 24%).

Si conferma che il percorso più “impegnato” verso la collettività e l’attività politica è favorito dalla provenienza da famiglie con capitale culturale più elevato.

1b. Titolo di studio di tuo padre



2b. Titolo di studio di tua madre



Più in generale, unendo i titoli di studio rilevati in due sole categorie, titoli di studio minori del diploma (inserendo anche maturità tecnica) e maggiori (accorpando maturità liceale e laurea), si deduce che le madri hanno una percentuale leggermente più alta di titoli di maggior livello (22,2% vs 17,1%).

Questo accorpamento si è reso necessario per incrociare la variabile con altre (es. lettura quotidiani, media preferito per informarsi, partecipazione ad attività associative etc.) al fine di comprendere se il capitale culturale della famiglia di origine ha una qualche influenza nelle

abitudini e nelle pratiche associative dei figli, come vedremo più avanti.

Un primo incrocio è stato realizzato per capire se il titolo dei genitori ha una qualche influenza sulle decisioni future (D. 5 “Dopo la scuola media superiore cosa pensi di fare?”):

	minore di maturità liceale		maggiore di maturità liceale	
Iscriverti all'Università	20,1%	parziale	40,6%	parziale
Cercare lavoro	23,3%		15,6%	
Iscriverti Università e cercare lavoro	20,1%		26,0%	
Non ho ancora deciso	36,6%	100,0%	17,7%	100,0%

Nonostante i due sottocampioni di riferimento siano molto sbilanciati a favore di coloro che hanno genitori con titolo di studio più basso della maturità liceale si può rilevare quanto segue:

- C'è una più ampia percentuale di indecisi tra coloro che hanno genitori con titoli più bassi (36,6% vs 17,7%) Ciò non significa necessariamente che non ci sia idea per il proprio futuro personale ma, come spesso accade, si decide alla fine del percorso scolastico, anche in riferimento alla condizione economica della famiglia. Chi ha titoli di studio più bassi pare avere anche una professione meno redditizia e, soprattutto in periodo di crisi economica, la scelta post-diploma può dipendere anche da fattori economici, non solo alle ambizioni personali.

- Parzialmente a sostegno di quanto detto c'è anche la percentuale riferita all'opzione “cercare lavoro” (escludendo dunque l'iscrizione a corsi universitari) che è del 23,3 % per coloro che hanno genitori con titoli più bassi rispetto al 15,6% degli altri. Così come la voce *opposta* (università, escludendo la ricerca di lavoro, anche in contemporanea) che vede il 40,6% di coloro che hanno genitori con titoli più alti scegliere la sola opzione universitaria a fronte del 20,1% degli altri.

Da segnalare comunque che la scelta per il futuro è molto mobile in età adolescenziale, definita spesso a ridosso dei tempi e dipendente anche dal tipo di percorso formativo



intrapreso. Dunque già nella scelta della scuola superiore si comincia a delineare il futuro (la scelta di iscriversi ad un istituto professionale ha perlomeno una proiezione diversa rispetto a quella per un liceo).

Il processo di costruzione identitaria degli adolescenti è complesso e difficoltoso, sperimentano, spesso, realtà incerte e portatrici di continui cambiamenti, ed è caratterizzato da mobilità, fluidità, oscillazione.

Per quanto riguarda la professione dei genitori avevamo previsto una scelta tra 13 professioni; in sede di elaborazione dei dati abbiamo valutato l'opportunità di accorpare alcune di queste (per presunto reddito e livello di responsabilità).

Di seguito la legenda:

A Dirigente - quadro libero professionista

B operaio- pensionato – coltivatore diretto

C Lavoratore saltuario- disoccupato

D Imprenditore – Artigiano – Commerciante

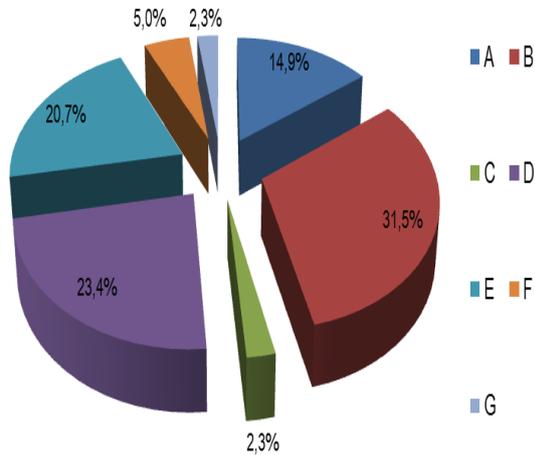
E Insegnante – impiegato

F Altro

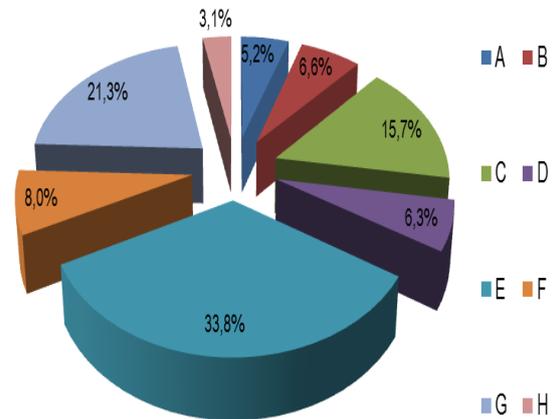
G non so

H casalinga

3b. Professione di tuo padre



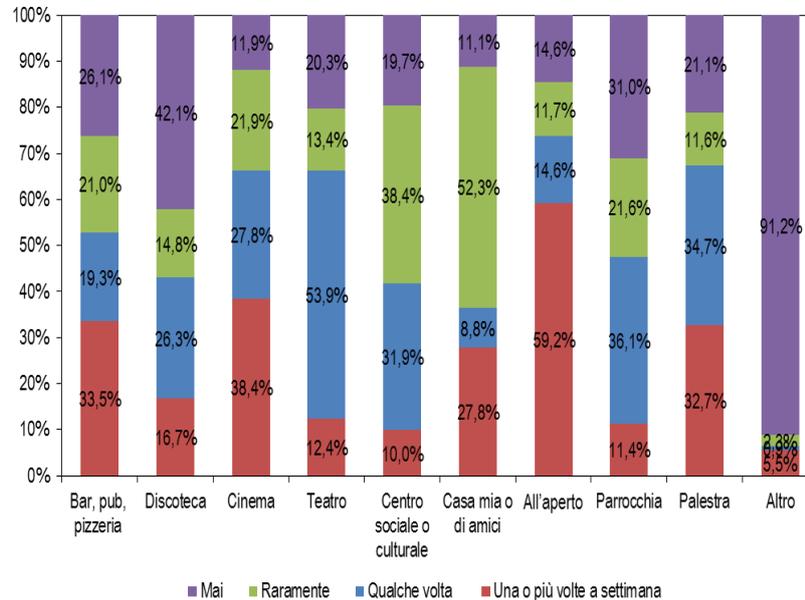
4b. Professione di tua madre



Le professione del padre è più equamente distribuita tra le possibili opzioni con una bassa percentuale (2,3%) di lavori saltuari o disoccupati. Percentuale che cresce invece al 15% per le madri, confermando le statistiche nazionali sull'occupazione femminile, che presentano più alta concentrazione sulle professioni impiegato-insegnante.

Da segnalare, tra l'altro, una alta percentuale (21,3%) di "non so" riferita alla professione della madre.

7. Come hai passato il tuo tempo libero negli ultimi mesi?



E' interessante l'attenzione al modo in cui i giovani riempiono il tempo libero per l'analisi sulle tipologie dei consumi (ricreativi e non) e sulle pratiche partecipative. Come si gestisce il tempo libero (il tempo privo di impegni scolastici, familiari e lavorativi) rappresenta un utile strumento di analisi dell'universo giovanile, adesso ancora di più, per la permanenza prolungata presso il nucleo familiare di origine e per le modalità di accesso al mercato del lavoro sempre più lente e complicate (Livi Bacci, 2008⁹⁴), fenomeni che, tra le altre conseguenze, tendono a dilatarne gli spazi e i tempi.

Il tempo libero dei soggetti intervistati si distribuisce sostanzialmente tra bar/pub/pizzeria, (33,5%), cinema (38,4%), ritrovi in casa (27,8%) palestra (32,7) ma più della metà del campione (59,2%) predilige attività all'aperto (da intendersi come passeggiate, strusci, ritrovi ai giardini o nelle piazze etc.). Poco visitati risultano i centri sociali/culturali, i teatri, le discoteche e le parrocchie.⁹⁵ I consumi culturali (musei, mostre e teatri) risultano decisamente meno diffusi.

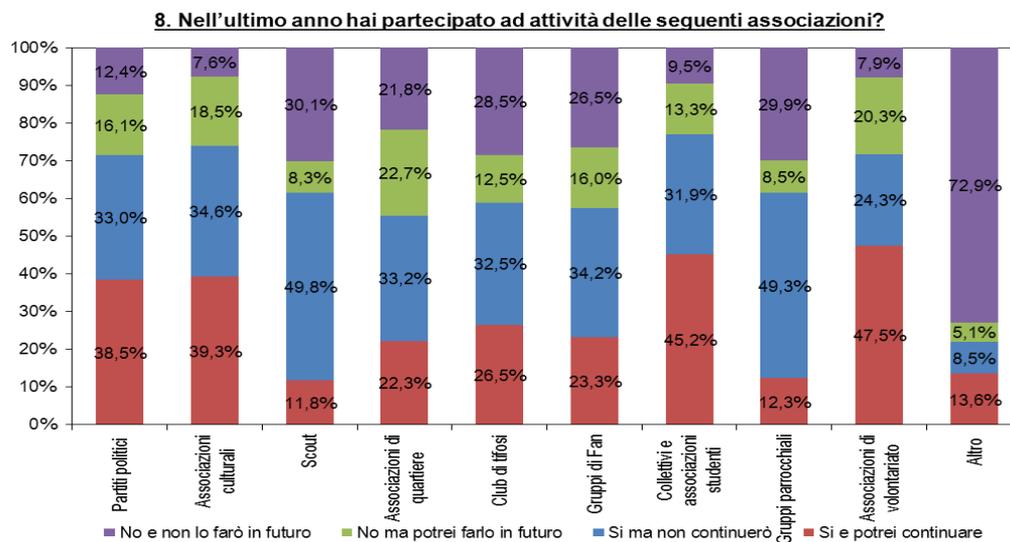
Le pratiche di consumo di tempo libero per gli intervistati più politicamente attivi (I

⁹⁴ Livi Bacci M. , Avanti giovani, alla riscossa. Come uscire dalla crisi giovanile in Italia, 2008, Il Mulino € 8,50

⁹⁵ Le percentuali indicate si riferiscono alla risposta "una o più volte a settimana" ossia a quelle pratiche di utilizzo del tempo libero praticate con continuità.

Parlamentari e i Grandi Elettori, gruppo A) confermano il trend complessivo concentrando ancor più le pratiche tra attività all'aperto o a casa di amici (71% entrambi); a seguire Bar pub e pizzerie (42,2%).

Le scelte su come impiegare il tempo libero e, in particolare, i consumi ricreativi e culturali sono condizionati da un lato dalle caratteristiche socioeconomiche e socioanagrafiche degli studenti e delle loro famiglie e dall'altro, come si potrà vedere anche per le pratiche partecipative, dalla zona in cui si vive, a cui corrisponde una diversa offerta di opportunità.



La partecipazione attiva degli adolescenti ad attività “associative”⁹⁶ nell'ultimo anno risulta piuttosto consistente. A colpo d'occhio emergono valori particolarmente significativi se ci riferiamo alle percentuali date dalle risposte in positivo (“Si e potrei continuare”, “si ma non continuerò”), ossia aver partecipato nell'ultimo anno:

il 71,5% ha partecipato ad attività (di vario genere) legate ad un partito politico. Anche se quasi la metà di queste (33%) non sembra voler ripetere l'esperienza.

Il 71,8% ha partecipato ad attività legate al mondo del volontariato e il 47,5 % ha giudicato

⁹⁶ Le attività sono state divise per categorie e analizzate singolarmente. Le categorie sono: partiti politici, associazioni culturali, scout, associazioni di quartiere, club di tifosi, gruppi di fan, collettive e associazioni studenti, gruppi parrocchiali, associazioni di volontariato, altro.



positiva e da ripetere questa esperienza. Così come coloro che hanno partecipato ad attività “studentesche” (77,1%) o hanno collaborato con associazioni culturali (73,9%) anche se con percentuali leggermente più alte riferite all’abbandono delle stesse attività in futuro.

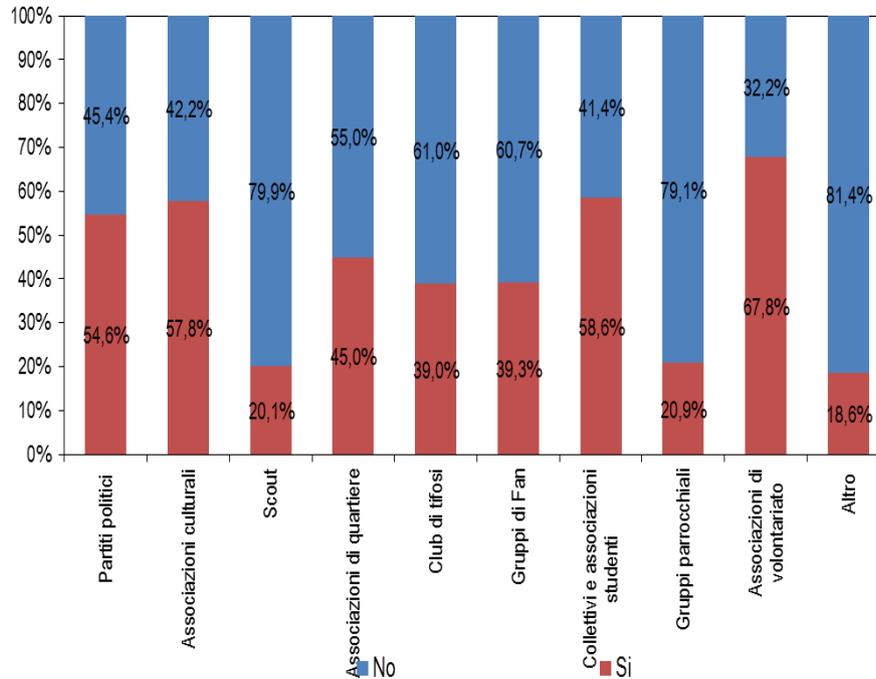
Si legge inoltre una certa volontà a frequentare associazioni culturali, associazioni di volontariato e associazioni di quartiere (intorno al 20%) da parte di coloro che non hanno ancora svolto nessuna di queste attività ma potrebbero farlo in futuro.

Bassa (sul 12%) la partecipazione e la volontà di ripetere l’esperienza nei gruppi parrocchiali e scout, alta la partecipazione nell’ultimo anno ma senza l’impegno a partecipare in futuro (più del 49%).

Stando ai dati Istat, oggi in Italia, il 24,8% delle persone con più di 14 anni partecipa attivamente a qualche forma di associazionismo volontario. A livello territoriale si evidenziano delle profonde differenze: nelle aree del Nord, ed in particolare del Nord-est la partecipazione raggiunge valori molto alti (35,9%) mentre nel Sud e nelle Isole le percentuali risultano decisamente più basse (rispettivamente 17,0% e 18,9%)²⁰. Se si scende nel dettaglio delle diverse attività sociali, si può senza dubbio dire che oggi la partecipazione si esprime soprattutto nel volontariato (9,2%) e nell’associazionismo di tipo culturale e ricreativo (9,1%).

Da segnalare come più nette siano le posizioni dei Parlamentari e Grandi Elettori che hanno indicato come attività partecipativa prevalente e volontà di continuare in futuro (64,4%) la partecipazioni a collettivi e associazioni studenteschi, un ‘ampia disponibilità a partecipare in futuro ad associazioni e/o partiti politici (42%), culturali (42%) e di volontariato (48%). Nettissimo il disinteresse a partecipare a gruppi parrocchiali (80%) e di scout (80%) nonché ad associazioni di quartiere (68,9%).

8c. Nell'ultimo anno hai partecipato ad attività delle seguenti associazioni?



Nel Grafico 8c abbiamo unito le due risposte che manifestano un interesse a partecipare in futuro (“Si e potrei continuare” con “No ma potrei farlo in futuro”) e le due risposte che invece segnalano il disinteresse anche futuro per alcune forme di partecipazione (“Si ma non continuerò”, “no e non lo farò in futuro”) per rendere più chiara, anche visivamente, la volontà di continuare a partecipare o di impegnarsi per la prima volta. È meglio evidenziata la preferenza per quelle associazioni che si occupano di volontariato (67,8%), associazioni studentesche (58,6%) e culturali (57,8%). Emerge anche più chiaramente la determinazione di impegnarsi in attività legate a partiti politici (54,6%).

Il capitale culturale della famiglia ha una qualche influenza nelle attività partecipative degli adolescenti (o nella volontà e/o interesse a impegnarsi nel futuro?). Abbiamo provato a incrociare i titoli di studio dei genitori con la propensione del figlio ad attivarsi nel mondo dell’associazionismo (impostando l’elaborazione sui dati riuniti come nel grafico precedente, 8c)

	Minore liceo		Maggiore liceo	
	Si	No	Si	No
Partiti	54,5%	45,5%	54,9%	45,1%
Associazioni Culturali	54,9%	45,1%	69,4%	30,6%
Scout	21,7%	78,3%	13,5%	86,5%
Ass.Ni Quartiere	49,5%	50,5%	25,0%	75,0%
Tifosi	42,3%	57,7%	25,9%	74,1%
Fan	41,7%	58,3%	30,0%	70,0%
Studenti	56,3%	43,8%	67,9%	32,1%
Parrocchia	21,3%	78,7%	19,0%	81,0%
Volontariato	68,7%	31,3%	64,2%	35,8%

I figli di genitori con titolo di studio più basso, rispetto ai loro coetanei provenienti da famiglie più istruite, sembrano preferire le associazioni di quartiere (o legate al territorio), gli scout, associazioni sportive e di tifosi, gruppi di fan. Viceversa gli adolescenti provenienti da famiglie con titoli di studio più alti preferiscono, rispetto ai coetanei, le associazioni e/o i collettivi studenteschi e le associazioni culturali.

Meno importante pare essere invece il titolo dei genitori per i partiti politici, parrocchia e volontariato. Questo ultimo dato diverge con le rilevazioni IARD⁹⁷ che riportano influenze più nette per i valori connessi all'impegno verso la collettività (non solo l'impegno sociale, ma anche l'attività politica), appannaggio più di coloro che provengono da famiglie con capitale culturale più elevato.

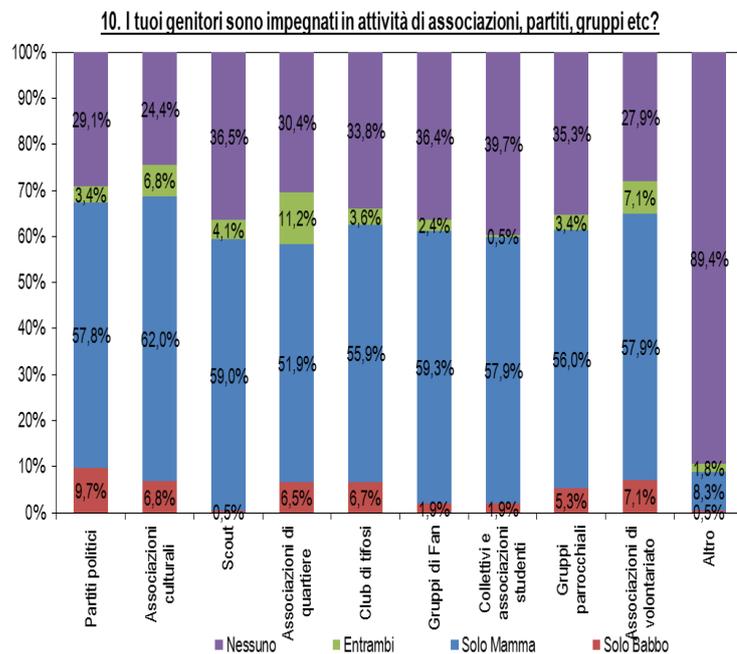
Il "Volontariato", soprattutto rispetto alla "Politica", gode di una reputazione nettamente più positiva nell'immaginario collettivo. Il primo è associato a valori positivi di solidarietà, aiuto, legame. La seconda è associata a valori negativi: la casta, la sfiducia, gli sprechi, l'egoismo.

È quindi credibile ipotizzare che le alte percentuali ottenute dal volontariato siano anche legate a questo aspetto.

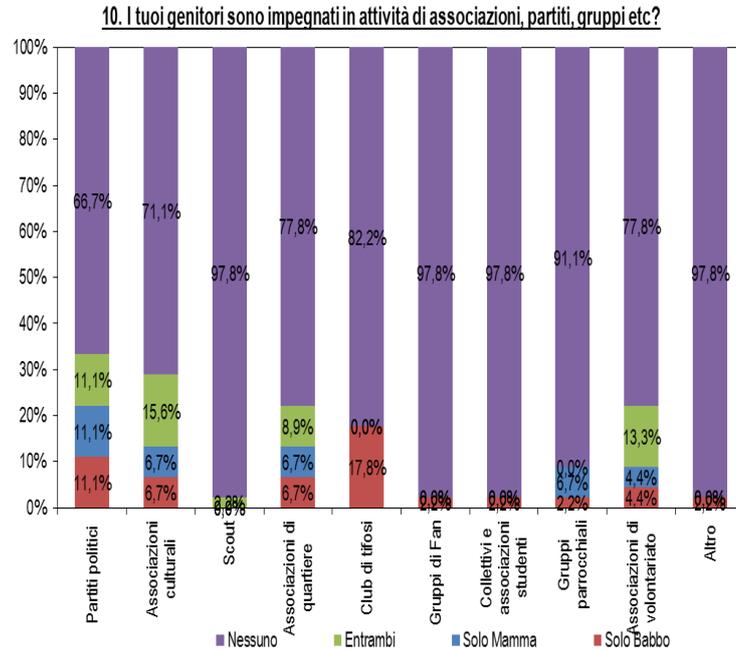
Il coinvolgimento e l'impegno degli adolescenti nelle attività sopracitate dipende in

⁹⁷ Buzzi C., Cavalli A., De Lillo A., (a cura di) 2007. Rapporto giovani. Sesta indagine dell'Istituto Iard sulla condizione giovanile in Italia, Il Mulino, Bologna.

qualche misura dalle attività dei genitori? E' d'obbligo porsi la domanda perché in questo particolare quesito (domanda n. 10: I tuoi genitori sono impegnati in attività associative?) la maggior parte degli adolescenti intervistati ha risposto in maniera quantomeno insolita, confrontando i dati di altri ricerche. Si riportano i dati ottenuti dall'elaborazione complessiva dei dati (D10) e l'estrapolazione di quelli del gruppo A (D10a) che ci paiono più in linea con gli altri lavori sulla partecipazione giovanile richiamati in questo lavoro.



D.10

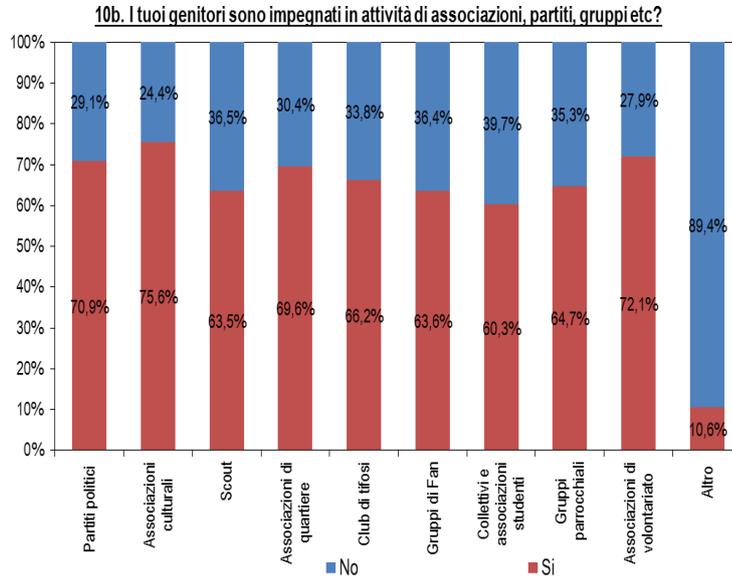


D.10a

Se leggiamo il grafico soprariportato, relativamente all'intero campione, si evince che i padri non sono impegnati in maniera considerevole in nessuna attività (la percentuale più alta è riferibile ad attività politiche-partitiche con un 9,7%). Colpisce invece il dato riferito alle madri con altissime percentuali di partecipazione praticamente in tutte le possibilità elencate con una media che va oltre il 55%; ciò starebbe a significare che su 217 unità (il totale degli adolescenti intervistati) 120 madri sono impegnate in politica, in cultura, nello sport, nella scuola, nel volontariato etc.

Pare invece più verosimile il dato risultante dai questionari del gruppo A per cui, da un lato si trova una bassa partecipazione di entrambi i genitori su tutte le attività elencate (in media l' 86% dei genitori non partecipa); dall'altro lato la partecipazione è piuttosto equilibrata tra padri e madri.

Nel dettaglio si legge una preferenza del padre per attività politiche (11%), club tifosi (17,8%), associazioni culturali (6,7%) e di quartiere (6,7%); una preferenza della madre per attività politiche (11%), culturali (6,7%) di quartiere (6,7%) e volontariato (4,4%).



Provando a unire le risposte *positive* della partecipazione di uno o entrambi i genitori (“Entrambi”, “solo mamma”, “solo babbo”) rispetto alla risposta “Nessuno” si può solo evidenziare che i dati sono nettamente a favore della partecipazione dei genitori, dunque che gli studenti intervistati provengono, in varia misura, da famiglie attive nei vari settori di vita associativa.

Più in generale si può desumere come le attività che vedono più impegnati i genitori sono quelle riferibili al mondo della politica, del volontariato, dell’associazionismo di quartiere/città/proloco e culturale in senso largo, seppur con scarti minimi.

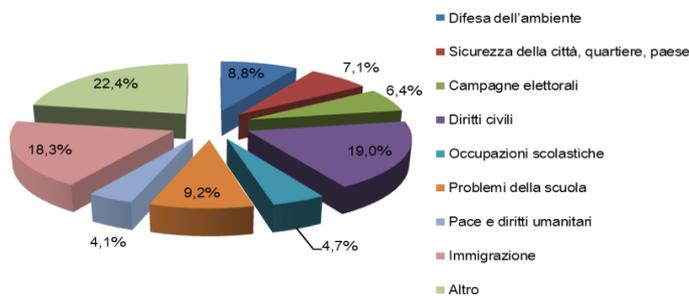
Nondimeno si osserva che la partecipazione/iscrizione di uno o entrambi i genitori a una qualche associazione o partito politico può costituire uno stimolo importante per il figlio adolescente a partecipare alla medesima attività. Prendiamo per esempio in considerazione quella piccola fetta di genitori che frequentano associazioni culturali e di volontariato: in questo caso notiamo che una buona parte dei figli ha seguito le orme dei genitori, frequentando le stesse associazioni o dimostrando una maggiore intenzione nel poterlo fare in futuro. Ciò avviene particolarmente nel caso di “Partiti” “Associazioni Culturali” e “Volontariato”, ossia le risposte che, confrontate, indicano una minore differenza tra le percentuali dei genitori e dei

figli (elaborazione dei dati della Tabella 8c con la tabella 10b).

In molti casi perché hanno funzionato come un meccanismo di *start up*, che facilita l'attivazione della partecipazione. Anche altre ricerche realizzate in contesti differenti⁹⁸ evidenziano come spesso i giovani (e in particolare gli adolescenti) siano bloccati nell'assumere iniziative e abbiano bisogno di qualcuno che li sproni a mettersi in gioco. In questo caso la presenza all'interno della rete relazionale di soggetti in grado di assumere questo ruolo propulsivo appare fondamentale. La difficoltà a lanciarsi in una attività secondo alcuni intervistati si collega proprio al bisogno di avere qualcuno in grado di dare indicazioni operative su come organizzare le proprie idee, e non alla mancanza di desiderio di fare ed impegnarsi.

Cerchiamo adesso di capire quali sono i temi politici/sociali che potrebbero attivare la loro partecipazione o vederli più impegnati.

14. Quale è per te il tema politico/sociale più importante che potrebbe attivare (o vederti più impegnato) la tua partecipazione?



Tra i temi maggiormente sostenuti e difesi⁹⁹, troviamo al primo posto “Altro” rispetto ai temi da noi proposti (22,4%); purtroppo in pochissimi hanno specificato il tema sostenuto, coloro che lo hanno fatto hanno indicato “crisi Italiana” “violenza minori” “sport”.

I diritti civili e l'immigrazione seguono a ruota con uno scarto minimo (rispettivamente

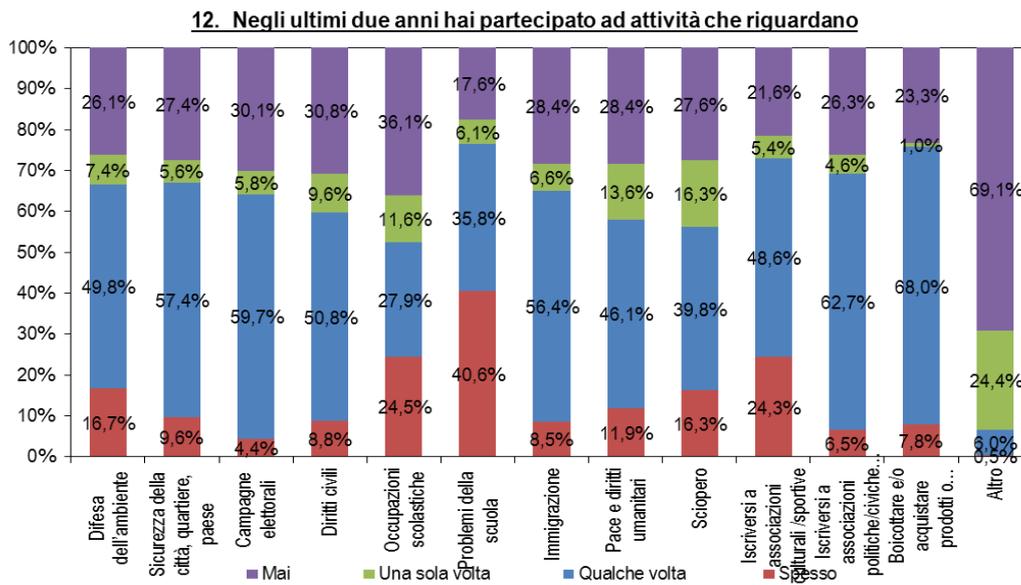
⁹⁸ “Italia e creatività. Padri analogici e figli digitali”. Indagine condotta da SWG per conto della CCIAA di Roma, primavera 2010

⁹⁹ Il quesito sui temi politici/sociali permetteva di dare più risposte, pertanto ogni percentuale riportata costituisce un dato a sé, da confrontare rispetto al totale (100%).

19% e 18,3%), seguono problemi della scuola (9,2%) a cui, forse, andrebbe sommata la voce “occupazione scolastiche” (4,7%) rimanendo comunque come quarta tematica e difesa dell’ambiente (8,8%).

Per quanto riguarda l’extrapolazione delle risposte del gruppo A si nota una più netta preferenza per il tema dei diritti civili (37,8%), problemi della scuola (26,7%) e difesa dell’ambiente (15,6%).

L’importanza assegnata a questi temi si ritrova in maniera non sempre coerente nelle risposte date al quesito relativo alla partecipazione negli ultimi due anni ad attività riguardanti quegli stessi temi sopracitati.



Per esempio il 65,1% degli intervistati dichiara di aver partecipato “spesso” ad attività inerenti la scuola (seguendo la stessa logica precedente la percentuale indicata è la somma tra le occupazioni e i problemi della scuola); il 16,7 % ad attività riguardanti la difesa dell’ambiente e il 24,3% alla più generale partecipazione presso associazioni culturali e /o sportive .

In riferimento invece alle attività meno regolari per frequenza di partecipazione risulta particolarmente significativo il 68% di intervistati che indica di aver partecipato “qualche volta”



ad attività di consumerismo (boicottaggi e simili) e il 62,7% ad associazioni politiche/civiche.

In generale le esperienze meno regolari per frequenza (il “qualche volta”) sono quelle che hanno ottenuto le percentuali più alte (in media sopra il 50%) il che sta a indicare che c’è stato l’impegno a partecipare ma è mancata la volontà di prolungare nel tempo (o rendere più continuativa e strutturata) questo tipo di legame.

Altro dato significativo riguarda la ripartizione della frequenza nelle attività di partecipazione che coinvolgono la scuola; a fronte di una delle percentuali più alte di elevata frequenza (la voce spesso scelta dal 24,5%) su “occupazioni Scolastiche” c’è anche il dato della voce “mai” con il 36,1%, il più alto riconducibile alla frequenza.

Altri “mai” con percentuali significative sono pace e diritti umani, diritti civili, immigrazione e campagne elettorali con percentuali intorno al 30%.

L’immigrazione e i diritti civili, più di altri, sono temi che interessano (i più “attraenti” in riferimento alla domanda 14) ma che vedono una attivazione diretta poco significativa: la maggioranza si dice coinvolto direttamente qualche volta, la partecipazione assidua a iniziative su questi temi riceve le percentuali più basse, la non partecipazione le percentuali più alte. Quindi c’è una frattura fra percezione della rilevanza e attivismo nelle stesse aree. Tra le possibili interpretazioni due sono, in questo caso, le più convincenti; da un lato è possibile che la discussione pubblica su determinate issues ne condizioni la percezione dell’importanza e del valore; più probabile invece la mancanza di possibilità e le poche occasioni di partecipazione offerte. Ipotesi sostenuta da un incrocio delle variabili, per esempio, tra residenza fuori Firenze (quindi in piccoli centri) e mancata partecipazione diretta per mancanza di opportunità.

Inoltre, e più in generale, si nota un assottigliarsi dello spessore delle forme di partecipazione, la partecipazione sistematica è di gran lunga minore rispetto a quella saltuaria. Ciò riflette un nuovo modo di impegnarsi che viene definito “riflessivo”, legato ai processi di individualizzazione e che si porta dietro esigenze di autorealizzazione che rendono i giovani più ribelli rispetto ai 4 pilastri dell’impegno sociale: appartenenza, abnegazione, invisibilità e volontariato eroico (Raniolo, 2002).

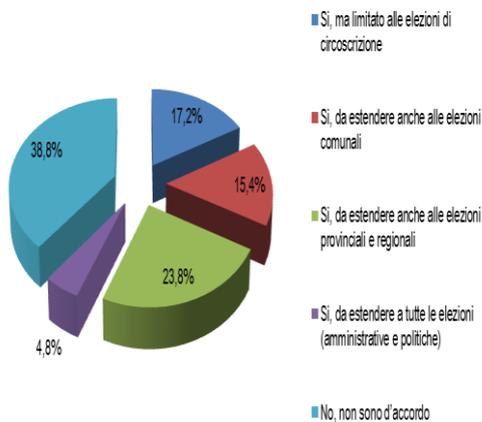
Ciò genera una ricerca di nuovi legami basati sulla solidarietà spontanea piuttosto che

strutturati e coordinati e configura un nuovo modo di vivere il volontariato, appunto riflessivo, in cui assume rilevanza l'importanza assegnata alla gratificazione individuale e la negoziazione dei tempi e delle forme di partecipazione (Salvini, 2010).

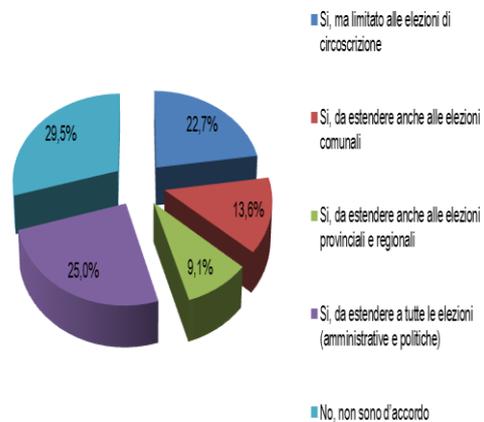
Il modello riflessivo sembra essere allora il più coerente con la società delle reti.

La partecipazione nell'era digitale, dunque, segna il passaggio da poche scelte di appartenenza e impegno a molte scelte di adesione a distanza, spesso originate da un forte impulso emotivo, ma più raramente accompagnate da meccanismi di impegno a lungo termine ed assunzione di responsabilità.

17. Sei d'accordo con la proposta di estendere il voto ai sedicenni per le elezioni delle circoscrizioni e dei quartieri?



17. Sei d'accordo con la proposta di estendere il voto ai sedicenni per le elezioni delle circoscrizioni e dei quartieri?



E' stato chiesto agli adolescenti se sono d'accordo con la proposta di legge della Regione Toscana di allargare il voto ai sedicenni per le elezioni delle circoscrizioni e dei quartieri. Il 61,2% è d'accordo con l'estensione del voto ai sedicenni, una scelta così ripartita:



<i>Domanda n.17 - Sei d'accordo con la proposta di estendere il voto ai sedicenni per le elezioni delle circoscrizioni e dei quartieri?</i>	%
Si, ma limitato alle elezioni di circoscrizione	17,2%
Si, da estendere anche alle elezioni comunali	15,4%
Si, da estendere anche alle elezioni provinciali e regionali	23,8%
Si, da estendere a tutte le elezioni (amministrative e politiche)	4,8%
No, non sono d'accordo	38,8%

Tra i motivi a sostegno di questo disaccordo troviamo l'immatunità, la poca preparazione e informazione, e la ridotta capacità di ragionare con la propria testa (molto più influenzabili da famiglia, insegnanti o "mode").

Da notare il dato estrapolato dalle risposte del gruppo A (il grafico a destra) con una percentuale più alta di accordo (il 70,5) e soprattutto dell'accordo del 25% di loro sull'estensione del voto ai sedicenni per tutte le elezioni. Tuttavia, se nella Regione o nella Provincia di appartenenza venissero attivate iniziative per coinvolgere giovani cittadini attraverso il voto, il 46,7% non parteciperebbe in assoluto, il 18,2% parteciperebbe soltanto votando, il 25,2% è disponibile ad una candidature diretta.

Più marcata la differenza con il Gruppo A che in netta maggioranza (55,6%) manifesta la disponibilità ad una candidatura.

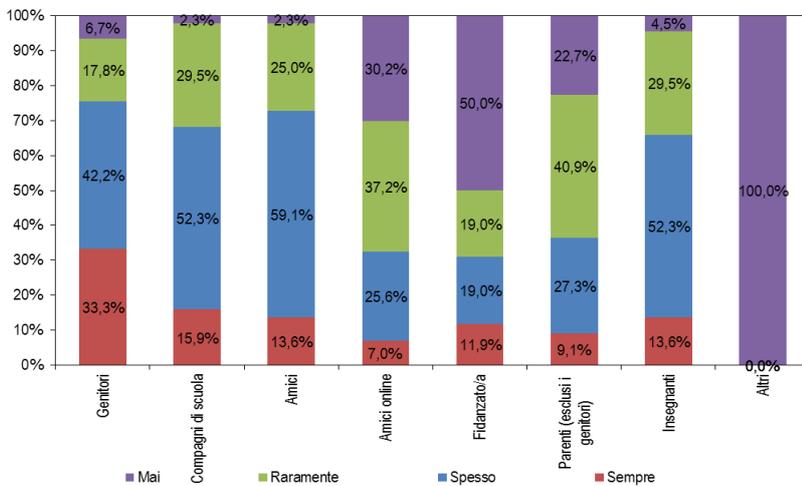
	Campione totale	Gruppo A
Parteciperei con il voto	18,2%	35,6%
Mi candiderei a rappresentare i miei coetanei	25,2%	55,6%
Non parteciperei mai	46,7%	2,2%
Non so	9,9%	6,7%

Per gli adolescenti intervistati, i genitori e gli insegnanti rappresentano un buon punto di riferimento con cui parlare di politica, di temi sociali, di problemi scolastici. Questa tendenza la riscontriamo sia negli adolescenti più impegnati a livello partecipativo sia in quelli poco o per

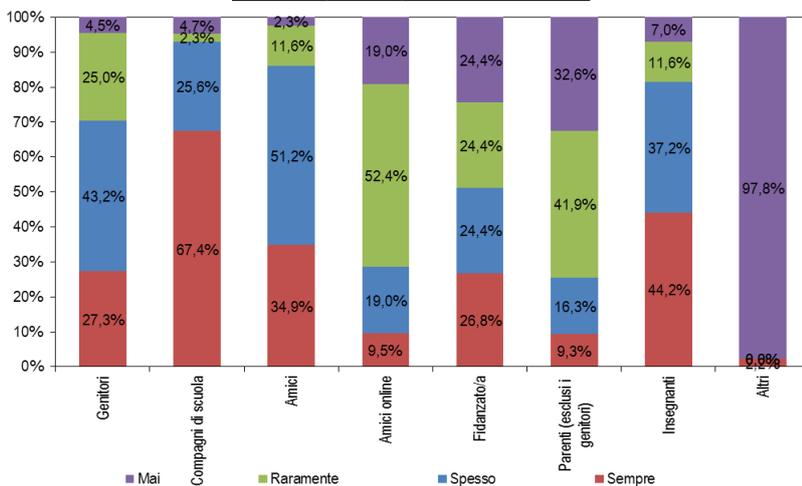
niente attivi.

Anche con i compagni di scuola e gli amici si parla di questioni sociali e problemi della scuola, un po' meno di politica. Per contro, *gli amici online* risultano poco adatti per parlare di argomenti più impegnativi. Vediamo nelle quattro tabelle seguenti, le risposte dettagliate che hanno dato:

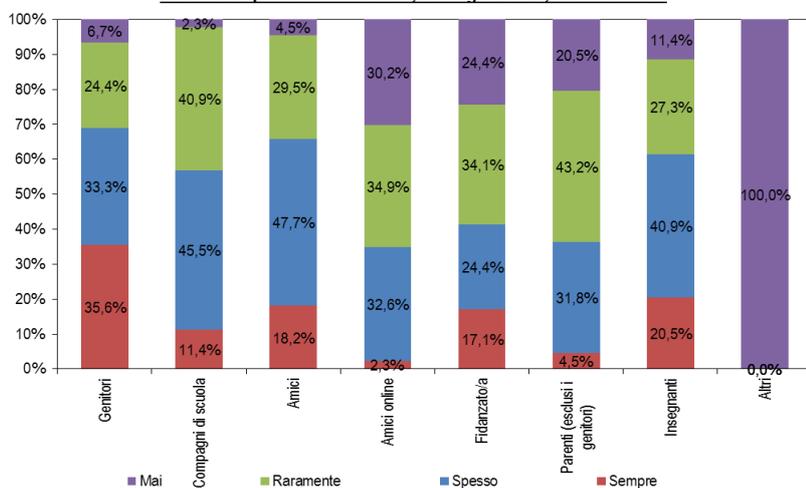
48. Con chi parli di politica?



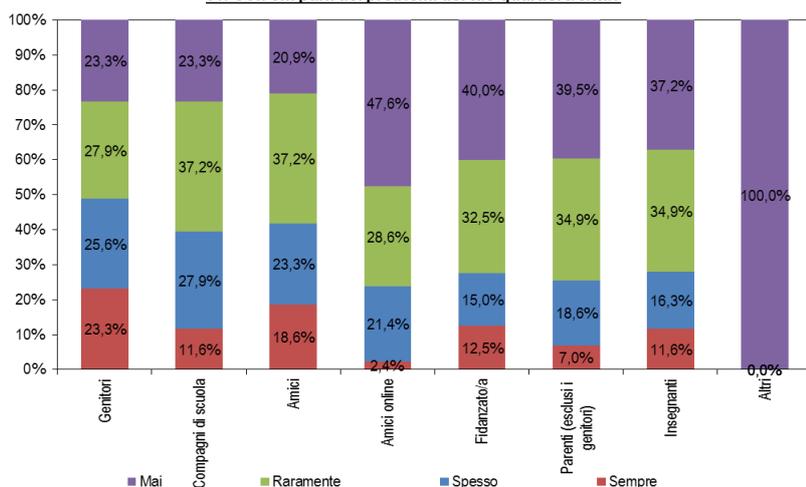
49. Con chi parli dei "problemi della scuola"?



50. Con chi parli di "diritti civili", "immigrazione", e "ambiente"?



51. Con chi parli dei problemi del tuo quartiere/città?



Amici, genitori e insegnanti sono i soggetti più maggiormente contattati per le discussioni sui vari temi di interesse.

La dimensione delle relazioni è fondamentale per sviluppare una buona capacità di partecipazione alla vita della comunità. Il capitale sociale rappresenta una risorsa fondamentale sia per l'accesso ad opportunità di crescita ed esperienza, sia come risorsa affettiva.

L'amicizia è al centro dei desideri (valori) dei giovani (in particolare degli adolescenti), con una crescita costante della sua rilevanza negli ultimi venti anni. Secondo le indagini IARD (La Valle 2007) si tratta anche di un ambito che vede i giovani particolarmente soddisfatti e con una

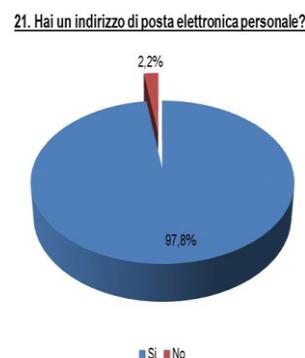
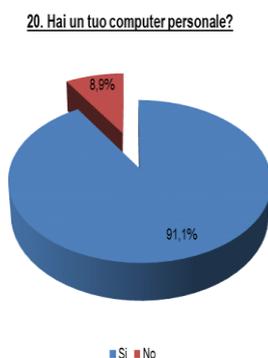


percentuale particolarmente bassa di soggetti (compresa tra il 2 e il 10% circa) che dichiarano di non avere un gruppo di amici e una quota significativa (35%) che ha più gruppi di amici a cui fa riferimento.

Favorire l'aggregazione giovanile e combattere le forme di isolamento rappresenta, quindi un ulteriore importante passaggio per la promozione di esperienze ed abitudini di partecipazione. L'impegno in questo campo appare poi ancora più evidente dalla constatazione che la disponibilità delle amicizie non è tanto legata al tempo libero, quanto al grado di inserimento sociale del soggetto. L'amicizia sembra essere una risorsa che si moltiplica laddove già esiste, ma fatica a nascere dove è assente.

Proprio in questi casi, allora, diviene fondamentale fare interventi di sostegno alla costruzione di relazioni, facendo in modo che tali relazioni non si consumino soltanto in pratiche affettive e di rispecchiamento, ma consentano agli adolescenti che le vivono di sperimentare se stessi e le proprie identità in contesti sfidanti, che ne facilitino lo sviluppo di competenze pratiche e sociali.

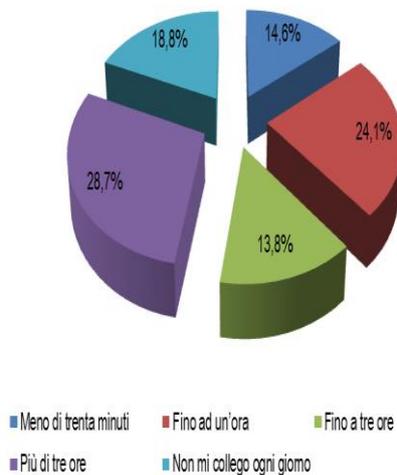
Per quanto concerne l'analisi dei dati ricavati dalla terza e ultima sezione del questionario c'è primariamente da vedere come il possesso di un pc e di un indirizzo mail personale siano entrambi diffusissimi (rispettivamente con il 91,1% e 97,8%), poco meno uno smartphone (82,9). Meno netta, ma sempre maggioritaria, la percentuale sulla disponibilità (58,4%) di una connessione Internet veloce (ADSL) presso la propria casa.



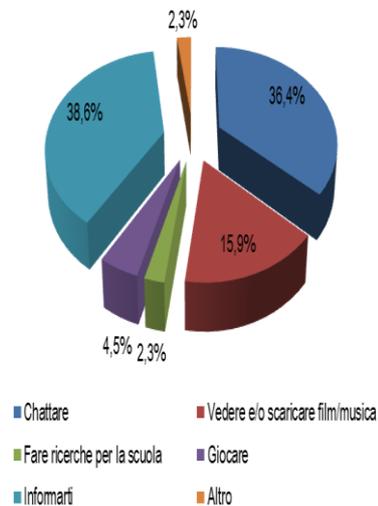
L'elevata diffusione di questi dispositivi è un dato imprescindibile, tuttavia quello che interessa maggiormente è la consistenza del loro utilizzo. Infatti, alla domanda riguardante le ore trascorse al giorno su Internet, il 28,7% di loro risponde di passare più di tre ore e il 13,8% fino a tre ore (ossia il 42,5% degli intervistati si collega ogni giorno e sta connesso per oltre due ore).

I soggetti intervistati, dunque, si confermano essere “nativi digitali”, ossia persone nate e cresciute con le tecnologie digitali, che nutrono il desiderio di essere costantemente connessi in Rete. Indubbiamente uno stimolo determinante a restare sempre connessi con il mondo lo forniscono le stesse tecnologie moderne (quali smartphone, tablet, ipad), capaci di offrire una connessione Internet illimitata durante tutto l'arco della giornata.

24. Quanto tempo passi al giorno su Internet?



25. Usi Internet prevalentemente per



I motivi che spingono i ragazzi a connettersi a Internet sono: per chattare (38,6%), per informarsi (36,4%), per vedere e/o scaricare film e musica (15,9), per giocare (4,5), per fare ricerche per la scuola (2,3%). Da un lato c'è la conferma dell'uso relazionale-socializzativo della rete (in primis, attraverso i social network), dall'altro si accentua l'utilizzo informativo che



spesso viene invece relegato agli ultimi posti.

Per quanto riguarda la ricerca di informazioni, osserviamo che la maggioranza degli intervistati continua a informarsi attraverso la televisione (40,2%), la stampa (cartacea) è quasi doppiata dalla Rete (rispettivamente 12,9% e 19,6%) , poco più del 5% attraverso radio. C'è una discreta percentuale alla voce altro (22,2%) ma nessuno specifica attraverso quale ulteriore media raccoglie informazioni.

Da evidenziare, anche in questo caso, la differenza tra gruppo A e il campione completo, con una netta preferenza, 62,2%, dei primi ad informarsi attraverso la Rete (nonostante stiano connessi relativamente meno rispetto agli altri).

	Campione completo	Gruppo A
Televisione	40,2%	20,0%
Radio	5,2%	2,2%
Internet	19,6%	62,2%
Stampa	12,9%	11,1%
Altro	22,2%	4,4%

L'informazione è un primo indicatore di mobilitazione sociale e il voler essere informati è la prima forma di coinvolgimento, addirittura può essere considerata un presupposto. La lettura dei giornali, ad esempio, pare essere correlata all'attivismo politico, mentre la fruizione televisiva è un comportamento che appartiene, più spesso, ai giovani meno impegnati. Alcune ricerche infatti indicano che i giovani interessati alla politica ricercano una differenziazione dei canali informativi, preferendo la carta stampata e Internet, poiché offrono un maggior pluralismo e una migliore qualità di informazione (Bontempi, Pocaterra, 2007). Altri studi invece ci spiegano come diventi indicatore di maggior livello culturale (e anche di partecipazione, che è ad esso correlato) il dichiarare di non guardare la televisione. (Buonanno 1994, 1996, 2003, 2005, Bechelloni 1998, 1995, Moores 1993).



Fatto è che, già nel 2010, l'Istat (Cittadini e nuove tecnologie) registrava una diminuzione (-3,2%) dell'uso della tv per le nuove generazioni a favore della voce "altro" (+5,1%) in cui è facilmente inseribile Internet. In oltre tre anni le percentuali saranno nettamente più a favore della Rete visto anche l'enorme diffusione nel pubblico giovane degli strumenti social.

	Minore Liceo		Maggiore Liceo	
Televisione	41,4%		36,0%	
Radio	4,0%		9,3%	
Internet	16,6%		30,2%	
Stampa	13,2%		11,6%	
Altro	24,8%	100,0%	12,8%	100,0%

Abbiamo qui incrociato il titolo di studio dei genitori con il mezzo di comunicazione privilegiato per informarsi. La televisione è preferita dagli adolescenti provenienti da famiglie culturalmente meno avvantaggiate, Internet da coloro che provengono da famiglie più istruite. La stampa, seppur con percentuali basse per entrambi i gruppi, è maggiormente opzionata dal primo gruppo.

Se poi chiediamo, all'interno della grande voce Internet, attraverso quali strumenti web c'è l'abitudine ad informarsi possiamo notare come la stampa online sia il canale privilegiato (42,8%), a seguire i social network con quasi il 30% e i motori di ricerca (pensiamo per esempio a Google News, un servizio online offerto dal motore di ricerca Google, capace di indicizzare le notizie delle principali fonti giornalistiche disponibili sul web) con il 16,5%. Quasi ininfluente l'apporto dei forum, blog e delle agenzie di stampa.

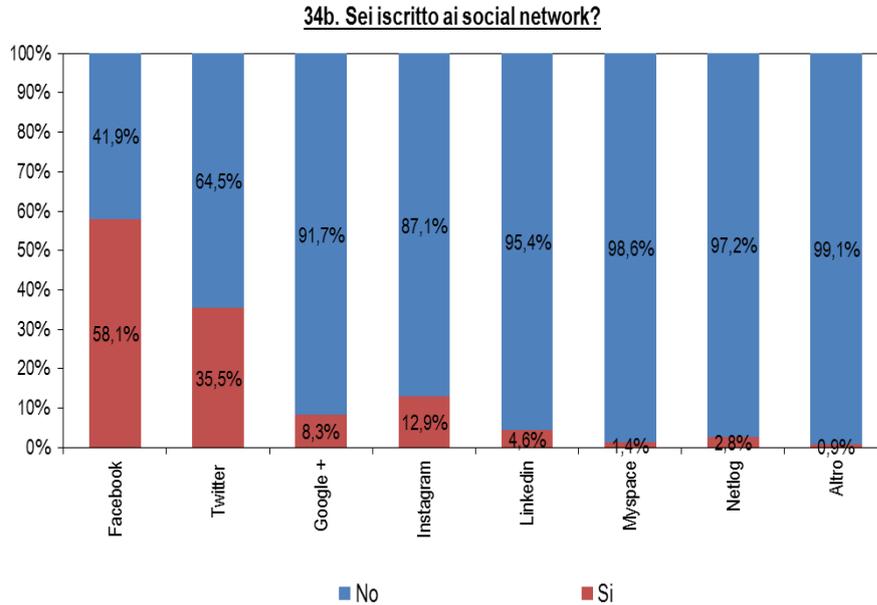


Quotidiani online	42,8%
Blog/Chat/Forum	2,6%
Social network	29,9%
Agenzie di stampa	2,1%
Motori di ricerca	16,5%

I principali quotidiani online letti e indicati sono, in ordine di rilevanza ottenuta, La Nazione, La Repubblica , Il Fatto quotidiano, Il Corriere. Gli studenti residenti nei comuni dell'Empolese indicano dopo La Nazione, Il Tirreno.it.

Un altro strumento utilizzato per informarsi è dato dai social network che, oltre alla funzione ludica-socializzante, svolgono anche una funzione informativa, seppur in modo più ridotto. Essi sono infatti considerati una fonte di informazione per ciò che avviene nel mondo, attraverso la condivisione di notizie o post. Indubbiamente il principale utilizzo dei social network da parte degli adolescenti rimane quello socializzante: grazie a queste piattaforme è possibile tenersi in contatto con gli amici, chattare, fare nuove conoscenze e recuperare vecchie amicizie.

Il forte utilizzo che le nuove generazioni fanno dei social network si ritrova nella risposta sull'iscrizione ai social network, 100% di sì. Così ripartiti:



Come possiamo vedere Facebook si conferma il social network più utilizzato e popolare con 58,1% di iscritti. Per quanto riguarda Facebook, ogni intervistato ha in media più di 400 “amici” e di questi ne conosce direttamente almeno la metà.

Inoltre il 76,7% dichiara di far parte di almeno un gruppo Facebook. In particolare, i gruppi riguardano i seguenti temi: la musica (25%), lo sport (20%), il divertimento (10%), scuola (30%), amici (40%).

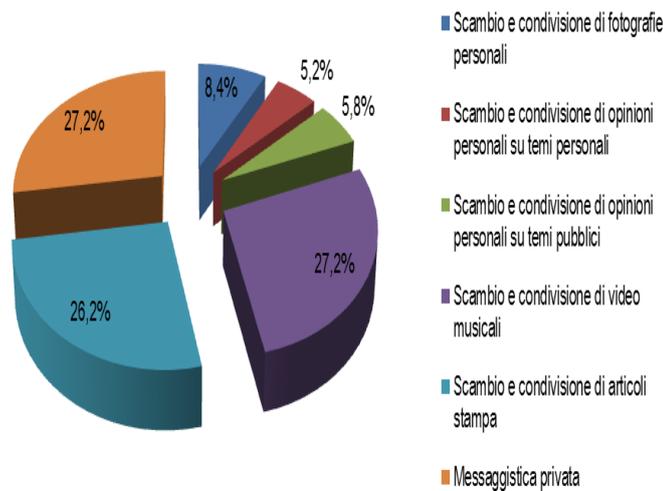
La crescente popolarità dei social network tra gli adolescenti è avvalorata da un recente sondaggio, condotto dalla London School of Economics, dal titolo “Social networking, age and privacy”¹⁰⁰, nell’ambito del progetto “EU Kids Online” che si pone come obiettivo quello di analizzare l’utilizzo di Internet fatto dai bambini e dagli adolescenti europei. Su 25 mila giovani provenienti da 25 paesi europei, è emerso che il 77% di coloro che hanno un’età compresa tra i 13 e i 16 anni possiede un profilo su almeno un social network. Nello specifico italiano In Italia i social network sono utilizzati dal 74% degli adolescenti.

L’utilizzo principale dei social network si conferma essere quello della messaggistica privata e di scambio e condivisione di video musicali, seguiti, con pochissimo scarto da scambio

¹⁰⁰ <http://eprints.lse.ac.uk/35849/1/Social%20networking%2C%20age%20and%20privacy%20%28LSERO.pdf>

e condivisione di articoli stampa, come riportato a seguire

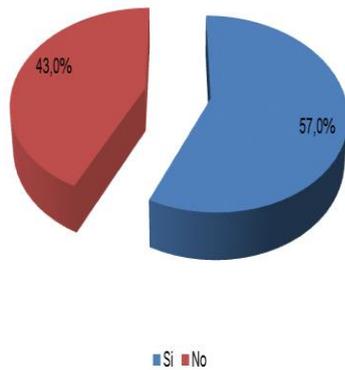
38. Prevalentemente come usi i social network (una sola risposta)?



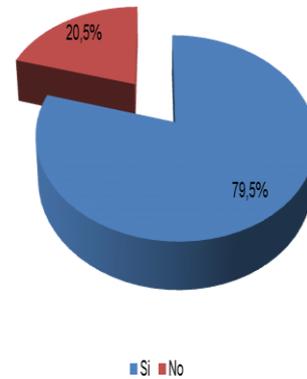
Da notare alcune differenze sull'utilizzo dei social network da parte del gruppo A che utilizza più assiduamente i social network per scambiare opinioni personali su temi pubblici (29,5%) a scapito dello scambio di contenuti musicali. L'uso prevalente resta, anche per loro, quello della messaggistica privata (31,8%).

Si nota un buon utilizzo dei social network per scambiare e condividere notizie d'attualità, specificando che si tratta di attività più frequentemente praticata dal gruppo A con un 79,5% di risposte positive:

39. Ti è mai capitato di condividere una notizia d'attualità con i tuoi amici/follower?



39. Ti è mai capitato di condividere una notizia d'attualità con i tuoi amici/follower?

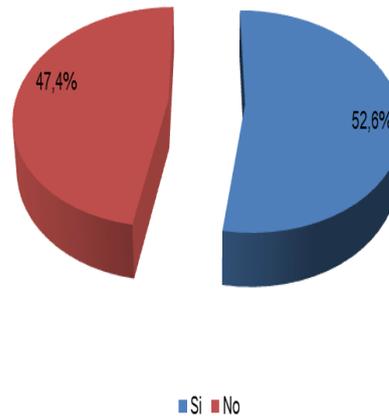


Le notizie più condivise riguardano l'attualità, la cronaca (nera), la politica (si specifica riforma Profumo, ObamaVS Romney, Caduta governo Berlusconi, Primarie PD) l'ambiente, la musica e lo sport.

Per quanto riguarda il rapporto tra social network e politica, si rileva che il 24,9% segue uno o qualche partito politico attraverso queste piattaforme. Il gruppo A indica per un 43,2% di seguire uno o più partiti politici.

Il dato cresce se si tratta di seguire uno o qualche personaggio politico, come da grafico seguente (e senza differenze tra i due sottogruppi).

42. Segui, attraverso i social network, uno o qualche
personaggio politico?



Può essere da intendersi come effetto della personalizzazione della politica . I mezzi di comunicazione di massa, con le loro caratteristiche strutturali e linguistiche, hanno dato luogo al fenomeno della personalizzazione della politica, con la conseguente scomparsa dei partiti e con il costante rafforzamento del ruolo del candidato. Manuel Castells, in "Comunicazione e Potere", osserva come nell'era della politica mediatica il processo decisionale dell'elettore è oramai fortemente condizionato dalle immagini personali del candidato, le quali devono infondere senso di fiducia, credibilità e capacità di leadership, facendo leva soprattutto sulle emozioni.

Per un politico la capacità di relazionarsi al pubblico e di toccare la dimensione emotiva dell'uomo è fondamentale, e il migliore strumento del dialogo è rappresentato dalla narrazione, ossia saper parlare di sé, della propria storia, entrare in confidenza con gli elettori, creare un legame basato sull'empatia. La comunicazione in rete sotto questo punto di vista non fa eccezione: un leader deve avere storie da raccontare e condividere con il pubblico. Cambiano però gli stili di scrittura, il grado di formalità, i tempi dell'interazione e gli spazi del confronto. E sotto questo punto di vista l'uso dei social network, in particolar modo di facebook, è forse il miglior strumento per rendere una narrazione di sé fortemente personalizzata anche grazie

all’inserimento di fotografie, video, e alla possibilità di scambiare opinioni con i fan della pagina. Ribaltando la prospettiva un fan di un personaggio politico ha, come non mai, la possibilità di entrare in contatto con lui attraverso condivisioni, mi piace, commenti e post direttamente nella bacheca del politico.

Il fenomeno del *clicktivism*, ossia la partecipazione alla vita sociale attraverso un click del mouse, sta diventando una realtà significativa da tenere in considerazione e analizzare. Pertanto nel questionario si è previsto di interrogare su azioni di *clicktivism* svolte per contribuire a segnalare e/o condividere qualche notizia ritenuta da loro stessi rilevante.

La tabella seguente riporta nel dettaglio le risposte alla domanda sulle modalità di *clicktivism*

Con un “mi piace”	14,3%
Con un “mi piace” e condividendo la notizia sulla mia bacheca	18,3%
Condividendo la notizia	55,7%
Commentando la notizia	11,7%

Da notare che il commento alla notizia è la pratica di *clicktivism* più “impegnativa” e che la differenza tra il solo “mi piace” e la “condivisione della Notizia” sta nel fatto che una notizia condivisa resta visibile nella bacheca dell’interessato rispetto ad un mi piace che invece si perde dopo pochi minuti nei flussi del socialnetwork.

Una condivisione invece è più “stabile”, dunque più comunicativa.

L’85% degli intervistati ritiene che Internet potrebbe essere utilizzato per avvicinare i giovani alla partecipazione, in quanto è aperto a tutti (50%), interattivo (40%) e facile da usare (10%).



Le modalità preferite per stimolare o attivare la partecipazione giovanile sono: siti Internet (40%), social network (35%), blog (10%), e-mail (10%), smartphone (5%).

Dalle risposte date dai soggetti interpellati si individua un'idea piuttosto positiva, perlomeno a livello teorico, sui social network come strumenti capaci di attivare e/o stimolare pratiche partecipative nei giovani.



b. Conclusioni

Alla domanda aperta sul significato di “partecipazione” (domanda n.52 “Cosa significa per te partecipazione”) ha risposto il 68,2% degli intervistati (148 su 217).

Accorpriamo di seguito alcune risposte in una tipologia che prevede 4 distinte dimensioni: IDENTITÀ, INTERESSE, AZIONE e RELAZIONE.

<p style="text-align: center;">AZIONE</p> <ul style="list-style-type: none">– Fare senza solo lamentarsi– Essere parte “attiva” di quello in cui si crede.– Essere presenti– Toccare con mano, capire cosa si fa e agire– Interessarsi a cosa succede intorno a te, senza lasciare sempre perdere tutto e dire che tanto non cambia mai niente.– Darsi da fare– Lavorare per gli altri– Intervenire e fare qualcosa per migliorare e cambiare le cose.– Contribuire nel mio piccolo a migliorare la società, la mia città, la mia Italia.– Informazione discussione proposta	<p style="text-align: center;">INTERESSE</p> <ul style="list-style-type: none">– Seguire un interesse in modo attivo– rendersi utile in qualcosa– Far valere la propria opinione.– Passare bene il proprio tempo libero– Partecipare a qualcosa che interessa o a qualcosa con la finalità di "comandare"– Poter portare il proprio contributo attraverso lo scambio di idee.– Far cambiare idea sui giovani– Essere informati– Passione– Attenzione al tuo mondo
<p style="text-align: center;">IDENTITÀ</p> <ul style="list-style-type: none">– Essere coinvolti in qualcosa di importante– Esprimere le proprie idee– Interessarsi ad un argomento cercando di mettersi in competizione– Sapere ciò che si fa– Crescere e imparare– Possibilità di essere compresi in qualcosa.	<p style="text-align: center;">RELAZIONE</p> <ul style="list-style-type: none">– Incontrare altre persone con altre idee– Interagire e fare qualcosa per integrarsi– Riconoscersi e integrarsi in un gruppo– Conoscere nuove persone– Trovare un luogo d'incontro– Prendere parte a qualcosa– Collaborazione– Entrare in contatto con altri individui con lo scopo di uno scambio di opinioni e pensieri– Essere parte integrante di un gruppo, condivisione di gesti e attività.– Stimolare il legame sociale– Quando una persona fa parte di un gruppo e si interessa dei problemi sociali.– Prendere parte alle attività che riguardano la nazione e sentirsi parte della comunità.– Essere parte di qualcosa, indipendentemente da cosa è.



Dalle risposte riportate, si riscontra un'idea diffusa di partecipazione: quella di concetto dicotomico di “prendere parte/essere parte”. Dunque essere/sentirsi parte attiva della comunità e di quello in cui si crede; prendere parte e collaborare alle attività che riguardano la società.

Stiamo attraversando un periodo di “crisi” della partecipazione che non va però intesa come declino, bensì nel senso proprio e originario del termine, come un momento di trasformazione. Pensare alla partecipazione giovanile oggi nei termini delle appartenenze degli anni '60 e '70, è profondamente sbagliato.

Le forme di partecipazione appaiono avere un orizzonte temporale ristretto, e concentrarsi attorno a situazioni e problemi pratici, visibili, e per questo, probabilmente più risolvibili.

Allo stesso tempo hanno anche una dimensione vocazionale più circoscritta, più auto centrata, meno tesa rispetto al passato verso istanze di tipo collettivo.

E' attorno a queste istanze che si può promuovere la scelta dei giovani di entrare in campo e prendere parte ad una attività o ad una iniziativa.

La scelta di prendere parte, tuttavia, è profondamente collegata a quella di sentirsi parte o, meglio, di non sentirsi esclusi da una società che - se appare attenta a trattenere la giovinezza il più a lungo possibile - mostra anche un marcato timore a dare spazio e ad incontrare il giovane in quanto persona portatrice di bisogni e di esigenze, ma anche di competenze e di risorse.

Ciò che emerge in maniera particolarmente significativa è una concezione della partecipazione meno dogmatica, più fattiva e concreta (e quindi più “utile) e più dialettica.

Molte sono le parole chiave che fanno riferimento a questa area: *reciprocità, scambio di idee, collaborazione, incontro, coinvolgimento, dialogo, propria opinione.*

Un'immagine tutt'altro che passiva in cui emerge il desiderio di sperimentare e sperimentarsi, di una partecipazione in cui chi fa parte del gruppo sia attivo non solo nell'eseguire dei compiti predefiniti, ma soprattutto nel ragionare sul senso e sul significato di ciò che si sta facendo.

In questa accezione la partecipazione diventa luogo di crescita non perché inserita in un percorso educativo/formativo/esperienziale definito da altri e a cui è chiesto di adeguarsi pedissequamente, ma perché, come afferma un intervistato, diviene luogo di incontro.



Box n. 3 FUTURE DEM

FutureDem è una rete di donne e uomini che intendono dare vita a progetti di buona politica. Vogliamo proporre e pensare a nuovi modelli associativi, che mettano al centro la persona, perché riteniamo che un partito debba essere un luogo dove chi ha un'idea viene sempre ascoltato e, se meritevole, valorizzato. La maggior parte di noi è composta da amministratori e giovani militanti, prevalentemente dell'area PD e del centrosinistra. Giovani che si sono incontrati in tutte le parti d'Italia durante le primarie 2012 e credono in un partito più aperto, più orizzontale in cui ognuno possa produrre pensiero, vedere le proprie proposte considerate ed ascoltate. Per mettere in pratica questo progetto abbiamo pensato di ispirarci ad alcune "best practices" che esistono già oggi, come il circolo Copernico a Cagliari o la piattaforma Adesso partecipo sviluppata durante le primarie e metterle insieme.

Oggi la rete e l'idea di network dinamico è secondo noi quella che meglio si adatta ad una realtà in rapido mutamento, alla voglia di fare gruppo, ma gruppo mobile, che si incontra per interesse comune e lavoro comune su temi specifici. In questa avventura l'importanza centrale risiede nell'impegno e nella partecipazione di ognuno. La possibilità di cambiare, parte dalle piccole scelte che ogni giorno compiamo nel nostro quotidiano, perché il cambiamento è l'essenza della vita stessa...così si apre la homepage del sito da pochi giorni on line.

Future Dem è un'associazione politica che nasce con un appello per provare a convincere chi alle primarie aveva scelto Matteo Renzi a votare senza indugi il Pd e Pier Luigi Bersani alle elezioni politiche. A quel testo ne è seguito un altro, nel quale invitavano il sindaco di Firenze a non retrocedere rispetto alle idee portate avanti (e da loro condivise) sul Pd del futuro. Parte tutto da un tweet, dalla potenza della rete come abilitatore, dalla ricerca di contatti e giovani che condividono un progetto; parte tutto da un hashtag che racchiude il senso di quello che vogliono fare, #FutureDem, da quel momento appelli, articoli e pensieri in rete per far vedere che esistono energie positive che si vogliono ritrovare per ragionare sul futuro.

I sei promotori (Mattia Peradotto, Giulio del Balzo, Benedetta Rinaldi Ferri, Alessandro Biggi, Francesco Iandiorio e Marianna Rago), si costituiscono in associazione a Firenze nel Giugno 2013 composta ad oggi da un centinaio di soci tutti *under 30*, formatasi e via via cresciuta sui *social network*. «Giovani – spiegano gli stessi fautori dell'iniziativa – che si sono incontrati in tutte le parti d'Italia durante le primarie del 2012 e credono in un partito più aperto, più orizzontale, in cui i ragazzi e i giovani possano produrre pensiero, vedere le proprie proposte considerate e ascoltate». L'obiettivo è certamente ambizioso: partire da una piattaforma social per condividere idee e pratiche politiche nate all'interno di circoli Pd o dei Giovani democratici, per poi avviare incontri locali (ogni due tre mesi) e, infine, un appuntamento nazionale in una grande città (Milano, Roma o Napoli) per discutere di quei temi che oggi lacerano il partito, ma sui quali dovrà nascere quel Pd 2.0 che vedrebbe la propria punta di diamante in Renzi. FutureDem ha, dopo due mesi dalla nascita, un sito web www.futuredem.it, un blog <http://futuredem.wordpress.com>, un account twitter, una pagina facebook, una rivista online www.ateniesi.it (che nasce in contrapposizione ai 300 spartani creati da Tommaso Giuntella per sostenere sul web la candidatura di Bersani e oggi rimasti come aggregatore per i giovani di quell'area) e uno degli animatori più attivi, Marco Pierini, un diciassettenne toscano. Marco è uno degli adolescenti da noi intervistati, studia al Liceo Classico "Virgilio" di Empoli e vive a Montespertoli. E' Parlamentare degli studenti dal 2012.

D. Perché ti sei candidato per diventare Parlamentare degli Studenti?

R. Mi sono candidato per poter dire la mia, per poter davvero dare il mio contributo e far valere le mie ragioni di studente liceale. Troppo spesso ci si limita alla lamentela, io ho voluto fare un passo in più e provare a cambiare le cose, per quanto possibile, nel mio piccolo.

D. Quali sono le tue principali attività di "partecipazione"?

R. Sono molto attivo sui social network, dove ho iniziato la mia attività di partecipazione politica. Ho partecipato inoltre a campagne elettorali: la mia attività politica passa dal tweet o dalle condivisioni via FB al volantaggio, all'organizzazione di eventi politici e di confronto o alla partecipazione a manifestazioni (per esempio, sono intervenuto a Viva l'Italia Viva presso la Stazione Leopolda).

D. Come inizia il tuo interesse per la "politica"?

R. Ho sempre vissuto in una famiglia impegnata in politica, è naturale per me occuparmi di questo (a casa abbiamo numerose occasioni di dibattito): ci sono nato, con questa passione, potremmo dire!

D. Ci racconti cosa hai fatto negli ultimi due anni (in riferimento a partecipazione politica)

R. Oltre all'attività di Parlamentare degli Studenti, mi sono occupato della campagna elettorale di Matteo Renzi e ho dato una mano al PD per le elezioni politiche. Adesso sto continuando con i FutureDem e con Ateniesi.

D. Cos'è Future Dem e perché nasce?

R. FutureDem è un'associazione politica di stampo liberal, guidata da giovani ma aperta al sostegno di tutti. Ci proponiamo di dare un contributo liberale al progetto dei Giovani Democratici e del Partito Democratico anche portando nuove idee e nuove persone all'interno del dibattito nel centrosinistra, cercando di smuovere le acque e di rifare davvero un partito aperto e plurale, che sia oltre le appartenenze dei vecchi schieramenti e che abbia uno sguardo lungimirante.

D. Cos'è Ateniesi e perché nasce?

R. "Ateniesi" è un sito internet di informazione politica e di attualità nato da "AdessoTorino!", associazione vicina a Matteo Renzi nel capoluogo piemontese. Siamo un gruppo di "entusiasti" della Leopolda, uniti da una comune voglia di cambiare tutto ripartendo dal merito, dall'innovazione e dai temi lanciati dallo stesso Sindaco di Firenze durante la campagna elettorale. Ma siamo anche più di questo: svolgiamo, appunto, attività di informazione su tutti i fronti che riguardano i temi scottanti del dibattito pubblico (economia, scuola, istituzioni, giovani, dinamiche interne al PD eccetera).

Marco Pierini, 17 anni, 1801 contatti su facebook, 1946 follower su twitter., 7 articoli a firma sua su Ateniesi. Su Europaquotidiano il suo racconto della Summer School di Future Dem.



BIBLIOGRAFIA

- Altieri Luca, Raffini Luca, *Interesse per la politica e mobilitazione*, in *I figli del disincanto. Giovani e partecipazione politica in Europa*, Bontempi M., Pocaterra R. (a cura di), Milano, Bruno Mondadori, 2007.
- Aristotele, *Politica*, in *Opere*, trad. it., Roma-Bari, Laterza, 1986.
- Bailey Kenneth D., *Metodi della ricerca sociale*, trad. it., Bologna, Il Mulino, 1995.
- Barbagli Marzio, Maccelli Alessandro, *La partecipazione politica a Bologna*, Bologna, Il Mulino, 1985.
- Bauman Zygmunt, *Modernità liquida*, trad. it, Bari – Roma, Editori Laterza, 2002.
- Bauman Zygmunt, *Vita liquida*, trad. it, Bari – Roma, Editori Laterza, 2008
- Beck Ulrich, *Figli della libertà: contro il lamento sulla caduta dei valori*, in *I rischi della libertà*, Beck U., trad. it., Bologna, Il Mulino, 2000.
- Beck Ulrich, *La società del rischio. Verso una seconda modernità*, trad. it, Roma, Carocci Editore, 2000.
- Bennato Davide, *Sociologia dei media digitali*, Bari – Roma, Editori Laterza, 2011.
- Bennett W. Lance., *The uncivic culture: communication, identity, and the rise of lifestyle politics*, in *P.S.: political science and politics*, 1998.
- Bentivegna Sara, *Politica e nuove tecnologie della comunicazione*, Bari – Roma, Editori Laterza, 2005.
- Blumenthal Sidney, *The permanent campaign: inside the world of elite political operatives*, Boston, Beacon Press, 1980.
- Boccia Artieri Giovanni, “SuperNetwork: quando le vite sono connesse”, in L.Mazzoli, *Network effect. Quando la rete diventa pop*, Codice edizioni, Torino, 2009



- Bontempi Marco, Pocaterra Renato (a cura di), *I figli del disincanto. Giovani e partecipazione politica in Europa*, Milano, Bruno Mondadori, 2007.
- Bosco Andrea, *Come si costruisce un questionario*, Roma, Carocci Editore, 2003.
- Caniglia Enrico, *Identità, partecipazione e antagonismo nella politica giovanile*, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 2002.
- Caniglia Enrico, *Impegno politico giovanile: verso una ridefinizione concettuale*, in *Il dubbio. Rivista di critica sociale*, 1, 2002.
- Castells Manuel, *Comunicazione e potere*, trad. it, Milano, Università Bocconi, 2009.
- Castells Manuel, *La nascita della società in rete*, trad. it., Milano, Università Bocconi, 2008.
- Ceccarini Luigi, *Cittadini e politica online: fra vecchie e nuove forme di partecipazione*, in *Nuovi media, nuova politica? Partecipazione e mobilitazione online da MoveOn al Movimento 5 stelle*, Mosca L., Vaccari C. (a cura di), Milano, Franco Angeli Editore, 2011.
- Cioni E., Marinelli A. (a cura di), *Le reti della comunicazione politica. Tra televisioni e social network*, Firenze, Firenze University Press, 2010.
- Colloca Carlo, *Forme e pratiche della partecipazione politica*, in *I figli del disincanto. Giovani e partecipazione politica in Europa*, Bontempi M., Pocaterra R. (a cura di), Milano, Bruno Mondadori, 2007.
- Corbetta Piergiorgio, *Metodologie e tecniche della ricerca sociale*, Bologna, Il Mulino, 1999.
- Cornolti Gloria, Pozzi Stefania, *Consumo mediatico e informazione politica*, in *I figli del disincanto. Giovani e partecipazione politica in Europa*, Bontempi M., Pocaterra R. (a cura di), Milano, Bruno Mondadori, 2007.
- Cotta Maurizio, *Il concetto di partecipazione politica: linee di inquadramento teorico*, in *Rivista Italiana di Scienza Politica*, XI, 2, 1979.
- Cottica Alberto, *Wikicrazia. L'azione di governo al tempo della rete: capirla, progettirla, viverla da protagonisti*, Palermo, Navarra Editore, 2010.



- Dahlgren Peter, *The Internet, public spheres, and political communication: dispersion and deliberation*, in *Political Communication* 22, 2005.
- Dalton Russell, *Citizen politics in western democracies*, Chatam, Chatam House Publishers, 1988.
- Di Bari Vito, *Web 2.0. Internet è cambiato. E voi? I consigli dei principali esperti italiani e internazionali per affrontare le nuove sfide*, Milano, Il Sole 24 ore, 2007.
- Dunbar Robin, *Neocortex size as a constraint on group size in primates*, in *Journal of human evolution*, 22, 6, 1992.
- Epifani Stefano, Jacona Alessio, Lippi Roberto, Paolillo Magda, *Manuale di comunicazione politica in Rete. Costruire il consenso nell'era del Web 2.0*, Roma, Editrice Apes, 2011.
- Ferri Paolo, *Nativi digitali*, Milano, Bruno Mondadori, 2011.
- Flew Terry, *New media: an introduction*, Australia & New Zealand, Oxford University Press, 2008.
- Fragai Agostino, *Perché una legge sulla partecipazione?*, in *Guida all'applicazione della legge regionale per la partecipazione dei cittadini l.r. n. 69/2007*.
- Giddens Anthony, *Le conseguenze della modernità. Fiducia e rischio, sicurezza e pericolo*, trad. it, Bologna, Il Mulino, 1994.
- Giddens Anthony, *Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age*, Palo Alto, Stanford University Press, 1991.
- Gozzo Simona, *Le giovani generazioni e il declino della partecipazione*, in *Crisi e mutamento sociale*, Carlo Colloca (a cura di), II, 2010, 1.
- Grivet Foiaia Luca, *Web 2.0. Guida al nuovo fenomeno della rete*, Milano, Hoepli, 2007.
- Grossi Giorgio, *Sfera pubblica e flussi di comunicazione nell'epoca della rete*, in *Nuovi media, nuova politica? Partecipazione e mobilitazione online da MoveOn al Movimento 5 stelle*, Mosca L., Vaccari C. (a cura di), Milano, Franco Angeli Editore, 2011.



- Habermas Jürgen, *Storia e critica dell'opinione pubblica*, trad. it., Bari – Roma, Editori Laterza, 2011.
- Iannelli Laura, *Facebook & Co. Appunti per una ricerca sui networked publics della comunicazione politica*, in *Le reti della comunicazione politica. Tra televisioni e social network*, Cioni E., Marinelli A. (a cura di), Firenze, Firenze University Press, 2010.
- Ikeda Ken'ichi, Richey Sean, *Japanese network capital: the impact of social networks on japanese political participation*, in *Political behavior*, 27, 3, 2005, p. 239.
- Istat, *Cittadini e nuova tecnologie*, 2010
- Kaase Max, Marsh Alan, *Political action repertory. Changes over time and a new typology*, in *Political action: mass participation in five western democracies*, Barnes S. H. e al., London, Sage Publications, 1979.
- Kozinets Robert, *On netnography: initial reflections on consumer research investigations of cyberculture*, in *Advances in consumer research*, 25, 1998.
- Kozinets Robert, *The field behind the screen: using the method of netnography to research market-oriented virtual communities*, in *Journal of marketing research*, XXXIX, 2000.
- Lasch Christopher, *The culture of narcissism: American life in an age of diminishing expectations*, New York, Warner Books, 1979.
- Lévy Pierre, *L'intelligenza collettiva. L'intelligenza collettiva*, trad. it., Milano, Feltrinelli Editore, 2002.
- Lyotard Jean François, *La condizione postmoderna: rapporto sul sapere*, trad. it., Milano, Feltrinelli Editore, 1981.
- Maistrello Sergio, *La parte abitata della Rete*, Milano, Tecniche Nuove, 2007.
- Manin Bernard, *Principi del governo rappresentativo*, trad. it., Bologna, Il Mulino, 2010.
- Maraffi Marco (a cura di), *Gli italiani e la politica*, Bologna, Il Mulino, 2007.
- Marinelli Pellegrino, *Due punto zero. Partecipazione politica e social network*, Roma, Teseo Editore, 2010.



- Marinelli Pellegrino, Mulargia Simone, *La democrazia elettronica: governance, culture partecipative e nuovi bisogni di mediazione*, in *Le reti della comunicazione politica. Tra televisioni e social network*, Cioni E., Marinelli A. (a cura di), Firenze, Firenze University Press, 2010.
- Mascheroni Giovanna, *I giovani e i siti di social network: fra partecipazione e individualismo in rete*, in *Nuovi media, nuova politica? Partecipazione e mobilitazione online da MoveOn al Movimento 5 stelle*, Mosca L., Vaccari C. (a cura di), Milano, Franco Angeli Editore, 2011.
- Maslow Abraham, *A theory of human motivation*, in *Psychological review*, 50, 1943.
- Massarotto Marco, *Social Network. Costruire e comunicare identità in Rete*, Milano, Apogeo, 2011.
- Mete Vittorio, *Disaffezione politica e astensionismo elettorale*, in *I figli del disincanto. Giovani e partecipazione politica in Europa*, Bontempi M., Pocaterra R. (a cura di), Milano, Bruno Mondadori, 2007.
- Milbrath Lester W., *Political participation*, Chicago, Rand McNally, 1965.
- Montanari Federico (a cura di), *Politica 2.0. Nuove tecnologie e nuove forme di comunicazione*, Roma, Carocci Editore, 2010.
- Mosca Lorenzo, Vaccari Cristian (a cura di), *Nuovi media, nuova politica? Partecipazione e mobilitazione online da MoveOn al Movimento 5 stelle*, Milano, Franco Angeli Editore, 2011, p. 13.
- Muxel Anne, *Avoir 20 ans en politique. Les enfants du désenchantement*, Paris, Seuil, 2010.
- Parisi Arturo, Pasquini Gianfranco, *Continuità e mutamento elettorale in Italia*, Bologna, Il Mulino, 1977.
- Pileri Sabrina, *Specializzazione e dinamiche interne ed esterne in una brand community: evidenze dalla comunità LEGO*, Corso di Laurea Specialistica in Marketing Management, Università Commerciale Luigi Bocconi di Milano, A.A. 20091/2010.
- Pira Francesco, *La net comunicazione politica. Partiti, movimenti e cittadini-elettori nell'era dei social network*, Milano, Franco Angeli Editore, 2012.



- Prati Giuliano, *Web 2.0. Internet è cambiato*, Trento, Uni Service, 2007.
- Raffini Luca, *Cittadini precari. I giovani italiani tra fuga nel privato e nuove forme d'impegno*, in *Tra il palazzo e la strada. Giovani e democrazia in Europa*, Bettin Lattes G., Monti Bragadin S., Pirni A., Soveria Mannelli, Rubbettino, 2008.
- Raniolo Francesco, *La partecipazione politica*, Bologna, Il Mulino, 2002.
- Riva Giuseppe, *I social network*, Bologna, Il Mulino, 2010.
- Rodotà Stefano, *I sette peccati capitali di Internet (e le sue virtù)*, discorso tenuto il 6 marzo 2007 a Montecitorio per l'apertura della Conferenza internazionale dell'Unione interparlamentare, reperibile all'indirizzo internet www.repubblica.it/2007/03/sezioni/scienza_e_tecnologia/sette-peccati/sette-peccati/sette-peccati.html.
- Rodotà Stefano, *Tecnopolitica. Le democrazie e le nuove tecnologie della comunicazione*, Bari – Roma, Editori Laterza, 1997.
- Salvini Andrea, *I Profili dei volontari in Toscana*, CESVOT, 2010
- Sartori Giovanni, *Elementi di teoria politica*, Bologna, Il Mulino, 1995.
- Sennett Richard, *Narcisismo y cultura moderna*, Barcelona, Kairós, 1980.
- Sorrentino Carlo, *Geometrie variabili. Luoghi, forme e strategie di comunicazione politica*, Napoli, Ipermedium Libri, 2001.
- Sorrentino Carlo, *La società densa. Riflessioni intorno alle nuove forme di sfera pubblica*, Firenze, Le Lettere, 2008.
- Stringa Paola, *Blogdemocrazia. Come si forma oggi l'opinione pubblica*, Roma, Carocci Editore, 2011.
- Tirocchi Simona, *Identità giovanili e reti comunicative*, in *Tecnologie e culture dell'identità*, Marinelli A., Paltrinieri R., Pecchinenda G., Tota A. L., (a cura di), Milano, Franco Angeli Editore, 2007.



- Tosi Simone (a cura di), *Consumi e partecipazione politica. Tra azione individuale e mobilitazione collettiva*, Milano, Franco Angeli Editore, 2006.
- Touraine Alain, *La société post-industrielle*, trad. it., Paris, Éditions Denoël, 1969.
- Tuorto Dario, *Giovani, politica e impegno sociale. Trasformazioni di lungo periodo e cambiamenti recenti*, in *I giovani e l'Europa*, Atti del convegno di Forlì, 26-27 marzo 2009.
- Tursi Antonio, *Politica 2.0. Blog, facebook, wikileaks: ripensare la sfera pubblica*, Milano, Mimesis Edizioni, 2011.
- Van Dijk Jan, *Sociologia dei nuovi media*, trad. it, Bologna, Il Mulino, 2002.
- Widmayer Valentina, *La partecipazione politica in Internet e il rapporto con l'offline. Analisi dei repertori comunicativi nei social network attraverso lo studio di caso del Movimento Viola*, dottorato di ricerca in Sociologia Applicata e Metodologia della Ricerca Sociale, Università degli Studi di Milano-Bicocca, A.A. 2011/2012.
- Zafra Remedios, *Sempre connessi. Spazi virtuali e costruzione dell'io*, Firenze, Giunti, 2012.



SITOGRAFIA

- www.digitpa.gov.it
- <http://biblioteca.formez.it/webif/media/e-democracyLG.pdf>
- <http://12mars.rsf.org/en>
- http://spazioinwind.libero.it/ildubbio/numero1_02/caniglia.html
- www.fupress.com/smp
- http://europa.eu/legislation_summaries/education_training_youth/youth/c11055_it.htm
- http://politichegiovanili.it/system/article_file_files/47/original/doc_approfondito.pdf?1290341309
- www.regione.toscana.it/cittadini/diritti-e-cittadinanza/partecipazione
- www.key4biz.it/Mappamondo/Europa/2011/12/Comunicazione_Digitale_Femminile_Ragazze_Alfemminile_Microsoft_Digital_Democracy_207216.html
- www.futuroalfemminile.it
- www.bookrepublic.it/narratives/digital-democracy
- www.tecnoteca.it
- www.kapusons.com/document/it/dall_analogico_al_digitale/campagne_di_comunicazione
- <http://web2.wsj2.com/howweb2works.htm>
- www.marketing-legale.it/reti-di-relazione-1-la-teoria-dei-sei-gradi-di-separazione
- www.federica.unina.it/sociologia/introduzione-alla-comunicazione-politica/media-e-istituzioni-nel-contesto-della-rete



- <http://blog.unicavox.com>
- www.netnografia.it/netnografia
- www.linkiesta.it/unicavox
- www.pewinternet.org/Reports/2009/6--The-Internets-Role-in-Campaign-2008.aspx
- www.freetopessays.com/content/partecipazione-politica-nei-siti-di-social-network-come-diverse-culture-civiche-giovanili-ab
- <https://noipa.mef.gov.it>
- www.amministrazionilocali.it
- www.marcprensky.com/writing/prensky%20%20digital%20natives,%20digital%20immigrants%20-%20part1.pdf
- www.ilpost.it/2010/09/03/i-rischi-dellattivismo-da-clic
- www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx
- <http://eprints.lse.ac.uk/35849/1/Social%20networking%20C%20age%20and%20privacy%20%28LSERO.pdf>
- www.azzurro.it/materials/a6558f88bf9c7f60e4b6592272f0ead5/fck_files/file/pdf/Pubblicazioni/rapporti/sintesi10rapportoinfanziaadolescenza.pdf
- www.etnografiadigitale.it
- www.neon-perunanuovaitalia.it/documenti/articoli/sorrentino.pdf
- www.pensalibero.it/2012/07/recuperare-il-rapporto-con-il-paese



Laurea	
Non so	

3. Professione di tuo padre (se pensionato barrare l'ultima professione svolta)

	X
Dirigente	
Quadro/Funziario	
Insegnante	
Impiegato	
Operaio	
Imprenditore	
Libero professionista	
Artigiano	
Commerciant	
Coltivatore diretto	
Lavoratore saltuario	
Disoccupato	
Altro: _____	
Non so	

4. Professione di tua madre (se pensionata barrare l'ultima professione svolta)

	X
Dirigente	
Quadro/Funziario	
Insegnante	
Impiegato	
Operaio	
Imprenditore	
Libero professionista	
Artigiano	
Commerciant	
Coltivatore diretto	
Lavoratore saltuario	
Casalinga	
Disoccupato	
Altro: (specificare) _____	
Non so	

5. Dopo la scuola media superiore cosa pensi di fare?:

	X
Iscriverti all'Università	



Cercare lavoro	
Iscriverti Università e cercare lavoro	
Non ho ancora deciso	

6. Il tuo gruppo di amici è composto in prevalenza da : (una sola risposta)

	X
Compagni di scuola	
Amici della tua città/quartiere	
Amici di gruppi o associazioni che frequenti	
Amici che non fanno riferimento ad un gruppo in particolare	
Altro (specificare) _____	

7. Come hai passato il tuo tempo libero negli ultimi 12 mesi?

	Una o più volte a settimana	Qualche volta al mese	raramente	mai
Bar, pub, pizzeria				
Discoteca				
Cinema				
Teatro				
Centro sociale o culturale				
Casa mia o di amici				
All'aperto				
Parrocchia				
Palestra				
Altro (specificare) _____				

8. Nell'ultimo anno hai partecipato ad attività delle seguenti associazioni?

	Si e potrei continuare	Si ma non continuerò	No ma potrei farlo in futuro	No e non lo farò in futuro
Partiti politici				
Associazioni culturali				
scout				
Associazioni di quartiere				
Club di tifosi				
Gruppi di Fan				
Collettivi e associazioni studenti				
Gruppi parrocchiali				
Associazioni di volontariato				
Altro (specificare) _____				

9. Con quale frequenza ha partecipato alle attività della domanda precedente?

	Una o più volte la settimana	Qualche volta al mese	Raramente	Una sola volta
Partiti politici				
Associazioni culturali				



scout				
Associazioni di quartiere				
Club di tifosi				
Gruppi di Fan				
Collettivi e associazioni studenti				
Gruppi parrocchiali				
Associazioni di volontariato				
Altro (specificare) _____				

10. I tuoi genitori sono impegnati in attività di associazioni, partiti, gruppi etc?

	Solo Babbo	Solo Mamma	Entrambi	Nessuno
Partiti politici				
Associazioni culturali				
scout				
Associazioni di quartiere				
Club di tifosi				
Gruppi di Fan				
Collettivi e associazioni studenti				
Gruppi parrocchiali				
Associazioni di volontariato				
Altro (specificare) _____				

11. I tuoi genitori svolgono o hanno svolto ruoli politici o amministrativi (eletti in un partito, in consigli comunali etc.)?

	Solo Babbo	Solo Mamma	Entrambi	Nessuno
Iscritti ad un partito				
Iscritti e con ruoli di responsabilità				
Cariche pubbliche locali				
Cariche pubbliche regionali				
Cariche pubbliche nazionali				
Non so				

12. Negli ultimi due anni hai partecipato ad attività che riguardano:

	Spesso	Qualche volta	Una sola volta	Mai
Difesa dell'ambiente				
Sicurezza della città, quartiere, paese				
Campagne elettorali				
Diritti civili				
Occupazioni scolastiche				
Problemi della scuola				
Immigrazione				
Pace e diritti umanitari				
Sciopero				
Iscriversi a associazioni culturali /sportive				
Iscriversi a associazioni				



politiche/civiche/ambientaliste				
Boicottare e/o acquistare prodotti o marchi per motivi etici/politici				
Altro (specificare)				

13. Sei mai stato candidato o eletto rappresentante di classe o di Istituto? SI NO

14. Quale è per te il tema politico/sociale più importante che potrebbe attivare (o vederti più impegnato) la tua partecipazione? (una sola risposta)

Difesa dell'ambiente	
Sicurezza della città, quartiere, paese	
Campagne elettorali	
Diritti civili	
Occupazioni scolastiche	
Problemi della scuola	
Pace e diritti umanitari	
Immigrazione	
Altro (specificare)	

15. Qual è la tua posizione sulle seguenti pratiche?

	Mai accettabile	A volte accettabile	Spesso accettabile	Sempre accettabile
Aborto				
Eutanasia				
Divorzio				
Matrimonio con immigrati				
Gettare rifiuti in luoghi pubblici				
Non pagare biglietti autobus/treno...				
Suicidio				
Uso di droghe leggere				
Convivenza				
Fumare in luogo pubblico				
Omosessualità				
Uso di droghe pesanti				

16. Secondo te la tua Regione è interessata a allargare la partecipazione agli adolescenti? SI NO



17. Sei d'accordo con la proposta di estendere il voto ai sedicenni per le elezioni delle circoscrizioni e dei quartieri? (una sola risposta)

Si, ma limitato alle elezioni di circoscrizione	
Si, da estendere anche alle elezioni comunali	
Si, da estendere anche alle elezioni provinciali e regionali	
Si, da estendere a tutte le elezioni (amministrative e politiche)	
No, non sono d'accordo	

18. Se non sei d'accordo potresti brevemente spiegare perché _____

19. Se nella tua città o comune venissero attivate iniziative per coinvolgere giovani cittadini attraverso il vostro voto, tu cosa faresti? (una sola risposta)

Parteciperei con il voto	
Mi candiderei a rappresentare i miei coetanei	
Non parteciperei mai	
Non so	

20. Hai un tuo computer personale? SI - NO
21. Hai un indirizzo di posta elettronica personale? SI - NO
22. Hai uno smart-phone (Iphone, Blackberry, Galaxy etc..) SI - NO
23. Hai una connessione Internet veloce(ADSL) a casa? SI -NO

24. Quanto tempo passi al giorno su Internet?

Meno di trenta minuti	
Fino ad un'ora	
Fino a tre ore	
Più di tre ore	
Non mi collego ogni giorno	

25. Usi Internet prevalentemente per (una sola risposta):

Chattare	
Vedere e/o scaricare film/musica	



Fare ricerche per la scuola	
Giocare	
Informarti	
Altro (specificare) _____	

26. Quali media privilegi per informarti sull'attualità? (una sola risposta)

Televisione	
Radio	
Internet	
Stampa	
Altro (specificare)	

27. Leggi i quotidiani?

Ogni giorno	
Una volta la settimana	
Raramente	
Mai	

28. Prevalentemente attraverso quali canali web ti informi? (una sola risposta)

Quotidiani on line	
Blog Chat Forum	
Social Network	
Agenzie di stampa	
Motori di ricerca	
Altro (specificare)	

29. Puoi indicare le testate che leggi più frequentemente? _____

30. Ti ritieni una persona informata? In quali settori?

	nulla	poco	abbastanza	molto
Fatti locali				
Fatti nazionali				
Politica locale				
Politica nazionale				
Cultura (cinema, letteratura, teatro, etc)				
Ambiente				
Scienza e tecnologia				
Viaggi				
Altro: (specificare)				

31. Rispetto ai tuoi coetanei ti ritieni:

Meno informato	
Ugualmente informato	
Più informato	



32. Rispetto agli adulti che frequenti ti ritieni:

Meno informato	
Ugualmente informato	
Più informato	

33. Quale è l'attività alla quale dedichi maggior tempo mentre sei online? (una sola risposta)

Fruizione pagine web (ricerche informazioni, notizia e personali)	
e-mail	
Comunicazione via Skype, MSN o altro	
Giochi online	
Film e musica su youtube e simili	
Social network	
Acquisti e vendite online	
Altro (specificare): _____	

34. Sei iscritto ai social network?

	si	n. contatti
Facebook		
Twitter		
Google +		
Instagram		
Linkedin		
Myspace		
Netlog		
Altro (specificare)		

35. Quanti, tra i tuoi contatti di social network conosci direttamente? _____ (indicare numero)

36. Fai parte di qualche gruppo Facebook/twitter? SI NO

37. Se si, puoi specificare di quale gruppi?

38. Prevalentemente come usi i social network (una sola risposta)?

Scambio e condivisione di fotografie personali	
Scambio e condivisione di opinioni personali su temi personali	
Scambio e condivisione di opinioni personali su temi pubblici	
Scambio e condivisione di video musicali	
Scambio e condivisione di articoli stampa	



Messaggistica privata	
-----------------------	--

39. Ti è mai capitato di condividere una notizia d'attualità con i tuoi amici/follower? SI NO

40. Se si, puoi indicare quale/quali notizie hai condiviso?

41. Segui, attraverso i social network, uno o qualche partito politico? SI NO

42. Segui, attraverso i social network, uno o qualche personaggio politico? SI NO

43. Prevalentemente come contribuisce a segnalare e/o condividere qualche notizia per te rilevante? (una sola risposta)

Con un "mi piace"	
Con un "mi piace" e condividendo la notizia sulla mia bacheca	
Condividendo la notizia	
Commentando la notizia	

44. Secondo te Internet potrebbe essere usato per avvicinare i giovani alla partecipazione? SI NO

45. Se si, perché?

E' interattivo	
È aperto a tutti	
È veloce	
È obiettivo	
È facile	

46. Se si, con quali modalità preferiresti? _____

47. Puoi indicare la tua posizione politica (e quella dei tuoi genitori) rispetto alla linea Destra-Sinistra? (inserisci un numero da 1 a 10 con i seguenti riferimenti: 0 estrema sinistra - 5 centro - 10 estrema destra)

mia	padre	madre

48. Con chi parli di politica?

	sempre	spesso	raramente	mai
Genitori				
Compagni di scuola				
Amici				
Amici online				
Fidanzato/a				
Parenti (esclusi i genitori)				
Insegnanti				
Altri (Specificare)				

49. Con chi parli dei "problemi della scuola"?



	sempre	spesso	raramente	mai
Genitori				
Compagni di scuola				
Amici				
Amici online				
Fidanzato/a				
Parenti (esclusi i genitori)				
Insegnanti				
Altri (Specificare)				

50. Con chi parli di “diritti civili”, “immigrazione”, e “ambiente”?

	sempre	spesso	raramente	mai
Genitori				
Compagni di scuola				
Amici				
Amici online				
Fidanzato/a				
Parenti (esclusi i genitori)				
Insegnanti				
Altri (Specificare)				

51. Con chi parli dei problemi del tuo quartiere/città?

	sempre	spesso	raramente	mai
Genitori				
Compagni di scuola				
Amici				
Amici online				
Fidanzato/a				
Parenti (esclusi i genitori)				
Insegnanti				
Altri (Specificare)				

52. Cosa significa per te “Partecipazione”:

Ti ringraziamo per la preziosa collaborazione.



Appendice II:

Il Focus Group

L'altro strumento metodologico scelto è il focus group che dà l'opportunità di osservare un gruppo nella sua interezza e le interazioni dei partecipanti dove ciascuno discute collettivamente il suo punto di vista ed è obbligato ad approfondirlo nel confronto con gli altri.

Il gruppo è stato costruito in base alle disponibilità di alcuni studenti che già avevano compilato il questionario e cercando di comporre un gruppo che contenesse studenti più e meno attivi. I componenti totali erano 8 di seguito caratterizzati e distribuiti:

- 5 studenti del gruppo “Parlamentari” – 3 studenti “Normali”
- Età: 14-17 (fascia di età individuata per la ricerca)
- Genere: 50% maschile, 50% femminile (3 M e 2 F Parlamentari, 2F e 1 M “normali”)
- Scuole frequentate:
 1. Istituto Tecnico (3)
 2. Liceo (5)

Erano presenti un moderatore (chi scrive) ed un verbalizzatore.

La discussione è stata moderata attraverso una griglia strutturata che serviva da rilancio qualora si uscisse dai temi della discussione o si proponessero nuovi input di argomentazione, optando così verso uno svolgimento più auto-diretto dal gruppo.¹⁰¹

Le fasi di esecuzione sono state le seguenti:

- Breve introduzione al focus in cui si è cercato, senza difficoltà alcuna, di comunicare un clima disteso e più informale possibile.

¹⁰¹ Il ruolo del moderatore è stato piuttosto importante dovendo introdurre, spesso sottoforma di domanda, le slides presentate così da avviare la discussione.



- Presentazione di alcune slides (scelte da chi scrive in ragione della significatività dei risultati) contenenti risultati dell'elaborazione dei dati dei questionari
- Riflessioni sui dati sulla scia dei contributi visivi

La durata è stata fissata in 2 ore.

Nella verbalizzazione riportata in seguito verranno utilizzati nomi fittizi per garantire la privacy dei partecipanti:

Moderatore: Seguendo la prima slide vi segnalo che ha questa ricerca hanno partecipato 217 vostri coetanei, distribuiti per genere con queste percentuali: 30% Femmine, 70% maschi

CHIARA: Non è possibile. Non succede quasi mai che i maschi siano in maggioranza.

ANDREA: Vuol dire che siamo più attivi di voi.

CHIARA: Non è vero, dipende da cosa avete risposto. E poi se gli Istituti erano più numerosi allora mi torna, voi non fate i licei.

MARCO: Io faccio il liceo e sono molto attivo. E siamo in prevalenza maschi nel mio gruppo politico.

ROMINA: Io faccio politica ma i maschi sono più numerosi e sono quelli che organizzano le manifestazioni e le proteste.

ELENA: Sì anche per noi vale la stessa cosa. Noi scriviamo i manifesti, i volantini e li distribuiamo, poi la gente partecipa perché i maschi si muovono meglio e sono più convincenti.

Ma se non ci fossimo noi le proteste non sarebbero così ben organizzate e colorate.

ANDREA: Sì, per le scenografie sono più brave loro.

SILVIA: noi ci distribuiamo i compiti, siamo alla pari, non c'è differenza tra i sessi.

EZIO: da noi sono quasi più attive le donne, non sono molte ma quelle che partono sono toste.

CHIARA: Alla fine però su questi argomenti davvero non credo ci sia così tanta distanza. Dipende di più da che anno si frequenta, in genere sono attivissimi quelli più grandi e le matricole seguono, al di là del sesso.



MARCO: io, al di fuori della scuola, sono tra i più giovani e comunque mi seguono anche quelli molto più anziani. Dentro la scuola credo sia normale che una matricola non prenda l'iniziativa e che segua quelli che hanno più esperienza.

SILVIA: io sono al secondo anno ma già dallo scorso sono entrata del gruppo. Basta farsi vedere interessati, più studenti partecipano meglio è.

Moderatore: La seconda slides ci racconta come trascorrete il vostro tempo libero. Avete indicato, in maggioranza le attività all'aperto.

ROMINA: sì quelle gratuite, concordo.

NICOLA: in generale sì, poi una volta al mese (o due) si va o a mangiare la pizza o al cinema.

CHIARA: Palestra è intesa come sport? Perché io in palestra non ci vado ma vado ad allenarmi due volte la settimana. E quelli della nostra età non credo che frequentino la palestra.

ANDREA: no la palestra intesa come pesi e panche no, lo sport regolare, calcio, pallavolo, nuoto, sì. Con una squadra. E comunque i ritrovi fuori sono sicuramente quelli più gettonati proprio perché gratuiti, oppure a casa di amici.

ROMINA: la parrocchia non la frequenta nessuno, meno male.

MARCO: meno male no, ma dopo il catechismo che ci vai a fare alla parrocchia? Il cinema è la cosa migliore ma costa un botto, non puoi andarci più di una volta al mese sennò ti giochi il mese solo su quello.

EZIO: scarichi i film e li vedi a casa, da solo o con gli amici. All'ora che preferisci e senza fare le file.

SILVIA: ma in questo modo stai sempre a casa e con le stesse persone.

EZIO: ma risparmi. E poi puoi sempre uscire dopo o prima.

ELENA: comunque è così, come la figura. Quando non studi vai in giro con le amiche e il sabato sera e la domenica pomeriggio puoi andare al cinema o discoteca o pub, per il resto studio e sport.

ANDREA: sì anche a casa degli amici durante la settimana è difficile, tutto si concentra più facilmente nel week end.

NICOLA: io studio e faccio sport, karatè due volte la settimana. Ma non mi viene da dire che il



karatè è tempo libero, ormai lo sento come lo studio, una cosa da fare.

SILVIA: Il tempo libero è quando stai fuori con le amiche e non devi fare nulla di obbligato.

Moderatore: Il tempo libero è da intendersi anche come attività associativa. Guardate questo grafico che riassume la vostra partecipazione negli ultimi 12 mesi

SILVIA: io non ho fatto niente di questo, tranne associazioni a scuola. Ma a dire il vero non so se è un'associazione o collettivo

MARCO: Ma siete un gruppo organizzato?

SILVIA: Sì, abbiamo anche un nome.

MARCO: A me pare troppo alta la percentuale del volontariato, io lo faccio ogni tanto, vado con mio padre, ma non ho mai incontrato nessuno della mia età.

ANDREA: Il volontariato per me è come la palestra, per un'altra età. Così come le associazioni culturali e di quartiere. Casomai gli scout, quelli si sono per adolescenti, e invece mi paiono bassi, Boh.

CHIARA: Io sono scout, mi piace e ho molti amici.

ROMINA: io mi ricordo di aver messo associazioni di quartiere intendendo tipo proloco, aiuto chi si dà da fare per organizzare iniziative nel mio quartiere, mercatini, cene, spettacolini e via dicendo.

ELENA: lo faccio anche io, aiuto mia mamma per la Croce Rossa.

NICOLA: Io faccio parte, su Internet di vari gruppi di tifosi, calcio, rugby, pallacanestro o anche di soli simpatizzanti.

ROMINA: Io di fans, di cantanti, di personaggi dello spettacolo, di serie tv, di riviste, di marchi

SILVIA: Anche io, sarò iscritta ad una cinquantina di gruppi, mi arrivano una sacco di notifiche, a volte anche troppe.

ROMINA: Io però collaboro col gruppo, inserisco fotografie, scrivo commenti, partecipo insomma allo sviluppo.

MARCO: Io collaboro con gruppi politici, anche scrivendo dei pezzi, oltre a riempirli di miei post e commenti.

NICOLA: da casa al computer è più facile, meno dispendioso e puoi dire molto di più e più



spesso che dal vivo

MARCO: Anche perché sarebbe impossibile frequentare fisicamente tutti quelli che segui da fb

Moderatore: ma non credete sia una partecipazione diversa?

MARCO: certo, ma non per questo meno sentita o per la quale ci si impegna meno.

ROMINA: io altrimenti non poteri partecipare, non credo esistano al di fuori della rete.

ELENA: si però in quel modo non si fa niente di concreto, si scrive e basta.

MARCO: dipende dall'argomento, per la politica è già tanto anche il solo scrivere e far passare una tua idea, esporre un'opinione. Certo se si tratta di associazione in cui serve la presenza fisica, per stare ad esempio dietro un banchetto di un mercato di beneficenza, la rete ha meno importanza.

NICOLA: Il tifo invece si fa piuttosto bene anche attraverso la Rete, ci sono tantissimi gruppi, anche riferiti ad una sola squadra di calcio, o per calciatore, o per allenatore, per gruppi di tifosi, quanti ne vuoi.

CHIARA: Io la penso come Marco, dipende da cosa si fa e per cosa. Per gli scout francamente è necessario esserci, con pc fai poco. Per tutto il resto, politica, tifo, televisione o musica può servire ma è un impegno ovviamente molto minore.

EZIO: Internet però non è un'associazione, è solo per trascorrere il tempo in qualche modo.

ELENA: sì, essere impegnati in qualcosa fuori da casa è più importante. Però se ci chiede come si passa il tempo libero allora vale anche Internet.

MARCO: Non sono d'accordo. Io mi impegno molto lo stesso e lo faccio prevalentemente attraverso la rete.

Moderatore: Secondo voi il grado di impegno dei ragazzi della vostra età (partendo dalla vostra esperienze) è influenzato dai genitori, da eventuali loro impegni o incarichi associativi?

CHIARA: io credo di sì, io sono scout anche perché i miei mi hanno spinto essendo stati anche loro.

ELENA: Anche io, aiuto mia mamma che è volontaria alla Croce Rossa e lo sono diventata pure io.



NICOLA: io non ho seguito nessuno, ma forse per lo sport è diverso. Per la politica in effetti tendo a pensarla come loro.

MARCO: i miei hanno avuto incarichi in un partito che poi è quello che voterei io se avesse un altro leader. L'interesse, per esempio, nel mio caso per la politica, nasce proprio in famiglia, ma poi ognuno ha le sue idee.

Però se guardi i telegiornali, o trovi i quotidiani in casa perché loro li comprano, ti ritrovi a volte dopocena a commentare insieme Ballarò, è ovvio che puoi appassionarti. Oppure scappi e non te ne occupi più.

ROMINA: Alla fine credo di sì. Se nasci in una famiglia che già fa qualcosa fuori casa ti abitui a fare anche tu, altrimenti devi trovare un bel gruppo di amici e seguire loro, ma non ci sono molte occasioni, almeno per me.

ELENA: Io credo che la famiglia sia determinante, non dico perché devi pensarla come loro ma già solo il fatto che una famiglia sia impegnata (o in politica o nel volontariato) aiuta noi a conoscere quel mondo e quindi c'è più probabilità di partecipare.

ANDREA: a me ha voluto dire di più la scuola e i compagni più che la famiglia.

Moderatore: Negli ultimi due anni avete fatto qualcosa per questi temi? Dai risultati pare che il vostro impegno si sia concentrato nella “scuola” e nello “sport”, che ne pensate?

MARCO: Per la mia esperienza concordo con l'impegno per la scuola (ma non le occupazioni), mi pare alta la percentuale per lo sport. Io sono Parlamentare quindi la scuola certamente è il tema più seguito, ma al pari della politica. Invece è alta la percentuale di chi non ha mai partecipato alle campagne elettorali.

ROMINA: concordo, il mio impegno prevalente è stato sulla scuola. Anche con le occupazioni, che sono una bella esperienza e tra le più utili.

ANDREA: Scuola e diritti civili, ci hanno fatto fare anche delle ricerche a scuola.

NICOLA: ci sono delle cose che facciamo anche noi a scuola, tipo difesa dell'ambiente. Quindi io direi che concordo con scuola, mettendoci sia le occupazioni che gli scioperi.

ELENA: Sì, gli scioperi sono una protesta come le occupazioni. Forse meno politicizzati.



MARCO: Non è vero, di solito si comincia con lo sciopero poi si occupa, o si occupa e poi si sciopera.

SILVIA: diciamo che molti di questi temi vengono affrontati a scuola e si partecipa a progetti o manifestazioni perché organizzati nelle scuole. Sennò è più difficile.

MARCO: No, la campagna per le primarie non la organizzano a scuola ma ci sono tanti giovani che aiutano.

CHIARA: Anche io non sono d'accordo. Quello che faccio non parte dalla scuola.

ELENA: Però in generale funziona così, è più facile attivarsi se parte dalla scuola.

Moderatore: Al di là dei contesti, al di là di quello che già vi vede attivi, quale tema vi spingerebbe di più, rispetto ad altri, a partecipare, e perché?

ROMINA: Diritti civili e immigrazione, perché è segno di civiltà che vengano rispettati.

ELENA: Pace e Diritti Umanitari, perché c'è troppa gente che soffre per interessi economici.

MARCO: Elezioni, cambiare classe politica, ridurre gli sprechi, dare spazio ai giovani che siamo il futuro.

NICOLA: sicuramente la riduzione degli sprechi e dei privilegi della casta, ci stanno mangiando il futuro.

ROMINA: Sì, anche io. Grillo ha ragione.

MARCO: Veramente lo dice da tempo Renzi, poi gli altri.

SILVIA: A me interessa molto l'ambiente, inquinamento, energie rinnovabili. Sarà per gli studi che faccio ma vorrei impegnarmi di più.

ANDREA: Lavoro che non si trova, e la crisi economica.

EZIO: immigrazione e lavoro

CHIARA: Ambiente, è la prima cosa.

N.B. Risposte secche senza ulteriori confronti tra loro.

Moderatore: Vi dareste il diritto di voto?

MARCO: Bella domanda. Io me lo darei ma non lo darei a tutti. Scherzi a parte, sì, certamente. Siamo informati, possiamo informarci e capire.

EZIO: Forse meglio iniziare per gradi con le votazioni locali, si conoscono i candidati, si



possono seguire meglio.

ROMINA: no, o ce lo danno per tutto o per niente, e aspettiamo i 18 anni. Sinceramente dare il voto ad un quartiere che non ha il potere di fare nulla a me non interessa

MARCO: D'accordissimo

CHIARA: Ma un politico regionale ha il suo peso e può fare molte cose, quindi a me starebbe bene votare alle regionali.

ANDREA: io sono dell'opinione che se uno ci dà fiducia deve darcela per tutto. Altrimenti si continua come ora e si vota solo a scuola.

ELENA: Io credo che a 14/15 anni non ci sia né la voglia né il sapere per votare.

NICOLA: Dipende dalla persona, forse in generale è troppo presto. Non sei preparato né la scuola ti aiuta.

ROMINA: Su questo hai ragione, a scuola, con gli insegnanti, si parla pochissimo di politica. E invece sarebbe un bene. Sapere chi sono, meglio, quelli più potenti, come funziona tutto, leggi, governo parlamento.

MARCO: ma non c'è bisogno di parlarne a scuola, leggi un giornale, vai su Internet, puoi informarti in molti modi.

ELENA: Invece ce ne sarebbe bisogno anche perché avresti una persona informata che ti spiega bene le cose, come per le altre materie. Metterei una materia, politica italiana, ma ci sarebbero molte insufficienze

EZIO: Rimarrebbe solo la professoressa in classe, ma chi vuoi che ci stia a sentire. Già è pesante il telegiornale, mettici pure la scuola. La politica, secondo me, se la vuoi seguire devi farlo fuori dalla scuola, non interessa a tutti e non puoi obbligare a seguirla

Moderatore: Come vi informate? Quali media privilegiate?

ELENA: I telegiornali, quelli della sera. Poi i quotidiani, un quotidiano. Lo leggo almeno tre volte a settimana perché ce li danno in classe.

NICOLA: Anche a noi, ci fanno lavorare sui quotidiani, per ricerche, opinioni, soprattutto il Sole 24 Ore con l'insegnante di economia.

SILVIA: Anche a noi, il Corriere. Non è male. Comunque la tv e Internet li seguo più



volentieri.

MARCO: Io molti aggiornamenti ce li ho dai social network, da fb e da twitter. Ma dipende dalle notizie che ti interessano e da chi sono i tuoi contatti. In seconda battuta vado sui giornali on line, corriere.it, repubblica.it.

ROMINA: Internet, quotidiani (in classe) e tv. Ma ad esser sincera la tv la guardo più per altre cose. Anche se un telegiornale al giorno lo seguo, più facile le notizie della mattina, prima di uscire.

ANDREA: Televisione, dibattiti e tg. I dibattiti non finisco quasi mai di vederli ma in casa li guardano volentieri, qualcosa seguo anche io. Poi Internet, blog, siti. È più utile perché inserisci una parola che vuoi approfondire e ti vengono tutte le notizie su quell'argomento, scegli meglio insomma.

CHIARA: Io Internet ma sui quotidiani on line. A volte anche attraverso fb, ma quello è meno utile perché sono notizie che interessano i miei amici quindi può capitare che interessino anche me oppure no. E la televisione, sempre.

EZIO: telegiornali, quotidiani che ci danno a scuola. Su Internet non mi informo quasi mai.

SILVIA: Ma la Televisione credo sia in assoluto la più seguita, anche per le notizie della tua città, col digitale ce ne sono spesso.

Moderatore: Pare che tv e Internet siano i media favoriti, che differenza trovate tra i due?

EZIO: Nonostante tutto la televisione per le notizie è più credibile di Internet. Vedi la faccia di chi ti parla, lo conosci. Su Internet non sai chi c'è dietro, chi scrive, chi commenta, se sono falsi nick, e cose così.

MARCO: Anche in Tv non sai chi c'è dietro e poi se ti informi su un quotidiano online è la stessa cosa esatta che leggere un giornale in casa, sono gli stessi, uguali. I social network sono più problematici da questo punto di vista ma dipende dai contatti che segui. I Blog lo stesso, pensa al blog di Grillo, che a me non piace, ma sai che a scrivere è lui.

SILVIA: Io penso che sia più comoda la televisione, accendi e guardi. Per il resto non vedo grosse differenze. Tanto ti dicono dappertutto quello che vogliono.



ROMINA: Ma su Internet scegli di più, è tutta lì la differenza. Sei te che entri dove vuoi entrare e leggi quello che ti pare senza essere obbligata a sentire quello che invece ti dicono in tv.

Moderatore: Vediamo allora quanto e come usate Internet.

ANDREA: Più di tre ore al giorno è tanto, pensando poi che la mattina sei a scuola.

EZIO: A me non stupisce, io ci rientro. Un'oretta nel pomeriggio e un paio d'ore dopo cena e ci sei.

SILVIA: Ma avete la ADSL, io non potrei. E non saprei nemmeno che fare in tre ore. Nel senso che al computer ci potrei anche stare, ci sto a volte per la scuola, ma se mi serve qualcosa lo scarico e poi uso solo il computer.

ROMINA: Due ore perlomeno ti passano bene ma non mi collego tutti i giorni, tutti i giorni, sempre due ore sono tante, 14 ore la settimana.

CHIARA: io mi collego tutti i giorni, sempre, a volta capita che sto 5/10 minuti, vedo fb e esco perché non c'è niente di interessante. Altre volte resto più a lungo, anche sulle due ore. Se mi metto a seguire i link che mi interessano si fa presto a fare due ore, musica, riviste, foto, gossip, sono tutti collegati.

MARCO: io sono sempre collegato con lo smart-phone, anche da scuola. Non so dire quanto resto, spesso, tramite le App dell'i-phone guardo le notifiche fb e twitter e chiudo, poi nel pomeriggio o la sera mi metto a scrivere, a linkare, a condividere, e ci sto di più.

NICOLA: Con l'i-phone sei sempre collegato e non riesci a valutare quanto ci stai, sono anche collegamenti brevissimi, sì, per vedere i contatti fb o le alert sulla Fiorentina e poi chiudi. Ma rientri anche dopo un'ora, o meno.

ELENA: Anche io ho l'i-phone e ci butto un occhio molto spesso ma da qui a dire che ci sto tre ore... a me pare troppo, non ha senso. Può capitare una volta ma non regolarmente.

EZIO: Ma se la sera non guardi la tv guardi internet, stai su internet come si dice? E poi vedere anche gli streaming con serie, puntate vecchie.

MARCO: sì verissimo, ti cerchi le cose che semmai hai perso alla tv e te le rivedi. You tube ha molto, ma anche gli archivi dei programmi ufficiali.

(Per cosa usate Internet)



EZIO: per me hanno messo a posta informazione ma la percentuale vera è molto più bassa. E alzerai quella dello scaricare film e musica, non solo per me.

SILVIA: Chattare e mandare messaggi è alta ma è così. Ma non per tre ore.

MARCO: io mi ci ritrovo abbastanza, alzerai le ricerche per la scuola e annullerei quasi il gioco. Per il resto è ok.

ELENA: chattare è come mandarsi sms gratuiti, si fa tutti spessissimo, forse è la cosa più usata. Ma è utilissimo anche per la scuola

NICOLA: si wikipedia...

MARCO: e non solo

Moderatore: invece con i social network, in particolar modo con fb?

ELENA: Sempre messaggi con le amiche che sono in linea, e anche se non lo sono in quel momento entrano poco dopo e rispondono.

NICOLA: E se non entrano mandi un messaggio con whatsapp per dirgli che ne hai mandato uno via fb.

MARCO: Su fb si scambia, come dice quel grafico, si scambia tutto, video, articoli, opinioni, foto. E si trovano moltissimi contatti a cui puoi mandare le tue opinioni.

CHIARA: Facebook è divertente, è più un passatempo, un modo per trascorrere con persone che conosci (o che conoscono i tuoi amici) per farti vedere, per dire quello che stai facendo, per sentirti più presente nella vita di tuoi amici. E' una cosa a sé, un mondo virtuale ma reale in cui ti senti a tuo agio, e che non usi per le cose politiche.

MARCO: io lo uso prevalentemente per quello invece. Dipende dalle persone, a me non piace mettere cose personali, fotografie, musiche. Io ci scrivo solo di politica.

NICOLA: ma te sei un caso a parte, soprattutto per la nostra età. Io scrivo e commento molto di sport, ognuno posta quello che più gli interessa. In generale noi sedicenni non lo usiamo per cose impegnate, no?

ROMINA: in generale no, qualche volta può capitare di condividere qualche post che ha a che vedere con la politica ma il più delle volte è una presa di giro di politici; qualche fatto importante (per il ragazzo gay che si è suicidato qualche settimana fa, molti dei miei amici



avevano anche cambiato l'immagine del profilo mettendo uno sfondo rosa) ma spesso c'è lo scambio di pareri personali o il darsi appuntamento in qualche posto, e tante foto condivise.

SILVIA: e mettere i "mi piace", ai post e alle pagine che vuoi seguire.

ANDREA: sì che a volte è pure esagerato, ogni cosa un mi piace, pare che se non metti il mi piace sei un asociale, in fb.

ROMINA: ma si mette anche solo per far capire che hai letto, non solo per dire che ti piace quello hanno scritto.

NICOLA: Ma nessuno gioca con le applicazioni? Ce ne sono a centinaia, su invito.

Ci sono poi le condivisioni dei video, io ne condivido moltissimi (tipo?), dai video musicali, ai trailer dei film al cinema o pezzi di film già passati, momenti importanti di una partita, inni delle squadre...

ANDREA: su you tube c'è il mondo, poi condividere tutto quello che ti viene in mente in quel momento. È divertente, perché puoi anche mettere un tuo commento e passarlo commentato.

ELENA: ma ad esempio anche le parti di qualche trasmissione televisiva, xfactor con un certo cantante, qualche spezzone da real time

MARCO: Crozza

EZIO: lo scambio che io vedo di più dalle mie amiche sono le citazioni colte scritte sopra una foto, con fiori o animali con tutte le faccine.

Moderatore: ma in qualche modo vi sentite "attivi" attraverso questi scambi che mi state descrivendo?

ANDREA: Certo che sì. Dipende ovvio da cosa posti ma anche il solo profilo rosa per il ragazzo gay è segno di voler dire la tua su una certa cosa. Anche se non scrivi niente.

ROMINA: O per quello ucciso in galera a Roma, se condividi queste notizie fai sapere da che parte stai.

MARCO: Meglio sarebbe scrivere da che parte stai, non c'è mica bisogno che fai un tema. Ma anche condividere un video o una notizia è già qualcosa.

EZIO: io non credo invece. Non ce ne sono moltissime di condivisioni di questo tipo, io più che altro vedo molte fotografie e faccine e cuoricini.



ELENA: ci sono entrambe le cose, casomai le cose più serie non partono da noi ma noi si condividono. (da chi partono?) Si trovano sulle altre bacheche, spesso , boh, dalle pagine delle Iene o di qualche personaggio famoso, o da qualche giornale.

ROMINA: Infatti. E' modo anche questo.

MARCO: Ma si. Se poi li condividi commentandoli partecipi ancora di più.



INDICE

1.Premessa	p.1
2. Il concetto	p.3
3. Come si partecipa	p.6
4. La nuova partecipazione: tra mediatizzazione e società delle reti	p.10
5. e-democracy? e-citizenship?	p.15
Box. N. 1 Regione Toscana: L.R. n.69	p.21
7. Social network	p.22
8. Giovani (adolescenti) e partecipazione	p.42
Box. N.2 Parlamento Regionale Studenti Toscani	p.44
9.Seconda Parte: La ricerca	p.53
a. Il questionario: analisi dei dati	p.55
b. Conclusioni	p.88
Box.N.3 Future Dem	p.90
c. Bibliografia	p.91
d. Sitografia	p.98
e. Appendice I: il questionario	p.100
f. Appendice II: il focus group	p.110