

Applicazione del metodo etnografico nello studio dei media digitali

Amelia Capobianco

Università di Bologna

ABSTRACT

I media digitali pongono questioni metodologiche di un certo rilievo. L'articolo che segue cerca di essere un contributo all'analisi qualitativa dei Social Networks attraverso l'utilizzo della media ethnography. Si affrontano questioni quali il tempo e lo spazio e come queste dimensioni si trasformano negli ambienti digitali; la definizione di ambiente e rete sociale; la comunicazione efficace; il flusso continuo fra le attività on e off line; il ruolo del ricercatore "digitale", la sua influenza sull'operato dei soggetti, la sua stessa competenza mediatica e l'equilibrio della gestione di situazioni che passano da ambienti on e off line, l'etica e la protezione della privacy. Cambia la figura del ricercatore etnografico mentre l'etnografia rappresenta – forse – uno dei metodi più efficaci per una ricerca che vuole avere una base fenomenologica che aiuti la comprensione del senso e del valore che determinati strumenti, utilizzati per scopi specifici, possono assumere per l'utenza più giovane.

Parole chiave: Media Ethnography – Social Network – Facebook – Attivismo – Giovani

The application of ethnographic method in the study of digital media

Digital media raise methodological issues of some relevance. The following article tries to be a contribution to the qualitative analysis of Social Networks through the use of media ethnography. We deal with issues such as time and space and with how these dimension get transformed in digital environments; the very definition of environment and social network; an effective communication; the constant flow between online and off-line activities; the role of the "digital" researcher, his/her influence on the subjects' actions, his/her actual competence about the media and the balance of the management of situations that cross online and off-line environments, ethics and the protection of privacy. The figure of the ethnographic researcher changes, while ethnography represents – perhaps – one of the most effective methods for a research that maintains a phenomenological basis, helping to understand the meaning and value that certain tools, used for specific purposes, can take on for the youngest users.

Keywords: Media Ethnography – Social Network – Facebook – Attivism – Youth

Premessa

L'articolo presenta una riflessione sull'applicazione del metodo etnografico ai media digitali. L'occasione nasce dall'esigenza di individuare la metodologia più adeguata per una ricerca di dottorato che ha indagato il media attivismo on e off line di dieci giovani italiani. Per due anni sono stati osservati i profili Facebook di dieci giovani, cinque impegnati in contesti politici istituzionali e altri cinque impegnati nel volontariato sociale in contesti associazionistici.

All'origine di questa ricerca ci sono, in particolare, due sollecitazioni che mi hanno raggiunta nel corso degli anni del mio impegno nella Media Education sia come studentessa, sia come professionista. Inizio dalla seconda, in ordine cronologico, per esprimere meglio il mio pensiero. In una trasmissione televisiva di approfondimento politico Al Gore, premio Nobel per la pace nel 2007, ha affermato che *“La primavera araba ha avuto internet come strumento”*¹. La dichiarazione di Gore e la stessa *Primavera Araba* mi hanno indotta a riflettere sull'attivismo dei giovani italiani, su fenomeni quali *“Ammazzateci tutti!”*², *“Indymedia”*³, *“Movimento 5 Stelle”*⁴ *“Libera”*⁵ il *“Movimento No Tav”*⁶ e altri ancora. In particolare, la possibilità che la *Primavera Araba* abbia realmente avuto la rete come strumento, ha guidato il mio interesse sull'utilizzo socio-politico del web 2.0 da parte di adolescenti e giovani fino ai 21 anni, non in gruppo ma individualmente.

Molte ricerche mostrano che gli adolescenti e i giovani italiani sono cresciuti con la tv commerciale accusata di contenere troppa violenza, sesso, reality show, pubblicità, cartoni animati⁷ e che i giovani ne sono spettatori da 1 a 4 ore al giorno⁸. Risultano, inoltre, essere grandi utilizzatori di cellulari, sui quali spendono una quantità di tempo sensibile⁹ mentre i loro risultati scolastici sono sotto la media degli stati Ocse¹⁰ e il loro interesse per la politica sarebbe quasi inesistente. L'Istat lo

¹ A. Gore, Premio Nobel per la pace, 2007, ospite ad “Anno Zero”, condotto da M. Santoro su Rai Tre, 19.05.2011

² *Ammazzateci tutti, giovani uniti contro le mafie*, <<http://www.ammazzatecitungi.org/>>, data di ultima consultazione 07 agosto 2013.

³ Indymedia, <<http://italy.indymedia.org/>>, data di ultima consultazione 07 agosto 2013.

⁴ Blog di Beppe Grillo, <<http://www.beppegrillo.it/movimento/>>, data di ultima consultazione 07 agosto 2013. Per maggiori dettagli: Mosca, L., & Vaccari, C. (2011). *Nuovi media, nuova politica? Partecipazione e mobilitazione online da MoveOn al Movimento 5 stelle*. Milano: Franco Angeli.

⁵ Associazioni, nomi e numeri contro le mafie, <www.libera.it>, data di ultima consultazione 07 agosto 2013.

⁶ No Tav, La valle non si arresta, <www.notav.info>, data di ultima consultazione 07 agosto 2013.

⁷ Sono molti i testi disponibili per approfondimenti sulla televisione italiana. Se ne indicano alcuni: Aroldi, P. M., (2004). *La Tv risorsa educativa*. Milano: San Paolo; Aroldi, P. M., & Colombo, F. (2003). *Le età della Tv*. Milano: Vita e Pensiero; Bertolini, P. (2002). *I bambini giudici della Tv*. Milano: Guerini e Associati.

⁸ Telefono Azzurro-Eurispes, 2012, p. 2.

⁹ Ibidem.

¹⁰ <<http://www.na.camcom.it/contents-sa/instance4/files/document/10004478Capitolo5.pdf>> Ultimo accesso 05 agosto 2012.

registra a meno del 5% del totale del campione nazionale¹¹. Insomma, raramente ci è dato di vedere un volto “impegnato” degli adolescenti e dei giovani italiani ma questo impegno esiste, come i Movimenti succitati testimoniano.

A questo punto, la domanda che mi sono posta è stata: in quale maniera la crisi economica con gli specifici problemi del nostro paese, come i tagli dei fondi alla scuola, alla ricerca accademica e al welfare, la corruzione della classe politica, le organizzazioni mafiose e camorristiche¹², l’infiltrazione delle seconde nella prima provocano, inducono una reazione nei nostri adolescenti e giovani? La rete quanto è utilizzata per dare forma a queste reazioni? Molte ricerche ci forniscono dati sull’uso che i ragazzi fanno di internet in termini di tempo dedicato e attività svolte¹³ ma, cosa più importante, come internet e il web 2.0 possono essere uno strumento per la loro reazione, per il loro impegno? Cosa fanno i ragazzi online? Come? Come la loro attività online si traduce nella continuità offline, laddove online e offline si fondono in un ambiente che non ha più confini ma sono così intrecciati da essere diventati un unico flusso dinamico di attività?

Media Education e Media Literacy sono fondamentali nell’educazione. I risultati a cui potrebbe giungere una alfabetizzazione politicamente, socialmente, “attivisticamente” consapevole sembrano essersi palesati in maniera eclatante, almeno in Europa, nel Magreb e nel Medio Oriente, sia nei mesi della cosiddetta *Primavera araba* sia nei mesi, precedenti, delle rivolte in Iran¹⁴, sia nei mesi successivi, in Europa, nella Spagna degli Indignados. Questo solo considerando l’Europa e il Mediterraneo.

La seconda affermazione, cui mi riferivo all’inizio di questo scritto, che mi ha indotta a intraprendere questo lavoro è di Jacques Gonnet, membro del gruppo di studio francese sulla Media Education Clemi¹⁵, il quale ha affermato a un convegno:

... [esiste un] legame fondamentale tra democrazia ed educazione ai media: non c’è possibilità di realizzare un giornale, una rivista sotto un regime dittatoriale perché la libertà di pensiero non è tollerata. La scuola, luogo d’iniziazione ai valori di una società, si iscrive e si rivela, grazie ai media, in una visione politica del mondo.

¹¹ Istat (2011). *Cittadini e nuove tecnologie*. Statistiche e Report. Roma.

¹² Un esempio, Saviano, R. (2006). *Gomorra. Viaggio nell’impero economico e nel sogno di dominio della camorra*. Milano: Mondadori.

¹³ Livingstone, S. et al. (2010). *Risks and safety on the internet. The perspective of European children. Full findings and policy implications from the EU Kids Online survey of 9-16 years old and their parents in 25 countries*. European Union and LSE, London. <www.eukidsonline.net>; Telefono Azzurro-Eurispes (2012). *Report Infanzia Adolescenza*. Milano; Unicef, Istituto degli Innocenti (2011). *Child Safety Online*. Firenze.

¹⁴ In particolare, è diventato tristemente noto il video dell’uccisione di Neda, la giovane iraniana colpita da un proiettile durante le proteste a Teheran che pure è stato più visto in tv che non su Twitter dove il video è “rimbalzato”.

¹⁵ Centro francese di studi sulla Media Education.

L'educazione ai media diventa un'iniziazione alle pratiche democratiche, significa promuovere una cultura fondata sul rigore dell'argomentazione e sull'arricchimento reciproco nella diversità d'opinioni.¹⁶

Questa affermazione dello studioso francese mi ha indotta riflettere su quali possono essere le esperienze formative relative ai media per gli adolescenti e i giovani. La scuola? La famiglia? I pari? Tutte queste? Altre? La scuola prepara adeguatamente i giovani a un uso dei media che non sia solo quello "meccanico" dell'alfabetizzazione di base ma sia contestualizzato in un discorso più ampio di partecipazione e democrazia? Come emerge dalle evidenze statistiche delle ricerche nazionali e internazionali l'interesse mostrato dai giovani verso la politica e la partecipazione sociale è scarso; i valori Ocse dei risultati scolastici e accademici lo sono altrettanto. E' la scuola che non prepara adeguatamente i nostri giovani? Se a questi elementi aggiungiamo che la famiglia è percepita dagli stessi ragazzi come ignorante in materia di nuovi media¹⁷, come hanno compreso, i ragazzi dei Movimenti e gli stessi dieci che hanno deciso di partecipare a questa ricerca, scelti appositamente per il loro attivismo, che questo tipo particolare di mezzi può avere un ruolo nel raggiungimento dei loro obiettivi socio-politici? Potrebbe essere solo una questione di scelta generazionale dei mezzi a disposizione?

Parliamo di soggetti che sembrano ampiamente "alfabetizzati" all'uso di queste tecnologie, spesso gestiscono Blog, Wiki, postano video informativi su quanto accade attorno a loro. Si possono individuare in queste pratiche i segni di una "cittadinanza attiva"? I modi con cui certe forme di partecipazione politica si stanno diffondendo fra i giovani in vari Paesi del mondo ci porterebbe a rispondere affermativamente a questa domanda, ma ciò che è interessante sul piano della ricerca è ricostruire i "percorsi formativi" di soggetti adolescenti in relazione ai loro "stili" di utilizzo delle moderne tecnologie della comunicazione, capire se la scuola gioca (può giocare) un ruolo importante, forse implicito e quale sia il ruolo dell'educazione extrascolastica.

L'ipotesi di questo lavoro è che possano esistere o sia possibile attivare negli adolescenti dimensioni partecipative alla vita sociale e politica. Si tratta di comprendere quali sono le esperienze significative, i passaggi formativi, gli ambienti familiari e scolastici in cui certe sensibilità si sono andate formando.

A partire da questa ipotesi, gli obiettivi dello studio erano tre: indagare il tipo di attività socio-politica svolta dai 10 soggetti della ricerca on e off line; comprendere la struttura del loro network sociale; individuare le esperienze significative nella formazione ai media digitali e all'attivismo, sia di natura politica sia di natura sociale; tentare di comprendere il senso e il valore, in termini fenomenologici, del loro impegno¹⁸.

¹⁶ Gonnet, J. (2002). *Convegno Medi@tando*. Igea Marina (RN): Italia.

¹⁷ <<http://www.na.camcom.it/contents-sa/instance4/files/document/10004478Capitolo5.pdf>> Ultimo accesso 05 agosto 2012.

¹⁸ Capobianco A., (2014), *Media Activism on and off line by Italian adolescents and young adults*. Doctor Europaeus in Pedagogical Sciences, University of Bologna, Tesi di dottorato inedita.

La varietà degli obiettivi e la complessità della natura del lavoro ha richiesto una multidisciplinarietà relativamente al framework teorico e l'utilizzo misto di metodi di ricerca, qualitativi e quantitativi, pur mantenendo un approccio fondamentalmente qualitativo che si esprime, in particolare, nel numero dei soggetti osservati, nella durata dell'osservazione e nelle interviste in profondità realizzate con il gruppo di soggetti più attivo nei due anni di osservazione. In particolare, dal punto di vista metodologico, si è fatto riferimento alla media ethnography; le scelte metodologiche operate nel contesto della media ethnography rappresentano il focus di questo articolo che non ha pretesa di esaustività, data la peculiarità della rete di essere un soggetto in continuo mutamento, ma tenta di rappresentare una modalità possibile di operare in questo ambiente. Un primo passo, in questo scritto, è quello di inquadrare una serie di presupposti teorici che hanno fatto da riferimento al lavoro.

Etnografia e Media Ethnography

In questo studio, relativamente all'approccio etnografico e di etnografia dei media, pur mantenendo sullo sfondo la letteratura più ampia, si è fatto riferimento in particolare a due autori. Il primo è quello fondativo della etnografia, C. Geertz (1973) la seconda è C. Hine che ha ampiamente approfondito la questione della sua applicazione ai media digitali e ai Social Network nei suoi numerosi scritti.

L'etnografia prevede per sua natura una osservazione partecipata. Vuole, cioè, che il ricercatore entri in profondità nel contesto, nell'ambiente dove il soggetto osservato vive, con la coscienza dell'influenza che egli stesso può esercitare sul comportamento del soggetto osservato. (Geertz, 1973).

Lo stesso Geertz afferma che:

doing ethnography is establishing rapport, selecting informants, transcribing texts, taking genealogies, mapping fields, keeping a diary, and so on. But it is not these things, techniques and received procedures, that define the enterprise. What defines it is the kind of intellectual effort it is: an elaborate venture in, to borrow a notion from Gilbert Ryle, «thick description».¹⁹

Geertz distingueva tra due tipi di descrizioni etnografiche, la “thin description”, una mera descrizione di un fatto e la “thick description” che rappresenta l'oggetto dell'etnografia; una profonda riflessione e interpretazione di un fatto, del suo significato e del suo valore²⁰. E' ciò che questa ricerca ha cercato di raggiungere, una comprensione profonda del senso dell'attivismo giovanile che usa i media digitali per esprimersi.

La questione diventa applicare l'etnografia a nuovi mezzi di comunicazione digitale.

¹⁹ Geertz, 1973, p. 6.

²⁰ *Ivi*, p. 7.

Internet è considerato un “oggetto culturale” e, in quanto tale, qualcosa di esistente, riconoscibile e indagabile. Ciò che rende internet un oggetto culturale sono i discorsi che si fanno su di esso²¹. Quando le persone, gli utenti, i media parlano di internet, lo stanno riconoscendo come “oggetto culturale”. Come afferma Hine (2000), la stessa tecnologia può avere molti differenti significati culturali in differenti contesti e, allo stesso tempo, può essere vista come formata da un contesto culturale. La percezione di cosa serva un medium e cosa esso simboleggi è influente nel determinarne l’uso. Ancora Hine afferma che gli utenti della rete sono essi stessi coinvolti nella costruzione delle tecnologie e questo avviene in due sensi: attraverso la pratica con la quale comprendono la rete e attraverso i contenuti che essi stessi producono²². Tufte (2001) afferma in merito che *“Identifying and analysing ritualized media use in everyday life provides the key to a deeper understanding of contemporary everyday cultures and the role of the media in these”*²³.

L’utilizzo dell’etnografia per investigare la rete è stato ampiamente discusso negli ultimi 15-20 anni. Wilson, nel 2006, parlava di un “paradosso del condurre una etnografia non-tradizionale in un non-luogo non-tradizionale, utilizzando strumenti tradizionali”²⁴. Da allora, diverse cose si considerano in maniera molto differente. Dal 2005 si sono, in particolare, diffusi i Social Network, che hanno arricchito ulteriormente la disponibilità di mezzi comunicativi; si è smesso di utilizzare termini come “realtà virtuale” o “non luogo” considerando questi spazi come nuovi spazi del reale che si legano alla vita offline all’interno, come afferma Castells nei suoi numerosi scritti, di un unico *flusso*. Quindi, una questione preminente nell’uso dell’etnografia in internet riguarda il fatto che dobbiamo dimenticare la dicotomia tra “mondo virtuale” e “mondo reale”, tra “online” e “offline”. Già dalla metà degli anni ’90, i ricercatori parlano di uno *stato di sospensione* tra queste condizioni²⁵.

Cosa accade quando c’è una connessione tra un luogo online e uno offline? Secondo Hine (2010) lo spazio del luogo offline si ri-afferma online²⁶. Internet presenta un ordine multi-temporale e multi-spaziale²⁷.

This is particularly apparent in the use of time and space to insert the online world of the Internet into offline context, and vice versa. It is through these processes that offline events are portrayed meaningfully on the Internet, and events on the Internet are portrayed offline, for example in the media.²⁸

²¹ Vedi Beneito-Montagut, 2011; Bryman, 2012; Hine, 2000.

²² Hine, 2000, p. 38.

²³ Tufte, 2001, p. 125.

²⁴ Wilson, B. (2006). Ethnography, the Internet, and Youth Culture: Strategies for Examining Social Resistance and “Online-Offline” Relationship. *Canadian Journal of Education* 29, 1, 307-328.

²⁵ *Ivi*, p. 308.

²⁶ Hine, 2000, p. 114.

²⁷ *Ibidem*.

I sociologi Cavallo e Spadoni (2010), affermano che il cyber-spazio è un nuovo Foro dove realtà e virtualità si incontrano e quando gli utenti entrano con il login non si disconnettono dalla società ma essa li accompagna nelle relazioni, nelle esperienze che vivono, nei loro obiettivi²⁹. Non si tratta di una “realtà virtuale” ma di una “virtualità reale” nel senso che questi fenomeni non sono fittizi o potenziali nel futuro essi appartengono e hanno effetto nella realtà³⁰. Ne consegue che nella nostra società dobbiamo considerare internet come una dimensione sociale reale in quanto espressione di ciò che siamo³¹. Come afferma Sade-Beck (2004), quindi, un riesame del campo di lavoro etnografico è necessario³².

Spazio e tempo nella etnografia dei media

La principale questione dell'applicazione dell'etnografia alla rete è la re-definizione dei concetti di spazio e tempo. Che cosa è che rende uno spazio qualsiasi, uno spazio etnografico? In che modo possiamo considerare il tempo in internet?

Nel suo libro, Hine (2000) esplicita il concetto di *luogo* dall'etnografia classica alla sua applicazione in internet. Un elemento caratteristico del metodo etnografico classico consisteva nel viaggio che rappresentava un elemento fondante, specialmente nel caso di tribù che seguivano particolari rituali. L'etnografo, andando sul posto, poteva “respirare” il contesto, osservarlo, intervistare i soggetti, fotografarli, insomma vivere insieme a loro. La questione per uno studio etnografico di internet è quindi: come è possibile vivere in un setting online? Per quanto tempo? Ventiquattro ore al giorno? E' possibile analizzare un oggetto, un sito per esempio, senza parteciparvi e chiamare questo un lavoro “etnografico”?³³

Cosa rende internet un luogo culturale? Secondo Hine (2000) le risposte sono due caratteristiche che troviamo nella rete: la presenza di relazioni tra gli utenti e i testi che essi producono. Internet era già considerato un luogo di relazioni quando sono comparse le prime chat, i primi forum e i primi gruppi di discussione. La stessa studiosa afferma che:

Between the poster of one newsgroup message and the author of a response, a space opened, and that space was a cultural context³⁴

²⁸ *Ivi*, p. 115.

²⁹ Cavallo & Spadoni, 2010, p. 69.

³⁰ *Ivi*, p.52.

³¹ Cavallo & Spadoni, 2010, p.53.

³² Sade-Beck, 2004, p.9.

³³ Hine, 2000, p. 21.

³⁴ *Ivi*, p. 17.

e i testi diventano un nuovo materiale etnografico che è disponibile all'analisi del ricercatore e si pone l'attenzione sul contesto in cui essi sono inseriti. E' particolarmente importante conoscere in quale situazione un testo è inserito per giudicarne il significato.

Ancora secondo Hine (2000) un altro step importante per l'etnografo è avere esperienza di cosa significhi essere un utente di uno specifico media³⁵. L'esperienza personale di utente dello stesso ricercatore, quali sono le sue competenze relativamente a un Social Network, per esempio e quanto egli stesso è cosciente della negoziazione della sua identità, particolarmente nella relazione con i soggetti di ricerca.

Come Hine (2000) ancora afferma,

An ethnography of the Internet can look in detail at the ways in which the technology is experienced in use. In its basic form ethnography consists of a researcher spending an extended period of time immersed in a field setting, taking account of the relationships, activities and understandings of those in the setting and participating in those processes. (...) The aim is to study how the status of the Internet is negotiated in the local context of its use³⁶.

Scrivere in etnografia

Una delle principali caratteristiche del metodo etnografico è la scrittura che è frutto delle interpretazioni operate dal ricercatore, criticata dagli studiosi quantitativi per la sua natura ibrida con la narrazione³⁷. L'etnografo scrive la sua personale interpretazione dell'ambiente e questa è influenzata dalla cultura, dai valori e dall'assegnazione di senso del ricercatore stesso.

Così, come afferma Geertz, la descrizione etnografica è interpretativa³⁸. Essa offre informazioni da un altro Paese, un altro contesto e, con il materiale che si produce in un tempo prolungato, in special modo di tipo qualitativo e con una alta partecipazione, noi:

can given the sort of sensible actuality that makes it possible to think not only realistically and concretely about them³⁹.

³⁵ *Ivi*, p. 23.

³⁶ *Ivi*, p. 4-5.

³⁷ Vedi Bailey, 2006; Bryman, 2012.

³⁸ Geertz, 1973, p. 20.

³⁹ *Ivi*, p. 23.

Diversi autori si sono chiesti come può essere partecipata una osservazione che si svolge nel web. Come si presenta la relazione tra il ricercatore e i soggetti osservati? Il primo osserva da lontano ciò che il secondo scrive e produce⁴⁰. Osservare un sito web non richiede che il suo produttore sappia di essere osservato. Il sito è pubblico e l'accesso è libero; in questo caso la relazione ricercatore-soggetto si modifica in maniera importante venendo a mancare il rapporto diretto e la consapevolezza di essere osservato che può portare a una modifica del comportamento del soggetto.

La nascita di un Social Network come Facebook nel 2005, ha modificato ulteriormente le carte in tavola poichè, per poter seguire una persona e accedere ai suoi contenuti, il ricercatore ne deve essere "amico". Ciò ha ricondotto a una consapevolezza della presenza di un individuo altro che in quel momento sta osservando. Si ripropone, in questo modo, la questione dell'influenza esercitata dal ricercatore sul soggetto o sul contesto.

L'utilizzo di metodi etnografici in rete

L'uso di metodi etnografici allo scopo di investigare il fenomeno di internet è abbastanza recente, questo perchè negli anni '90, i ricercatori fecero l'errore di non cercarlo laddove l'attivismo si era spostato, cioè nei nuovi mezzi di comunicazione elettronici e digitali che mano a mano erano messi a disposizione dell'utenza⁴¹.

Occorre tenere presenti diverse questioni quando usiamo gli strumenti etnografici in rete:

- Gli etnografi che studiano il web, tentano di adattare gli strumenti metodologici classici in questo contesto e parlano della rete come di un ambiente basato su connessioni, differenze, eterogeneità e incoerenze e lo spazio, composto di flussi, ha un ruolo nella strutturazione delle relazioni sociali (Castells, 2001).
- Internet trasforma l'atto dello scrivere nel "parlato"⁴² e questo tipo di comunicazione pone due importanti fattori di cui tenere conto: il primo è la mancanza di una relazione faccia-a-faccia che rende indisponibile il linguaggio corporeo non verbale; il secondo riguarda il tempo che occorre nel processare il pensiero in parola che è diverso nella relazione faccia-a-faccia e nella relazione pensiero-scrittura della comunicazione in rete. Ne consegue che il risultato stesso della comunicazione è diverso, poichè il secondo è maggiormente organizzato⁴³.
- Internet è un'enorme banca dati anche se non si tratta di dati tangibili, non sono su carta, non

⁴⁰ Sade-Beck, 2004, p. 8.

⁴¹ Wilson, B. (2006). Ethnography, the Internet, and Youth Culture: Strategies for Examining Social Resistance and "Online-Offline" Relationship. *Canadian Journal of Education* 29(1), 307-328.

⁴² Sade-Beck, 2004, p. 3.

⁴³ *Ivi*, p. 5.

sono un libro. E' una banca dati che, in Facebook o Twitter, gli utenti modificano ogni qualvolta aggiornano il loro profilo⁴⁴.

- Le ricerche qualitative necessitano di essere condotte su scritti condivisi⁴⁵.

Alla luce di queste riflessioni e nel caso specifico del mio studio, ho dovuto decidere quale potesse essere il modo migliore di usare l'etnografia per i Social Network. Ciò che è vero per un sito, che ha un unico autore che non confronta immediatamente la sua idea con altre persone, non è vera per un Social Network dove le persone sono linkate in una comunità di centinaia di persone. Quanti "amici" si hanno su un Social Network? Con quanti di questi si è realmente in contatto? Quanti di questi interagiscono con il soggetto osservato e in che modo? Queste e altre domande hanno accompagnato la costruzione dei vari strumenti utilizzati per il mio lavoro.

Risoluzione delle questioni metodologiche

L'osservazione sul web, quindi, pone delle questioni metodologiche circa il livello di coinvolgimento del ricercatore. Il metodo etnografico prevede un coinvolgimento, una partecipazione tra il ricercatore e il soggetto della ricerca ma l'uso di questo metodo nei media digitali, abbiamo visto, cambia le carte in tavola.

Nel caso di Facebook, che ha rappresentato la specificità di questa ricerca di dottorato poiché tutti i soggetti utilizzavano il loro profilo per rendere pubblica la loro attività socio-politica, il ricercatore deve essere "amico" del soggetto se vuole leggere i materiali che lo stesso pubblica sulla sua bacheca. Ciò significa che il soggetto della ricerca sa che qualcuno lo sta osservando, lui e le sue attività e questo ripropone il problema più classico del metodo etnografico: il soggetto può modificare il suo comportamento.

Allo stesso tempo, si pone un'altra questione: il soggetto osservato può entrare nel profilo del ricercatore, poiché il rapporto su Facebook è vicendevole, e accedere alla sua bacheca. Ciò significa che il ricercatore può, a sua volta essere osservato, forse più di quanto accadeva al ricercatore classico. Il materiale che posta il ricercatore può essere scaricato o condiviso dal soggetto e, non ultimo, può influenzare il soggetto della ricerca con i suoi post, siano essi video, link, foto o altro.

Una ulteriore questione, nel caso di questo tipo di osservazione, è qual è la scelta migliore tra mostrare il reale profilo personale, che il ricercatore usa abitualmente sul Social Network o il mostrare un profilo fake, falso, creato appositamente per il lavoro di ricerca, come a volte avviene. Quale può essere la reazione del soggetto della ricerca di fronte a un profilo creato appositamente che non mostra una storia regressa, che risulta misurato e calcolato nelle pubblicazioni? Il soggetto potrebbe non accettare di essere in contatto con un profilo del genere. Nel periodo della ricerca dei soggetti da osservare per il mio studio, una ragazza ha rifiutato di fare parte del lavoro motivando la sua scelta con

⁴⁴ *Ivi*, p. 7.

⁴⁵ Markham (1998), citato in Sade-Beck, 2004, p. 5.

la sensazione di essere sotto la lente del Grande Fratello mentre lei non voleva essere “osservata”. Si tratta di una questione di grande delicatezza. L’unica soluzione che potevo adottare per mostrare le mie “buone intenzioni” di ricercatrice che avrebbe rispettato la loro privacy, usato il materiale solo in modo anonimo, selezionando solo ciò che si riferiva all’attività politica o sociale senza mai rendere note questioni di tipo personale, era quella di giocare “alla pari”. Si trattava di costruire un rapporto di fiducia con i soggetti che cercavo di coinvolgere nella mia ricerca (Orgad, 2005)⁴⁶. Per questa ragione, ho deciso di aprire alla ricerca il mio personale profilo di Facebook.

Nel mio personale atteggiamento nei confronti del mezzo, questo ha portato a due scelte: il primo, esistono gruppi di giovani attivisti chiaramente conosciuti, anche dalla forze dell’ordine, per atti violenti, che sono stati denunciati o, addirittura, arrestati. Per mia sicurezza personale, ho preferito non prendere contatti con questi gruppi⁴⁷. Il secondo, si è rinforzata in me l’abitudine, già messa in atto in precedenza, di non postare foto di minori.

Hine (2000) fa riferimento alla competenza di un ricercatore nell’uso di un determinato medium. E’ sempre difficile fare una autovalutazione delle proprie competenze e per farlo occorre muoversi su un piano di oggettività.

Sono un utente Facebook dal 2008, questo comporta, all’inizio del lavoro di ricerca, 4 anni di esperienza sul Social Network. Utilizzo la piattaforma per la condivisione di ogni possibile forma di comunicazione, link ad articoli di giornali/quotidiani, a video, pubblicazione di immagini. Mi sono note le possibilità comunicative di base come compilare uno status, condividere materiale altrui, taggare gli amici, decidere chi può avere accesso ai miei post in maniera singola, in gruppo o escludendo totalmente la funzione “pubblica”. Mi informo con attenzione ogni qual volta il Sistema modifica le impostazioni di privacy, ho comunicato ai miei contatti il mio desiderio di non essere taggata nelle foto che mi ritraggono e controllo ciclicamente la disponibilità delle mie immagini nel motore di ricerca di Google per assicurarmi che non ce ne siano che provengano dal Social Network. Ho optato per un profilo aperto solo agli “amici”, ridotto al minimo le pagine cui ho concesso il “mi piace” in modo da minimizzare la diffusione dei miei materiali. I dieci soggetti hanno avuto, quindi, accesso sia a una parte della mia vita privata, sia alle mie idee politiche, religiose, sociali, sia al materiale ludico. Lo scambio è stato totale. Non nego che all’inizio, l’idea di aver concesso l’accesso a dieci giovani estranei abbia procurato un certo imbarazzo. L’osservazione, però, è di fatto durata quasi due anni, fra il momento del primo contatto con ognuno di loro e il termine della ricerca. In questo tempo, con alcuni soggetti si è creata una certa “confidenza”, un riconoscimento reciproco che ha stemperato l’imbarazzo. Questo elemento è stato riportato anche dai soggetti intervistati in profondità al termine del lavoro a cui ho chiesto come si sono sentiti a essere osservati.

Un Social Network come Facebook, con il suo “diario” rappresenta una preziosa banca dati. In qualsiasi momento è possibile avere accesso ai post dei soggetti della ricerca, anche i più datati. Questa caratteristica della piattaforma fornisce una soluzione valida alla questione del “tempo” in rete. Non si

⁴⁶ Orgad, S., (2005). *From Online to Offline and Back: Moving from Online to Offline Relationships with Research Informants*. In C. Hine (Ed), *Virtual Methods. Issues in Social Research on the Internet*. (p. 51-65). New York: Berg.

⁴⁷ Alcuni degli stessi soggetti di questa ricerca hanno ricevuto minacce da gruppi appartenenti alla loro opposizione.

fa più necessario, da parte del ricercatore, essere presente sulla pagina dei soggetti 24 ore su 24 o scaricare tutto nell'immediato. Facebook conserva i dati per molto tempo, rivelandosi una preziosa risorsa.

Metodologia mista, online e offline

Gli strumenti di indagine utilizzati per il mio studio sono stati di diverso tipo: una osservazione della produzione online dei soggetti valutata attraverso una raccolta di dati quantitativa, un questionario a domande chiuse, interviste in profondità semi-strutturate e osservazione partecipata di alcune attività offline. Una questione cruciale nella scelta di questi strumenti sta nel fatto che il loro utilizzo implica un passaggio continuo tra il rapporto online e il rapporto offline ricercatore-soggetto. La relazione instaurata tra me, nel ruolo di ricercatrice, e i soggetti si è mossa continuamente tra un di qua e un di là dello schermo⁴⁸. Incontri face-to-face si sono incrociati con comunicazioni attraverso la mail di Facebook e poi l'osservazione dell'attività online. Dietro invito, ho partecipato ad alcune delle attività offline che i soggetti hanno organizzato e, di nuovo, il questionario è stato inviato tramite Facebook. Infine, con alcuni di loro c'è stato un ulteriore incontro offline per l'intervista in profondità.

La comunicazione con i soggetti di ricerca, quale linguaggio parlare?

Se da un lato la triangolazione degli strumenti di indagine qualitativo-quantitativo e online-offline offre una maggiore ricchezza di dati (Hine, 2000) dall'altro la gestione di questo rapporto dai due lati dello schermo è stato uno dei temi importanti dell'aspetto metodologico del mio studio. Quale approccio tenere? Quale "linguaggio" parlare? Quanto può pesare il fatto che io ho esattamente il doppio degli anni di questi soggetti e che appartengo a una Istituzione quale l'Università di Bologna? Quanto lasciare a un rapporto più "easy" dato dalla maggiore spontaneità di rapporti tra i ragazzi e dalla comunicazione su un Social Network e quanto mantenere un atteggiamento più "professionale" dato dal mio ruolo che implica anche la mia responsabilità etica di ricercatrice? La soluzione è stata quella di scegliere un atteggiamento linguistico e un approccio relazionale che tenesse il più possibile insieme questi due elementi. Da un lato mantenere una professionalità che assicurasse comunque i soggetti rispetto al trattamento dei loro dati, alla serietà del mio lavoro di ricerca e, dall'altro, mantenere un atteggiamento che non fosse troppo lontano dalla semplicità e dalla linearità che offre il mezzo Facebook sul quale in modo maggiore ci siamo rapportati. Di fatto, in ogni comunicazione che avesse come fine un ulteriore contatto (nel caso della richiesta di compilazione del questionario o la richiesta dell'intervista in profondità o degli inviti a eventi da loro organizzati) pur usando forme comunicative che attenevano al "tu" amicale anche con l'utilizzo di emoticon, attraverso gli strumenti messi a disposizione dal Social Network è sempre stato fondamentale chiarire lo scopo della nuova forma di indagine, il rispetto della privacy, le modalità in cui si sarebbero verificate, il fatto che il materiale era sempre a loro completa disposizione in qualunque momento avessero desiderato visionarlo, oltre alla disponibilità del testo completo al termine del lavoro.

⁴⁸ Orgad, 2005, p. 51.

La gestione dei rapporti faccia a faccia

Il totale dei soggetti osservati ha un profilo su Facebook e, a partire dal terzo soggetto tutti sono stati contattati, su indicazione del secondo, proprio con una mail su questo Social Network, indicato dagli stessi ragazzi come la via più facile e immediata per raggiungere le persone.

Nel corso del primo contatto via mail su Facebook:

- non ho chiesto subito di diventare “amici” sul Social Network per non essere considerata invasiva o indiscreta nel chiedere subito un accesso ai materiali pubblicati sulla pagina personale e per evitare, nei soggetti che andavo contattando, la sensazione di essere osservati dal “Grande fratello”, sensazione indicata da coloro che hanno rifiutato di partecipare al lavoro;
- mi sono presentata come dottoranda in pedagogia, ho spiegato in quale modo avevo ottenuto il loro nominativo e chi era la fonte del contatto. La stessa fonte è stata inclusa nella mail per conoscenza;
- ho spiegato al potenziale nuovo soggetto della ricerca, i miei obiettivi e il suo ruolo, in breve;
- ho chiesto loro l’età perchè in caso di soggetti minorenni la Legge mi avrebbe obbligata a richiedere una autorizzazione ai genitori per partecipare al lavoro;
- ho chiesto loro un appuntamento per presentarci viso a viso e per presentare la ricerca nel dettaglio;

Nel corso dell’appuntamento in presenza:

- ho chiesto loro se erano interessati a fare parte di questo lavoro;
- ho chiesto loro di diventare “amici” su Facebook e/o di indicarmi un loro Blog o sito dove poter seguire le loro attività, nel caso ne avessero uno;
- alla fine dell’appuntamento, ho chiesto loro di presentarmi un amico o una amica che fosse impegnato nello stesso tipo di attività;
- ho chiesto, inoltre, la possibilità di seguire alcune delle loro attività pubbliche.

Alcune reazioni interessanti sono state registrate relativamente alla mia presenza alle attività offline dei soggetti. Con uno di loro, chiamato Giacomo in questo lavoro, era facile incontrarsi nelle manifestazioni di piazza come negli incontri pubblici del Partito. In questi casi il saluto era spontaneo e accompagnato anche dai rituali di contatto fisico che normalmente accompagnano il saluto (la stretta di mano o il bacio sulla guancia). Diversamente, in due occasioni, Giacomo mi ha invitata “erroneamente” a due appuntamenti con il gruppo di studenti medi presso la sede del Sindacato. “Erroneamente” perchè ero stata inserita da lui in una sorta di mailing list di Facebook che mi segnalava le sue attività sindacali. Al primo di questi appuntamenti, Giacomo mi espresse chiaramente l’inutilità della mia presenza in quella occasione, secondo lui quello che avrei visto non sarebbe stato utile per la mia ricerca. Non insistetti e andai via. Fa parte delle scelte legate alla metodologia di questo studio il non essere né insistente né invasiva laddove si profilava una reazione non chiara alla mia presenza fisica. In un secondo incontro, sempre con le stesse finalità, ovvero la comunicazione agli studenti delle scuole superiori, nella sala messa a disposizione dal Sindacato, Giacomo mi concesse di rimanere ma mi presentò come un’amica dell’Università, “una cosa lunga da spiegare” e passò oltre.

Data la mole della sua attività politico-sindacale e della sua presenza in rete, Giacomo è stato selezionato per l'intervista in profondità. La stessa non ha mai avuto luogo. Più volte l'appuntamento è stato rimandato causa suoi impegni di studio e di attività e una volta perchè una comunicazione non fu letta in tempi utili. Come metodologicamente deciso in precedenza, ho scelto di non chiedere oltre, passando la richiesta a un altro soggetto.

Diversamente, Francesco, mi ha invitata ai banchetti del suo Partito e alla presentazione della sua mozione in favore del candidato che appoggiava. Una volta trovati di persona il suo atteggiamento è stato molto accogliente e sorridente, mi ha salutata con cordialità, ha partecipato volentieri all'intervista in profondità lasciando uno spazio anche per un dialogo ulteriore fra noi e ha messo a disposizione del mio lavoro di ricerca i suoi scritti relativi alla mozione.

Uguualmente, Elena che ho incontrato una prima volta in un locale della zona universitaria, mi ha dedicato molto tempo parlandomi delle sue attività sia politiche sia di volontaria e mettendomi a disposizione i suoi contatti. Non solo, mi ha invitata a un evento organizzato da lei nella sezione del Partito con il quale collabora e di cui è responsabile, utilizzandolo come luogo di incontro fra me e Dimitri, un altro soggetto della ricerca. Si è prestata all'intervista in profondità e mi ha rivelato di aver seguito le mie attività all'estero legate a questo studio.

Reazioni diverse, quindi, che mi hanno messa di volta in volta nella condizione di mantenere un atteggiamento che fosse "amicale" ma che aveva come punto fermo il fatto di mantenere una relazione di fiducia che si basasse sulla loro tranquillità in merito alla gestione dei loro dati, dei loro profili, delle loro immagini. In considerazione del fatto che nel corso dei due anni effettivi di contatto sia su Facebook sia nel quotidiano nessuno si è ritirato dalla ricerca, tutti e dieci hanno compilato il questionario, 4 su 5 si sono lasciati intervistare senza problema alcuno e che nessuno ha mai chiesto di visionare il materiale in corso d'opera, data l'apertura della mia pagina Facebook personale a uso di questa ricerca che ha portato anche a commenti e condivisioni di materiali, ritengo di essere riuscita a instaurare una relazione di fiducia con i soggetti.

Una ricerca "precaria"

Secondo Hine (2000), non è così importante che l'etnografo condivida lo stesso tempo o lo stesso spazio offline dei soggetti della ricerca ma, è importante come il progetto etnografico è concepito e che il ricercatore ponga attenzione, quando registra il materiale allo specifico momento e contesto in cui il testo stesso è prodotto⁴⁹. In quanto tecnologia, internet non è sempre la stessa nel corso del tempo, è in un processo in divenire e la negoziazione di ciò che è, di ciò che noi possiamo fare con esso e come interpretarlo è anch'essa in continuo divenire⁵⁰.

Questa è una delle ragioni per cui il mio studio si può considerare "precario", (Caronia, 1997) legato a un tempo e un luogo specifico che potrà essere diverso domani. Altre ragioni della precarietà e

⁴⁹ Hine, 2000, p. 23.

⁵⁰ *Ivi*, p. 29-33.

singularità di questo studio sono relative al fatto che in questo campione si trovano dieci giovani, quindi un numero non statisticamente rilevante, che vivono nella stessa città ma che sono nati in luoghi differenti, che frequentano l'Università, che vengono da venti anni di governo per lo più di destra, che sono stati contattati e osservati in un periodo di crisi finanziaria mondiale, che sono attivisti e che utilizzano un determinato medium che, in questo caso specifico, è un Social Network, Facebook così come esso si presenta, relativamente alle possibilità comunicative ma anche rispetto ai setting di privacy, nel 2012/2013. Tutto è temporaneo, provvisorio. Proprio per questo motivo, come indicato da vari autori (Bailey, 2006; Bryman, 2012) è fondamentale specificare i passaggi compiuti in maniera capillare per consentirne una comprensione più approfondita e una eventuale ripetizione, indicando anche i punti critici.

L'osservazione sul web

L'osservazione dei dieci soggetti in rete è durata, di fatto, circa due anni ma il periodo di interesse particolare per il mio lavoro andava dal Settembre 2012 al Settembre 2013. Sull'arco di questo anno sono stati analizzati in profondità tre mesi, caratterizzati da alcune specificità.

Il mese di Ottobre 2013 che ha visto un grande numero di manifestazioni studentesche, a volte legate a Partiti politici, a volte a sigle sindacali, a volte autonome.

Il mese di Ottobre 2012 caratterizzato dalla campagna elettorale per le Primarie del Centro Sinistra.

Il mese di Febbraio 2013 caratterizzato dalla campagna elettorale e dalle Elezioni Politiche.

L'osservazione in rete ha posto, in primis, delle questioni etiche⁵¹. I materiali pubblicati da ogni singolo soggetto non erano solo di tipo politico o sociale ma anche privato, appartenente alla sfera familiare e amicale. Con i soggetti è stato fatto un "accordo" relativo al materiale che avrei usato per la ricerca e questo escludeva ogni riferimento alla vita privata loro e dei loro contatti. Quindi:

- Non sono state raccolte foto di amici/parenti poiché non partecipano alla ricerca;
- Sono state utilizzate ai fini della ricerca solo foto con soggetti/oggetti pubblici, vignette, meme o altre immagini relative a post a contenuto politico o sociale;
- Non sono state prese in considerazione foto condivise da altri sul profilo del soggetto che fossero di carattere personale e non significative di una attività sociale-politica (sono escluse attività sportive, scolastiche o accademiche, ludiche in generale...)
- I nomi degli "amici" che hanno postato o commentato materiale di tipo politico o sociale sulla bacheca del soggetto sono stati ridotti a sigle per evitarne un eventuale riconoscimento;

⁵¹ Vedi Bailey, 2006; Bryman, 2012; Corbetta, 2003.

- Nel caso in cui un post o un commento sulla bacheca di un soggetto della ricerca sia di un altro soggetto della ricerca con cui il primo è in contatto, è stato mantenuto il nome proprio del secondo soggetto;
- Sono state cancellate le immagini del profilo nei commenti, sia degli amici sia dei soggetti;
- Il materiale è sempre stato a disposizione dei soggetti.

Individuati i tre mesi con la maggiore intensità di post, legati a temi politici o sociali, il materiale disponibile è stato raccolto e copiato su file. Ogni singolo articolo linkato è stato aperto e copiato in maniera integrale, ogni video è stato visionato, ogni vignetta o immagine analizzata, ogni status personale è stato registrato, così come gli status dei personaggi politici o di rilevanza sociale che i soggetti hanno deciso di condividere. Tutto il materiale consta di diverse centinaia di pagine e i dati sono stati suddivisi per aree tematiche e per quantità dei contatti e dei commenti.

Lo scopo di questa mia osservazione è stato quello di registrare una attività comunicativa: quali strumenti resi disponibili dalla piattaforma Facebook sono stati utilizzati; quanto è estesa la rete di contatti dei singoli soggetti, e quanti sono quelli con cui sono realmente in comunicazione; quanti commenti richiama ogni tematica; quali sono i riferimenti principali dei soggetti, includendo personaggi pubblici in generale (ma sempre legati all'attivismo sociale o politico), o fonti di informazione.

Il materiale raccolto ha subito un trattamento di tipo quantitativo osservabile nella scheda di valutazione che segue (Tabella 1):

<ul style="list-style-type: none">• Soggetto: _____• Numero di amici sul Social Network _____• Preferenze a quali pagine a contenuto sociale o politico (Like) 1. _____ 2. ...• Numero di link ad articoli _____ Mese di Ottobre 2012 _____ Mese di Novembre 2012 _____ Mese di Febbraio 2013 _____• Fonti degli articoli 1. _____ nro articoli da questa fonte sui 3 mesi _____ 2. ...• Numero di video postati nei tre mesi _____• Numero di immagini/foto/meme postate nei tre mesi _____• Numero di status personali postati nei tre mesi _____• Numero di status dei soggetti pubblici (politici, giornalisti, autori...) di riferimento postati nei tre mesi _____

<ul style="list-style-type: none">• Chi sono i soggetti pubblici (politici, giornalisti, autori...) di riferimento<ol style="list-style-type: none">1. _____2. ... • Tipologia di argomento affrontato<ol style="list-style-type: none">1. _____ affrontato n. volte _____ nro commenti _____2. ... • Sigla degli "amici" commentatori e numero di commenti per ognuno<ol style="list-style-type: none">1. _____ nro commenti _____2. ...
--

Tabella 1 - Scheda di valutazione dell'osservazione online

La tipologia di argomenti trattati è stata raggruppata per temi specifici; per ognuno dei soggetti sono stati recuperati sia post a contenuto politico sia post a contenuto sociale indipendentemente dall'attività principale del soggetto; sono stati valutati i picchi di post su argomenti particolari come le Primarie del Centro sinistra o le Elezioni Politiche 2013.

Interviste in profondità

Dei dieci soggetti di ricerca, ne sono stati individuati cinque per una intervista in profondità sulla loro attività sociale o politica e sull'utilizzo che fanno dei mezzi di comunicazione. I cinque soggetti sono stati scelti tra quelli che avevano un mandato istituzionale e una ricchezza (in termini quantitativi) di materiale pubblicato sulla pagina Facebook.

In questo caso è stato scelto di lavorare su una intervista di tipo strutturato il cui protocollo prevedeva cinque domande e una serie di sottodomande. L'intervista ha avuto la durata di circa un'ora per ognuno degli intervistati, è stata condotta sempre nello stesso setting, in accordo con gli intervistati. Il setting è stato reso il più possibile accogliente e informale in modo da mettere i soggetti a proprio agio. Ogni intervista è stata condotta singolarmente e registrata previo accordo con l'intervistato. Al termine dell'intervista è stato chiesto ai soggetti se ritenevano fosse importante affrontare ulteriori argomenti al fine di chiarire la propria attività o posizione nei confronti dei media e, infine, è stato chiesto un commento sull'intervista stessa.

Il protocollo prevedeva le seguenti domande:

1. Come nasce la tua esperienza di attivista socio-politico?
 - Dove nasce la tua attività?
 - Come ti sei formato politicamente/socialmente?
 - Qual è il tuo obiettivo?
 - Quale senso ha per te la tua attività?
 - Quale valore dai a questa tua attività?

2. Cos'è un media attivista secondo te?
 - Ti ritieni un media attivista?
 - Che ruolo ha Facebook nella tua attività?
 - Quanto ti è utile?
 - Perché hai scelto proprio Facebook?
 - Che relazione hai, rispetto ai temi politici, con la tua rete di contatti?
3. Hai avuto una formazione relativamente ai media?
 - Dove?
 - Da chi?
 - Quale è stato il peso della scuola/famiglia/gruppo dei pari/altri riferimenti?
 - Sai cosa sono la “profilazione” e la “Bolla di Internet”?
4. Quale ruolo ha avuto nella tua formazione politica/sociale la scuola/famiglia/il gruppo dei pari/altri riferimenti?
5. Che relazione esiste tra la tua attività offline e quella online?

Nello specifico: la domanda uno intendeva essere di tipo biografico e raccogliere l'esperienza sociale o politica dei soggetti escludendo, in un primo momento, l'elemento media. La seconda domanda “ti ritieni un media attivista” nasce dalla consapevolezza maturata attraverso la letteratura disponibile e i dati di altre interviste in profondità condotte con alcuni testimoni privilegiati nelle fasi iniziali della ricerca del fatto che “essere media attivisti” non ha lo stesso significato per tutte le categorie di soggetti, siano essi comunicatori, hacker, informatici, semplici cittadini attivi. Le sottodomande hanno lo scopo di indagare quale utilizzo è fatto del mezzo Facebook. La terza e la quarta domanda indagano la formazione ricevuta in relazione ai media e alla sensibilità politica e sociale. L'ultima domanda tenta di indagare la relazione tra l'attivismo/comunicazione offline e l'attivismo/comunicazione online così come vissuto dai soggetti.

L'analisi del materiale è stata condotta scegliendo il metodo dell'analisi tematica⁵².

Osservazione dell'attività offline

Un ulteriore passaggio della mia ricerca è stata l'osservazione dell'attività offline di alcuni dei soggetti coinvolti nella ricerca. L'attività è stata seguita solo su invito da parte degli stessi soggetti per evitare di essere considerata indiscreta o invadente. In alcuni casi si tratta di vere e proprie attività svolte in

⁵² Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*. 4th Edition. New York: Oxford University Press.

pubblico come discorsi nel corso di manifestazioni, flash mob organizzati in città, partecipazione ad assemblee pubbliche di Partiti, presentazioni di mozioni politiche.

Per analizzare gli eventi riconducibili al primo caso è stato utilizzato un diario mentre l'analisi dei documenti è stata di tipo tematico.

Il diario raccoglieva i dati relativi al

- Chi?
- Dove?
- Quando?
- Perché?
- Come?
- Chi altri è presente?
- Come è stata comunicata in rete?

e registra sia l'attività offline sia la sua comunicazione sul profilo Facebook.

L'efficacia degli strumenti utilizzati per una thick description

All'inizio di questo articolo ho fatto riferimento all'uso della Media Ethnography in uno studio che ha come cornice teorica la fenomenologia, così come declinata in chiave pedagogica negli studi di Piero Bertolini. Ho ritenuto che questi due approcci, teorico e metodologico, si sposassero in maniera ottimale per il tipo di indagine che andavo conducendo che, oltre a cercare di individuare esperienze formative oggettive, tenta anche di scoprire il senso e il valore che l'attività socio-politica assume per i soggetti di ricerca.

Parafrasando Bertolini (1988), è possibile affermare che ogni individuo percepisce un oggetto in base al suo vissuto unico e irripetibile formatosi nel suo ambiente storico, economico, sociale, attraverso esperienze specifiche che hanno fornito al soggetto particolari occhiali per guardare la "realtà".

La costruzione degli strumenti di indagine ha tentato di cogliere quegli elementi indicati da Bertolini cercando di soddisfare i criteri di quella *thick description* che Geertz indicava come una descrizione densa, corposa, complessa e stratificata dell'oggetto osservato.

Il questionario a domande chiuse somministrato ai soggetti comprendeva una parte degli items contenuti nei report nazionali e internazionali consultati nella fase *desk* dello studio⁵³ (quelle più attinenti alla ricerca). Lo scopo era comprendere se e quanto i dieci soggetti si distanziavano dalla

⁵³ Una serie di Report statistici nazionali e internazionali degli anni subito precedenti l'inizio dello studio sono stati consultati per avere una fotografia dei giovani nella fascia d'età di interesse relativamente allo stato socio-culturale e al rapporto con i mezzi di comunicazione di massa. Per i riferimenti vedere in bibliografia.

fotografia da questi scattata, ma anche indagare l'ambiente socio-culturale nel quale sono cresciuti. Per questo sono state somministrate domande relative al titolo di studio, alla professione dei genitori e a una loro eventuale attività in ambito politico o sociale. Inoltre, è stato considerato il possesso e l'accesso, sia in famiglia, sia in riferimento ai soli soggetti di ricerca, dei media digitali. Il titolo di studio dei figli è stato comparato con quello dei genitori. Questi dati hanno fornito un quadro solo in parte prevedibile. Se è vero, infatti, che più sono alti il titolo di studio e l'incarico professionale dei genitori allora tanto più alto è il titolo di studio dei figli, è anche vero che parte dei soggetti non ha avuto una carriera scolastica senza macchia, anzi. Bocciature e recuperi sono in numero maggiore rispetto a un percorso lineare. L'attivismo dei genitori, invece, incide in meno della metà dei casi (37%). Una particolarità è che tutti i dieci soggetti provengono da studi umanistici e continuano i loro percorsi a livello universitario nello stesso ambito. Quindi, un livello mediamente alto di istruzione dei genitori e una formazione di tipo classico hanno caratterizzato il percorso di crescita dei soggetti.

Le interviste in profondità hanno fatto emergere i vissuti formativi come la famiglia, la scuola, il partito, l'associazionismo, il volontariato. La scuola ha un peso particolare per quattro dei soggetti (su cinque intervistati). Tre di questi provengono dallo stesso Liceo Classico dove gli insegnanti sono chiaramente schierati politicamente e dove Associazioni come Libera o Amnesty International entrano a presentare i propri progetti. E' nelle scuole che, durante le occupazioni, i soggetti hanno organizzato incontri con giornalisti che scrivono contro la mafia, con i candidati alle elezioni per il Sindaco della propria città e con attivisti impegnati sul territorio.

In particolare, Francesco afferma che:

[...] anche la scuola ha contribuito alla mia formazione politica perché studiare latino e greco non significa studiare lingue morte significa studiare la cultura e la civiltà di questi due mondi di queste due realtà del passato [...] sono realtà potentemente politicizzate, potentissimamente politicizzate sono i progenitori della democrazia moderna della cultura politica posteriore a quegli anni a quei secoli nodali in poi è nata la storia democratica [...].

Sempre Francesco arricchisce la sua esperienza nella formazione di Partito:

[...] una fase di stages, siamo andati in giro per l'Europa e per l'Italia [...] a Salisburgo e a Mauthausen al campo di concentramento poi siamo andati a Friburgo e Strasburgo per le tematiche ambientali dell'Unione Europea poi siamo andati a Roma [...] al Parlamento nazionale alla sede del PD e poi infine [...] siamo andati in Sicilia per la commemorazione della morte, della strage di via D'Amelio per la morte di Borsellino [...]

Dimitri racconta di un altro humus:

[...] Da un lato c'è stata un'influenza, non una spinta, familiare; nel senso che nonno paterno lavorava nel PCI ed era nella Dirigenza Nazionale si occupava dei rapporti tra Berlinguer e il mondo cattolico; gestiva la pagina religiosa di Liberazione. Io sin da piccolo mi ricordo che a Roma, a casa sua, mi trovavo a cena Bertinotti, Vendola, ecc. Comunque fin da piccolo sono stato abituato a vivere in una determinata dimensione. Papà ha

sempre fatto, giù in Sicilia, attività politica; prima con Rifondazione, poi dopo con SEL, ecc.... Però né nonno, né papà mi hanno mai spinto.

L'osservazione delle pagine Facebook dei dieci soggetti ha fornito un altro ordine di informazioni, questa volta relativi alla loro attività presente, che si caratterizza con la costruzione di un network di contatti efficace, con l'utilizzo di forme comunicative e con il riconoscimento, da parte dei contatti amici, del ruolo attivo dei soggetti. I picchi di post e commenti in specifici periodi, legati a campagne elettorali, elezioni, manifestazioni studentesche, hanno testimoniato e documentato l'impegno socio-politico e hanno fatto delle bacheche dei soggetti dei veri e propri manifesti di attivismo. I soggetti si sono resi partecipi di un dialogo e di una diffusione di informazioni e riflessioni che li hanno resi parte di una intelligenza collettiva (Cavallo & Spadoni, 2010).

Ancora, l'osservazione delle attività offline mi ha concesso di essere partecipe dell'entusiasmo e dell'impegno dei soggetti in situazioni come la presentazione della mozione per il proprio candidato in occasione delle elezioni, dei discorsi in pubblico sui palchi del maggiore sindacato italiano nel corso di manifestazioni di studenti e lavoratori, di flash mob sui temi del lavoro precario e della violenza sulle donne, dell'organizzazione di banchetti per la raccolta di firme a favore delle cause di Amnesty International.

L'insieme dei dati emersi da tutti gli strumenti di indagine utilizzati in questo studio, di cui qui si è presentato solo qualche esempio, hanno fornito quelle informazioni utili a una Thick Description dell'attivismo e del senso che questi assume per i soggetti di ricerca.

Conclusioni

Come già accennato più sopra, questo articolo non ha pretesa di esaustività di un tema tanto complesso come la ricerca etnografica in rete, ma spera di rappresentare un contributo metodologico, una indicazione di lavoro di cui poter tenere conto o su cui riflettere qualora si decidesse di intraprendere un lavoro di questo tipo.

Non si tratta di un percorso privo di criticità; la prima è stata certamente rappresentata dalla ricerca di soggetti da osservare. Chiedere a degli adolescenti e a dei giovani di osservare la loro pagina web ha richiesto molto tatto e la scelta di operare secondo il metodo del campionamento a valanga, lavorando, quindi, sui rapporti di conoscenza tra gli stessi soggetti; il tutto per evitare un effetto "Grande Fratello" avvertito come rischio dai primi giovani contattati. Una cura estrema va applicata sia al primo approccio online sia al primo incontro faccia a faccia.

Un secondo elemento da trattare con grande delicatezza è certamente il passaggio continuo da un lato all'altro dello schermo, la cura del linguaggio e la chiarezza dei ruoli sono estremamente importanti.

Per quanto riguarda i punti di forza, la forma diaristica di Facebook ha concesso il collezionamento di centinaia di pagine di dati, le interviste in profondità hanno consentito di entrare nel "profondo" dell'attività socio-politica andando ad arricchire di senso i dati più oggettivi rilevati in

rete. Sul piano etico e della costruzione della fiducia, il tipo di atteggiamento scelto per la ricerca ha portato i suoi frutti. Sono ancora in contatto con i dieci soggetti, in alcuni casi si è sviluppato un rapporto più personale che continua con l'invitarmi a eventi e iniziative politiche, sociali e anche ludiche.

Riferimenti bibliografici

Bailey, K. D. (2006). *Metodi della ricerca sociale*. Bologna: Il Mulino.

Beneito-Montagut, R. (2011). Ethnography goes online: towards a user-centred methodology to research interpersonal communication on the Internet. *Qualitative Research*, 11, 719-735.

Bertolini, P. (1988). *L'esistere pedagogico*. Firenze: La Nuova Italia.

Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*. 4th Edition. New York: Oxford University Press.

Capobianco, A. (2014). *Media Activism on and off line by Italian adolescents and young adults*. Doctor Europaeus in Pedagogical Sciences. University of Bologna. Tesi di dottorato inedita.

Caronia, L. (1997). *Costruire la conoscenza. Interazione e interpretazione nella ricerca in campo educativo*. Firenze: La Nuova Italia.

Castells, M. (2012). *Reti di indignazione e speranza. Movimenti sociali nell'era di Internet*. Milano: Egea, Università Bocconi Editore.

Castells, M. (2001). *The Internet Galaxy, Reflection on the Internet, Business and Society*. New York: Oxford University Press.

Cavallo, M., & Spadoni, F. (2010). *I Social Network. Come internet cambia la comunicazione*. Milano: Franco Angeli.

Corbetta, P. (2003). *La ricerca sociale metodologie e tecniche*. Bologna: Il Mulino.

Eurispes & Telefono Azzurro (2011). *Indagine conoscitiva sulla condizione dell'Infanzia e dell'Adolescenza in Italia*. Milano.

- Documento di sintesi. < <http://www.azzurro.it/index.php?id=225>> data di ultima consultazione 04.02.12.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. USA: BasicBooks.
- Hine, C. (2005). *Virtual Methods: Issues in Social Research on the Internet*. Oxford: Berg.
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. London: Sage.
- Isfol (2011). *Il divario digitale nel mondo giovanile, il rapporto dei giovani con le ICT*. Roma: I libri del Fondo sociale europeo.
- Livingstone, S. et al. (2010). *Risks and safety on the internet. The perspective of European children. Full findings and policy implications from the EU Kids Online survey of 9-16 years old and their parents in 25 countries*. London: European Union and LSE.
- Morin, E. (2001). *I sette saperi necessari all'educazione del futuro*. Milano: Raffaello Cortina Editore.
- Orgad, S. (2005). From Online to Offline and Back: Moving from Online to Offline Relationships with Research Informants. In C. Hine (Ed.). *Virtual Methods. Issues in Social Research on the Internet* (pp. 51-65). New York: Berg.
- Pisa (2009). Prime valutazioni sull'indagine Pisa 2009. *Bollettino di statistica*, 45-47
<http://www.na.camcom.it/contents-sa/instance4/files/document/10004478Capitolo5.pdf>.
- Sade-Beck, L. (2004). Internet Ethnography: Online and Offline. *International Journal of Qualitative Methods*, 3 (2), 45-51.
- Telefono Azzurro & Eurispes (2012). *Report Infanzia Adolescenza*. Milano.
- Tufte, T. (2001). Gauchos Going Global. A Critical Assessment of Cultural Globalization. In U. Kivikuru, *Contesting the Frontiers. Media and Dimensions of Identity* (pp. 103-130). Goteborg University: Nordicom.
- Unicef & Istituto degli Innocenti (2011). *Child Safety Online*. Firenze.
- Wilson, B. (2006). Ethnography, the Internet, and Youth Culture: Strategies for Examining Social Resistance and "Online-Offline" Relationship. *Canadian Journal of Education*, 29 (1), 307-328.

Amelia Capobianco ha conseguito il Doctor Europaeus in Scienze pedagogiche presso l'Università di Bologna svolgendo parte dei suoi studi in Danimarca presso il Dipartimento CBIT dell'Università di Roskilde, il Dipartimento di Sociologia dell'Università di Copenaghen, il Dipartimento di Comunicazione dell'Università di Aarhus, e in Svezia presso il Dipartimento di Arte e Comunicazione dell'Università di Malmö.

Contatti: capoame@tiscali.it