

Relazioni sociali ed identità in Rete: vissuti e narrazioni degli italiani su Facebook. Primi risultati

Milano 26-27 settembre 2013 – PRIN 2009¹

Gruppo di ricerca: Giovanni Boccia Artieri (UniUrb), Simone Carlo (UniCatt), Manolo Farci (UniUrb), Laura Gemini (UniUrb), Francesca Pasquali (UniBg), Marco Pedroni (UniBg), Barbara Scifo (UniCatt)

La ricerca *Relazioni sociali ed identità in Rete: vissuti e narrazioni degli italiani su Facebook* mette in evidenza il **grado di maturità di Facebook e dei suoi utenti, evoluto nel tempo**. Facebook sembra essere giunto a un processo di maturazione e consolidamento legato sia alla biografia del servizio sia alla biografia dei soggetti. Si tratta infatti di un servizio che ha attraversato una propria evoluzione interna e strutturale in termini di nuove funzionalità, servizi e app. Da questo punto di vista i soggetti intervistati mostrano chiaramente di avere la percezione di essere di fronte a un servizio che si è modificato e del quale in alcuni casi si sono apprezzati i cambiamenti e in altri si è cercato di resistervi. In altre parole siamo di fronte a un servizio in evoluzione e di cui, giorno per giorno, bisogna comprenderne le logiche, spesso attraverso la visione delle pratiche messe in campo dagli altri. Per un numero considerevole di soggetti sono passati diversi anni dall'adozione di Facebook: la tematizzazione dell'evoluzione dell'uso di Facebook si accompagna spesso a significativi biografici eventi o a una generale maturazione ed evoluzione nella propria vita. Per esempio, per molti soggetti, la rete delle amicizie e dei contatti (in termini di ampiezza) essendosi ormai consolidata, tende ad allargarsi solo in occasione di particolari momenti-soglia (nuova scuola, nuovo lavoro, nuovo hobby).

Altro dato importante che emerge è **la consapevolezza riflessiva degli utenti di Facebook**.

Sia le scelte "più conservative" sia quelle "più spregiudicate" spesso sono scelte frutto di una "riflessione" circa il proprio stare in Rete (stare in Rete **con** gli altri) e una riflessione sullo stare in Rete **degli** altri.

Guardarsi su Facebook non è solo guardare ciò che avviene nella propria bacheca, ma guardare e osservare i comportamenti degli altri nell'ambiente e vedere come gli altri utilizzano il mezzo. L'osservare gli altri su Facebook è spesso osservare "come gli altri utilizzano il social network" finendo spesso per accordarsi e comunicare con le persone con gli stessi repertori comunicativi (leggo di, parlo con, mi capisco con quelli che usano Facebook come me e con quelli che, su Facebook, sembrano come me): la significatività dal punto di vista relazionale dei contatti (sono i miei amici) non rappresenta il solo (in alcuni casi nemmeno il più importante) motivo di legame sul social network.

¹ La relazione si riferisce al Progetto di Ricerca di Interesse Nazionale 2009 (finanziata dal Ministero della Ricerca e dell'Università), dal titolo "Relazioni sociali ed identità in Rete: vissuti e narrazioni degli italiani nei siti di social network", che vede il coinvolgimento dell'Università di Urbino Carlo Bo (prof. Giovanni Boccia Artieri, Coordinatore nazionale), dell'Università Cattolica del Sacro Cuore (prof. Fausto Colombo), dell'Università degli Studi di Bologna (prof. Antonio Messina), dell'Università degli Studi di Bergamo (prof.ssa Francesca Pasquali) e dell'Università della Calabria (prof.ssa Giovannella Greco).

In questa fase d'analisi, ci sono due aspetti che emergono. Il primo riguarda il carattere dinamico dello stare su Facebook che non permette di individuare tipologie di utenti quanto piuttosto tipologie di comportamento che i soggetti possono adottare e cambiare nel tempo.

Questi primi risultati, in definitiva, vanno ricondotti a comportamenti d'uso che non si differenziano tanto sulla base né delle variabili strutturali né su quelle territoriali. Ciò che emerge piuttosto è l'esperienza del mezzo e la biografia d'uso nel tempo che, ad esempio, può accomunare utenti anagraficamente diversi e dislocati territorialmente (nord, centro, sud così come in contesti metropolitani o in realtà più piccole).

Contro i luoghi comuni

Uno dei primi luoghi comuni che i risultati della nostra ricerca sembrano mettere in dubbio è l'idea che le persone su Facebook – specialmente gli adolescenti – prese dalla mania di condividere con gli altri ogni loro singolo aspetto della vita privata siano totalmente inconsapevoli delle minacce relative alla privacy. In realtà, la nostra ricerca sta dimostrando che gli italiani conoscono i rischi solitamente invocati quando si parla di privacy – sorveglianza, furto d'identità, sfruttamento dei dati personali – ma non se ne curano troppo perché tendono a percepirla come minacce astratte, troppo distanti dai loro vissuti quotidiani. Al contrario, **gli italiani si dimostrano più interessati a gestire strategicamente la propria identità privata in pubblico attraverso un sapiente gioco di chiusura e apertura di sé che cambia a seconda della cerchia di amici a cui di volta in volta si ci rivolge.**

Questo smentisce un altro luogo comune che spesso circola nell'informazione italiana: l'idea che Facebook sia uno strumento di esibizione ostentata di se stessi, una specie di palco narcisistico dove ognuno mette in vetrina la propria intimità alla stregua di una merce da vendere. In realtà, la nostra ricerca ha dimostrato che **gli utenti di Facebook sono molto attenti al tipo di contenuti che decidono di condividere con gli altri e raramente amano parlare di sé in modi espliciti e ostentatori.** Piuttosto che esprimere le proprie emozioni o rivelare dettagli della vita privata a tutti, gli utenti preferiscono raccontarsi in modo implicito, usando magari le fotografie personali oppure scegliendo accuratamente le preferenze culturali, quello che piace, si legge o si ascolta.

Questo significa che Facebook non può essere considerato un mero luogo di simulazione anonima totalmente sganciato dalla realtà quotidiana. Piuttosto, Facebook **è uno spazio non anonimo che offre all'utente l'opportunità concreta di enfatizzare quelle parti della propria identità che non sono facilmente esprimibili negli ambienti faccia a faccia, di mettere in scena un'immagine di sé più socialmente desiderabile** (sé possibili auspicabili). Ma questa immagine non va considerata come una mera maschera virtuale, dal momento che la narrazione identitaria su Facebook produce sempre un impatto importante nell'idea che una persona vuole dare di sé agli altri.

Lungi dall'essere un luogo alienante dove esibire impunemente le parti più intime di sé o uno spazio anonimo in cui simulare un'identità fittizia, **per gli utenti italiani Facebook rappresenta uno strumento comodo ed economico per tenersi in contatto e alimentare la rete più stretta dei propri legami sociali e, allo stesso tempo, un mezzo veloce ed efficace per osservarsi e confrontarsi reciprocamente.**

Analizzando le tante biografie d'uso incontrate nel corso della ricerca, si è capito come gli italiani abbiano imparato a cogliere le vere opportunità offerte da un social network come Facebook: quello di essere uno **spazio di riflessività connessa sul senso dell'amicizia e sul valore dei legami sociali, sulla necessità di preservare la propria sfera privata e l'opportunità offerta di raccontarsi in pubblico, come soggetto e non più semplice oggetto di comunicazione.**

Come dice Marco (49 anni): "È una cosa così, anche se in effetti riconosco che sono cambiato anche io, sono più aperto al dialogo, dialogo con persone che non ho mai visto e non conosco. Secondo me, questa cosa mi ha aiutato. Qualcuno dice "ti chiudi in casa e non esci più". Non è vero: se non parli più e non esci più è un problema tuo, al di là di Facebook".

