

PERCORSI DI LETTURA

Centro Studi Etnografia
DIGITALE



NETLOG: MODALITA' AUTOSCATTO

**Un viaggio etnografico nella vita virtuale dei
"nativi digitali"**

**CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN
COMUNCAZIONE PUBBLICA E D'IMPRESA**
Corso di: Sociologia della globalizzazione

a.a 2010/2011

Prof. Adam Erik Arvidsson

NETLOG: MODALITA' AUTOSCATTO

La vita virtuale dei "nativi digitali"

Abstract

75.789.083 di ragazze e ragazzi, soprattutto in Europa e Medio Oriente, hanno un profilo sul *social network* "Netlog"¹, di cui 4.298.473 solo in Italia². Una grande nazione, popolata da *nicknames* e fotografie fatte allo specchio, costruita su di un territorio virtuale in cui tutti sono amici, ma nessuno si conosce. A unire i membri c'è però la consapevolezza di essere in un luogo diverso dalla vita offline: uno spazio in cui le pratiche sociali sono poche, semplici, consuetudinarie e reiterate, quasi meccaniche, così come sono monodimensionali e inaspettatamente omogenei la cultura e il senso comune che lo contraddistinguono. Più che una nazione sembra piuttosto un enorme "mercato digitale", dove il bene in vendita è la propria immagine e la valuta è la popolarità; si viene ripagati dal giudizio favorevole degli altri, così difficile da trovare offline, così facile da dare e da raccogliere grazie all'indeterminatezza dell'identità virtuale.

L'aspetto centrale di Netlog è che dietro quei *nicknames* e quelle foto ci sono soprattutto ragazzini neanche maggiorenni, socializzati alla società digitale prima ancora di esserlo a quella reale. Per questo motivo abbiamo scelto proprio questo particolare *social network* come *field* per una ricerca etnografica che ha come oggetto la generazione dei "nativi digitali", studiata in particolare nella strutturazione delle interazioni sociali e nel rapporto tra l'identità online e quella offline.

¹ <http://it.netlog.com/>, accessed 22/04/2011 at 12.50 PM.

² Ibid., accessed 22/04/2011 at 13.01 PM.

Introduzione

“Our children today are being socialized in a way that is vastly different from their parents”³

Negli ultimi anni lo sviluppo del Web 2.0 è stato oggetto di numerose ricerche da parte delle scienze sociali. I *social networks* sono forse l’aspetto di questa rivoluzione comunicativa e tecnologica che ha avuto e sta avendo l’impatto più forte sulla vita sociale degli individui connessi alla rete, adolescenti in particolare.

Prensky nel 2001 ha coniato il termine *“digital natives”* per definire quella generazione nata perlopiù negli anni ’90, cresciuta imparando sin dai primi anni di vita ad interagire tramite le tecnologie digitali. Partendo dalla costruzione di un *framework* concettuale (capitolo 1) – sulla base degli studi sociologici e psicologici che hanno mostrato l’importanza della categorizzazione e delle dinamiche *ingroup/outgroup* nella comprensione delle interazioni sociali e nella costruzione dell’identità (Goffman, Mead, Tajfel), dagli studi sull’identità online e l’ambiente virtuale (Pravettoni, Boyd) e dalle ricerche focalizzate sui nativi digitali (Boyd) – abbiamo sviluppato un’analisi che ha lo scopo di indagare l’impatto dei *social networks* sull’identità, online e offline, dei cosiddetti “nativi digitali” e sul modo in cui questi strutturano la loro vita sociale.

Abbiamo deciso di concentrare le nostre attenzioni sul social network “Netlog”, in quanto popolato principalmente da adolescenti. Per procedere alla ricerca empirica, abbiamo scelto come metodologie di ricerca sia l’osservazione “netnografica” *covert* – tramite la creazione di un profilo fittizio sul sito, col quale interagire con i nativi digitali – che lo strumento dell’intervista collettiva *face to face* ad un piccolo gruppo di ragazzi. Gli effetti dell’utilizzo dei *social networks* sulla vita sociale e l’identità dei teenager da noi inizialmente ipotizzati consistono in una crescente disposizione dei *digital natives* alla categorizzazione della realtà e in una reciproca influenza tra virtuale e reale.

Nel corso del *fieldwork* digitale sono però emersi nuovi aspetti non preventivabili prima dell’inizio dell’osservazione, la cui salienza è stata confermata anche da quanto emerso nell’intervista di gruppo. Si tratta essenzialmente del ruolo centrale di immagine e popolarità nelle pratiche identitarie e sociali (capitoli 6 e 7), nonché della sorprendente pervasività della dimensione sessuale su Netlog, dovuta all’assenza di forme di autorità riconosciute dagli adolescenti (capitolo 9).

I risultati dell’osservazione partecipante ci hanno portato a smentire in parte l’ipotesi iniziale sulla categorizzazione, spingendoci a focalizzare l’analisi su quelle dinamiche che abbiamo visto contraddistinguere la vita virtuale dei nativi digitali, e che hanno al contempo un impatto indiretto sull’identità offline degli stessi.

³ Prensky, M., “Do They Really Think Differently?”, in *On the Horizon*, Lincoln: NCB University Press, 2001, p. 1.

1- Contesto teorico e *previous studies*

La nascita dei “digital natives”

Mark Prensky definisce col termine “*digital natives*” quelle generazioni cresciute e socializzate durante e – a maggior ragione – in seguito allo sviluppo di una cruciale discontinuità: “*the arrival and rapid dissemination of digital technology in the last decades of the 20th century*”⁴. Essi si distinguono dai digital immigrants – i non-nativi del linguaggio digitale del Web e dei nuovi media – non solo a livello anagrafico, e nemmeno unicamente sulla base dell’immancabile gap simbolico e valoriale tra una generazione e quella successiva. L’impatto di internet e, in particolare, dei social media sui soggetti nati dopo il 1990 (almeno nei Paesi cosiddetti “avanzati”) è stato secondo Prensky forte abbastanza da provocare un mutamento epocale a livello comunicativo e sociale, con conseguenze anche di tipo psicofisico e cognitivo. Questo lavoro dunque parte dall’idea che i “nativi digitali” siano molto diversi non solo, come è lecito aspettarsi, dai loro genitori, ma anche dai fratelli maggiori, cresciuti e socializzati (intendendo con “socializzazione” “*il processo attraverso cui il bambino, o qualunque nuovo membro, apprende valori, norme e stili di vita della società di cui entra a far parte*”⁵) negli anni “avanti Facebook”. La risposta di Buckingham alla domanda “*Is there a digital generation?*”⁶ è decisamente più scettica, sulla base di almeno due argomentazioni: il cambiamento determinato dalle nuove tecnologie riguarda non solo giovani e adolescenti, ma tutti quanti, adulti compresi; tra i *new* e gli *old* media esiste un legame di continuità e interdipendenza.

Certo è che, se prendiamo alla lettera la definizione del termine “generazione” data da Edmunds e Turner – “*an age cohort that comes to have social significance by virtue of constituting itself as a cultural identity*”⁷ – è opinabile ritenere che il dirompente sorgere negli ultimi quindici anni di un mondo sociale completamente nuovo, composto da circa due miliardi di individui interconnessi in rete e potenzialmente in grado di comunicare tra loro in qualsiasi momento, non abbia influenzato i nativi digitali più di quanto la nascita del videoclip lo abbia fatto coi loro genitori o fratelli maggiori, e che l’effetto in questione sia pari a quello riscontrabile tra adulti già socializzati ai codici di una cultura la quale, nel frattempo, non è stata ferma a guardare.

Il dibattito teorico sul considerare o meno i nativi digitali come una generazione *sui generis* non può inoltre prescindere dalla questione ben più ampia della post-modernità,

⁴ Prensky, M., “Digital Natives, Digital Immigrants”, in *On the Horizon* (Lincoln: NCB University Press, 2001).

⁵ Giddens, A., *Fondamenti di sociologia*, (trad. it. M. Baldini e G. Nevola, Bologna: Il Mulino, 2006) p. 33.

⁶ Buckingham, D. e Willet, R., *Digital Generations: Children, Young People and New Media*, (Mahwa, NJ: Erlbaum, 2006).

⁷ Edmunds, J. e Turner, B., *Generations, Cultures and Society* (Buckingham: Open University Press 2002) p. 7.

che include nella sua lente non solo i figli della rete, ma anche quelli (meno giovani) del progresso economico e tecnologico del dopoguerra, oggetto secondo Inglehardt⁸ di una metamorfosi generazionale guidata dai valori cosiddetti post-materialisti. Una trasformazione che, sia per la *beat* che per la “*bit generation*”, ha nella trasgressione sessuale il suo punto focale. Michel Foucault parla di due “rotture” avvenute nella storia della sessualità: la prima risale al diciassettesimo secolo, e consiste nell’accentuazione dei “*mechanisms of repression*”; la seconda è del XX secolo, ed è un indebolimento di quei meccanismi e dei tabù retrostanti, la “rivoluzione sessuale” iniziata tra le due Guerre e continuata successivamente⁹. Siamo forse di fronte a una nuova rottura, un’erosione virtuale dei tabù sessuali rimasti? Diversi studi delle interazioni online tra teenager¹⁰ sembrano avvalorare questa ipotesi.

La presenza di una dimensione sociale del tutto nuova, quella virtuale, prima assente o comunque limitata, ha secondo gli autori di questa ricerca un consistente effetto sulla vita sociale e l’identità dei soggetti, a maggior ragione durante la socializzazione secondaria nel “gruppo dei pari”¹¹.

L’era dei social networks e l’ambiente digitale

I *social media* (*forum, wiki, social network* etc...) nascono con l’avvento del “Web 2.0”, e il passaggio da un tipo utente internet passivo, *consumer*, a uno attivo, insieme consumatore e produttore di contenuti, il “*prosumer*”¹². Essi, più che mezzi di comunicazione nel senso stretto del termine, sono ambienti che incorniciano l’interazione quotidiana, teatro di pratiche sociali indifferenti ai limiti fisici e geografici, le quali generano una cultura e un senso comune condiviso dagli utenti. I *social networks* sono definibili come “*web-based services that allow individuals to construct a public or semi-public profile within a bounded system, articulate a list of other users with whom they share a connection, and view and traverse their list of connections and those made by others within the system*”¹³. La frequentazione di questi immensi punti di ritrovo virtuali è diffusa in particolare tra i nativi dei codici e dei luoghi digitali: la fascia d’età

⁸ Inglehardt, R., “Value change in industrial society”, *The American Political Science Review*, 61:1289-1319 (JSTOR, 1987) p. 3.

⁹ Foucault, M., *The History of Sexuality, Volume I: An Introduction* (trad. Ing. R. Hurley, New York: Pantheon Books, 1985) p. 115.

¹⁰ Subrahmanyam, K., Greenfield, P.M., Tynes, B., “Constructing sexuality and identity in an online teen chat room”, *Applied Developmental Psychology*, 25:651-666, (2004) pp. 651-666.

¹¹ Giddens, A., *Fondamenti di sociologia* (trad. it. M. Baldini e G. Nevola, Bologna: Il Mulino, 2006) p. 34.

¹² Caliandro, A., *Netnografia, Web Tribe, Social Media, Discorso, Cultura e Societing: il Manifesto teorico-metodologico del Centro Studi Etnografia Digitale* (2011) <http://www.etnografiadigitale.it/wp-content/uploads/2011/03/manifesto-etnografia-digitale-.pdf>, accessed 05/04/2011.

¹³ Boyd, D. e Ellison, N. B., “Social network sites: Definition, history, and scholarship”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1):article 11, <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>, accessed 14/02/2011, p. 2.

tra i 15 e i 24 anni in Europa rappresenta la fetta più consistente di utenti con il 25,3%¹⁴. I *social networks* non sono tutti uguali: si può distinguere tra *social networking sites* e *social network sites*. Col termine “*networking*” si tende a sottolineare il fatto che sia possibile connettersi e comunicare con sconosciuti, fare nuove conoscenze. La loro funzione principale, però, non è questa; anzi, alla luce di alcuni dati riguardanti gli adolescenti statunitensi¹⁵, si può affermare che vengono utilizzati soprattutto per comunicare con quei soggetti che fanno già parte della propria rete sociale offline. Perciò Danah Boyd preferisce utilizzare il termine *social network site*, che enfatizza una caratteristica in particolare: nei *social network sites* sono mostrate apertamente tutte le connessioni con gli altri utenti e ciò rende pubblica la rete sociale degli individui¹⁶, in pratica, la lista degli amici. Apparentemente banale, la lista delle connessioni è, invece, un fondamentale marcatore d’identità: dimmi con chi vai e ti dirò chi sei (“*you are who you know*”). Così, i nativi digitali cercano di avere tra gli amici virtuali quelle persone che sono considerate più *cool*, per essere considerati essi stessi *cool*: nel caso di Myspace è possibile selezionare una *top ten* di amici da mostrare alla comunità¹⁷.

Creando il nostro profilo sul social network entriamo a far parte di un *networked public*, inteso sia come spazio costruito tecnologicamente, sia come “*imagined community*” prodotta dalle pratiche interazionali¹⁸. Esso si distingue dal “*public*” per alcune fondamentali differenze architettoniche e strutturali, che vanno poi a influenzare l’interazione tra attori. Danah Boyd individua quattro proprietà peculiari del *networked public*: *persistence* (la comunicazione rimane registrata nella rete), *searchability* (chiunque può essere cercato e trovato), *replicability* (non c’è modo di distinguere l’azione comunicativa originale dalla sua copia), *invisible audiences* (ogni nostra comunicazione può avere un numero potenzialmente infinito di riceventi, distribuiti nello spazio e nel tempo)¹⁹.

L’identità, una volta immersa nel contesto sociale e spaziale della rete, cambia: diviene più “*libera e flessibile, oltre che mutevole, situazionale e proteiforme. L’assenza del corpo e*

¹⁴ <http://www.comscore.com/2011/02/2010-europe-digital-year-in-review/>, accessed 10/04/2011.

¹⁵ Vitak, J. M., *Facebook “Friends”: How Online Identities Impact Offline Relationships*, 2008, http://michiganstate.academia.edu/vitak/Papers/390880/Facebook_Friends_How_Online_Identities_Impact_Offline_Relationships, accessed 28/03/2011.

¹⁶ Boyd, D. e Ellison, N. B., “Social network sites: Definition, history, and scholarship”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1):article 11, <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>, accessed 14/02/2011, p. 2.

¹⁷ Boyd, D., “Why youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life”, *MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume* (Cambridge, MA: MIT Press, 2007) p. 13.

¹⁸ Boyd, D., *Taken Out of Context, American Teen Sociality in Networked Publics*, 2008, <http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf>, accessed 20/02/2011, p. 15.

¹⁹ Boyd, D., “Why youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life”, *MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume* (Cambridge, MA: MIT Press, 2007) pp. 8-9.

della comunicazione non verbale è significativa, da un lato perché libera da pregiudizi proprio e degli altri, dall'altro perché facilita i comportamenti disinibiti. [...] Il superamento del limite geografico, corporeo, ma anche e soprattutto identitario, apre la possibilità di simulazione dell'identità che può condurre alla produzione di un falso Sé"²⁰. Questo permette al *digital native* di mettersi alla prova a livello relazionale, di osare di più rispetto alla interazione faccia a faccia, di sperimentare comportamenti e svelare lati della propria identità che nella società reale potrebbero essere giudicati negativamente, in particolar modo dagli adulti: *dalla compresenza si passa alla tecnopresenza, più esaltante e disinibitoria, perché prevede un coefficiente di rischio minore*"²¹.

Data l'assenza di fisicità e di un contesto materiale vero e proprio, il profilo (costruito compilando una sessione intitolata "about me") diventa l'equivalente del corpo.²² I nativi digitali, nascondendosi perciò dietro i profili e rivolgendosi ad un *pubblico immaginato*, possono riuscire meglio nella gestione delle impressioni e nella selezione degli aspetti personali che vogliono trasmettere agli altri²³. È quindi anche più facile produrre falsi contenuti, come nei casi di finti profili (*fakester*, sul social network *Friendster*) rilevati dalla Boyd²⁴.

Identità sociale e categorizzazione

L'identità individuale, online come offline, è modellata sulla base del contesto sociale in cui essa si trova in un determinato momento. "E' la costante interazione del soggetto col mondo esterno che contribuisce a creare e a plasmare il suo senso d'identità individuale"²⁵. Goffman ha coniato a riguardo la metafora drammaturgica del soggetto-attore che si alterna tra palco e retroscena, esercitando un rigido controllo sulle impressioni che il pubblico potrebbe farsi di lui²⁶. A seconda degli spettatori cambia anche la parte interpretata: l'attore è in grado di figurarsi le aspettative sociali degli altri nei suoi confronti, assumendo un ruolo, interiorizzando l'"altro generalizzato" di cui parla Herbert Mead. La "teoria del Sé" dell'ispiratore dell'"interazionismo simbolico" presuppone che l'individuo si muova con consapevolezza in un mondo sociale, il quale

²⁰ Ibid.

²¹ Pravettoni G., *Web Psychology* (Guerini e associati, Milano, 2002) p. 49.

²² Boyd, D. e Heer, J., "Profiles as Conversation: Networked Identity Performance on Friendster." (Proceedings of the Hawai'i International Conference on System Sciences, Persistent Conversation Track, Kauai, HI: IEEE Computer Society, January 4 - 7, 2006) <http://www.danah.org/papers/HICSS2006.pdf>, accessed 12/04/2011.

²³ Boyd, D., "Why youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life", *MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume* (Cambridge, MA: Mit Press, 2007) p. 12

²⁴ Boyd, D. e Ellison, N. B., "Social network sites: Definition, history, and scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1):article 11, <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>, accessed 14/02/2011, p. 6.

²⁵ Giddens, A., *Fondamenti di sociologia* (trad. it. M. Baldini e G. Nevola, Bologna: Il Mulino, 2006) p. 35.

²⁶ Goffman, E., *La vita quotidiana come rappresentazione*, (trad. it. Bologna: Il Mulino, 1969) p. 12.

determina la formazione processuale del Sé²⁷. La gestione dell'impressione però, nella vita reale, è limitata alle comunicazioni trasmesse volontariamente, impossibile per le comunicazioni non intenzionali – di solito di tipo non-verbale. Il “lato b” della comunicazione viene però a mancare nell'interazione mediata dal social network: “essere digitali significa essere ciò che le nostre dita fanno trapelare di noi attraverso lo schermo”, scrive G. Pravettoni nel suo “Web Psychology”²⁸. Se è vero che anche nel *networked public* esiste un tribunale sociale e un “altro interiorizzato”, l'adeguamento o meno della propria azione soggettiva alle convenzioni vigenti sul social network è sempre un atto pianificato, costruito, volontario.

L'identità dunque sulla rete è eminentemente sociale. Tajfel definisce il concetto di identità sociale come “quella parte dell'immagine che un individuo si fa di se stesso, derivante dalla consapevolezza di appartenere ad un gruppo (o a gruppi) sociale, unita al valore e al significato emotivo attribuito a tale appartenenza”²⁹. Nella costruzione della propria identità sociale un ruolo cardine, secondo Tajfel, è assunto dalla categorizzazione, il “processo per cui oggetti sociali o eventi sociali vengono posti assieme in gruppi che sono equivalenti in rapporto alle azioni, intenzioni e sistemi di credenze di un individuo”³⁰. La categorizzazione permette di distinguere tra “noi” e “loro”, tra ciò che voglio essere e mostrare di essere (attraverso il controllo delle impressioni) e il resto della realtà sociale. Il concetto di “gruppo” così come utilizzato nell'analisi di Tajfel è particolarmente adatto per descrivere la società virtuale: l'aspetto centrale del gruppo non è il legame tra i membri, ma il significato che l'appartenenza al gruppo riveste per l'identità del membro. La *membership*, nell'ottica goffmaniana dell'*impression management*, è qualcosa da costruire nel retroscena e da sfoggiare sul palcoscenico, in quanto attributo dell'attore valutato e soppesato dal pubblico, dall'altro generalizzato. Il teenager, in maniera ancora più spiccata dell'adulto, “tenderà a rimanere membro di un gruppo e cercherà di entrare a far parte di nuovi gruppi, se questi gruppi sono in grado di contribuire positivamente alla sua identità sociale”³¹.

Secondo Fredrik Barth, la separazione identitaria tra gruppi si fonda a partire da pochi elementi differenziali, esito di una produzione sociale della differenza culturale³²: ciò non toglie però che l'appartenenza al gruppo, e in particolare il processo di categorizzazione retrostante, influenzino il modo in cui il soggetto osserva la realtà. La riduzione delle differenze intra-categoriali e l'accentuazione di quelle inter-categoriali – riscontrata da Tajfel e Wilkes nel loro celebre esperimento del 1963 – non sono altro che effetti di questo fenomeno sugli individui.

²⁷ Leonini L. e Rebughini P. (a cura di), *Lecture di sociologia* (Milano: Guerini e Associati, 2005) pp. 303-304.

²⁸ Pravettoni G., *Web Psychology* (Guerini e associati, Milano, 2002) p. 46.

²⁹ Tajfel, H., *Gruppi umani e categorie sociali* (trad. it. C. Caprioli, Bologna: Il Mulino, 1985) p. 384.

³⁰ *Ibid.*, pp. 383-385.

³¹ *Ibid.*, p. 386.

³² Fabietti, U., *Storia dell'antropologia* (Bologna: Zanichelli, 2001) pp. 205-206.

Domanda della ricerca e ipotesi

Abbiamo dunque visto i nativi digitali da una prospettiva tridimensionale: quella di nuova generazione cresciuta e socializzata nell'era del Web 2.0 e dei social media; quella di membri dei *networked publics* virtuali generati dai *social networks*; quella di individui che sviluppano la propria identità interagendo coi diversi contesti sociali di appartenenza. Partendo da questo sfondo teorico, la domanda della ricerca è essenzialmente questa: in che modo i nativi digitali strutturano la loro vita sociale attraverso l'utilizzo dei social networks? E qual è l'impatto del social media sulla loro identità, online e offline?

Prendiamo tre fattori all'apparenza totalmente slegati tra loro. Il primo è il crollo dei solidi ideali della modernità narrato dai teorici postmodernisti. Il secondo è la nebulosità dell'identità digitale dei soggetti. Il terzo è l'età dei nativi digitali, da un minimo di dodici a un massimo di 18, 19 anni; una fase in cui, per orientarsi in un mondo sociale relativamente nuovo, il senso di appartenenza al gruppo e, soprattutto, la categorizzazione della realtà sociale assumono un ruolo di vitale importanza. Partendo da questi fattori, e sottolineando come essi siano intimamente connessi in un *frame* coerente al tema di questa ricerca, intendiamo formulare le seguenti ipotesi:

H1: L'utilizzo di un social network da parte dei *digital natives* porterebbe a una crescente disposizione a categorizzare la realtà sociale. Se il bisogno di essere accettato all'interno del "gruppo dei pari" comporta offline una tendenza all'omologazione dell'*ingroup* e alla categorizzazione della realtà sociale in gruppi definiti, online questa tendenza dovrebbe risultare incrementata in quanto si può appartenere a una miriade di gruppi diversi, e nell'interazione mediata del *social network* l'esibizione dell'appartenenza a un determinato gruppo è uno strumento per definire la propria identità sociale.

H2: Le pratiche sociali effettuate online produrrebbero degli effetti – perlomeno indiretti – anche offline, dato che l'adolescente compie parte del suo processo di socializzazione in un ambiente fortemente distinto da quello reale, riversando poi anche nell'offline le conseguenze delle pratiche online sulla sua identità.

2- Un caso empirico: Netlog

Il *field* designato per la nostra ricerca è il *social network* "Netlog", nato in Belgio nel 2002 col nome di "Facebox" dalla collaborazione fra due giovani studenti universitari Toon Coppens e Lorenz Bogaert. L'idea nasce dalla volontà di creare una chat che fornisse immediatamente ai partecipanti tutti i dati fondamentali relativi



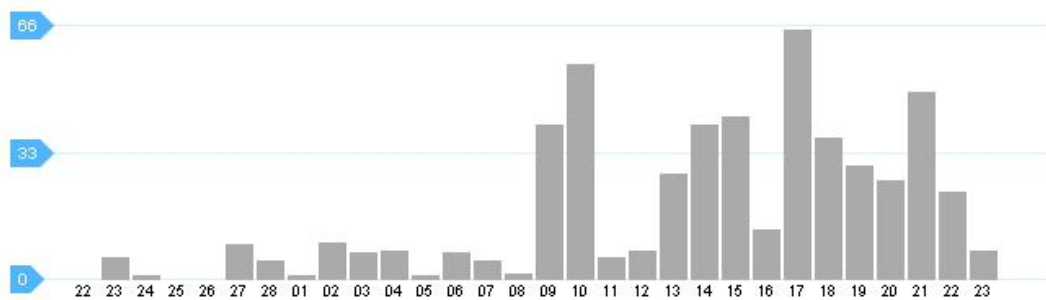
all'interlocutore: “sex, gender, age, location”³³.

La scelta del *social network* belga è dovuta proprio al target a cui si rivolge: i nativi digitali. I dati relativi al 2009 indicano che il 75% degli utenti ha fra i 13 e 28 anni³⁴.

Netlog è fra i *social networks* più conosciuti e utilizzati fra i teenager d'Europa: ad oggi si contano 75.341.370 di membri, 4.290.288 nella sola Italia³⁵. Come per tutti gli SNS (*Social Network Service*) gli utenti una volta iscritti creano il loro profilo, caricando descrizioni personali, foto, video, blog, forum, libro ospiti, gruppi, brand, sondaggi [fig.1 allegato] ed allo stesso tempo diventano amici di altri individui. Da questo punto di vista, Netlog si distingue per la sua possibilità di personalizzazione dell'interfaccia grafica del profilo rendendola parte integrante dell'espressione della propria individualità.

Le funzioni a disposizione, oltre quelle comuni di gestione del profilo, si presentano molto più articolate e complesse rispetto agli altri siti concorrenti. Oltre ai pulsanti “Esplora” e “Gestisci” – relativi rispettivamente alla navigazione della home page e gestione dei dati di profilo – troviamo “Diari”, ossia una vera e propria memoria virtuale di tutto ciò che accade sul nostro profilo e quelli dei contatti. Qui sono raccolte in diverse pagine le informazioni riguardanti: le amicizie aggiunte dai nostri rispettivi amici, le attività dei gruppi, gli utenti che hanno visitato la nostra pagina quelli da noi visitati, le dichiarazioni di stato fatte dagli amici, chiamate “urli”. Sempre nella pagina “Visitatori” il proprietario del profilo trova informazioni statistiche rispetto all'andamento della propria popolarità, grazie ad un istogramma³⁶ che fornisce dati sull'andamento delle visite giornaliere, affiancato da un riquadro che esplicita le visite ricevute. Infine, permette di conoscere l'esatto numero di amici uomini ed amiche donne.

Visitatori degli ultimi 30 giorni



³³ Zanette Simona, “Netlog: severamente vietato ai minori. ‘La vita è mia nn della prima che passa’. Netlog, il social network più amato dai ragazzini. Il suo segreto? Libertà”, *Wired*, 17 luglio 2009, <http://mag.wired.it/rivista/storie/netlog-severamente-vietato-ai-minori.html?page=1>, accessed 02/04/2011.

³⁴ Ibid.

³⁵ <http://it.netlog.com/go/explore/profiles>, accessed 16/04/2011.

³⁶ Si veda l'immagine seguente.

Troviamo inoltre la funzione “Messaggi” dove vengono notificate le conversazioni di messaggistica istantanea, non propriamente chat, che avvengono.

Su Netlog gli utenti utilizzano un *nickname*, generalmente legato all'immagine che vogliono veicolare di loro stessi. Manca una bacheca pubblica in cui postare o ricevere post di ogni genere, elemento tipico della maggior parte degli altri *social networks*, ma esiste il “libro ospiti”, che ha una funzione molto simile ma viene scarsamente utilizzato. La funzione comunicativa di Netlog sembra essere posta in secondo piano rispetto alla sua funzione di esposizione/presentazione dell'individuo che vi partecipa.

3- Una parentesi metodologica

L'approccio metodologico prescelto per portare avanti il nostro progetto di ricerca qualitativa consiste nell'accostamento di osservazione etnografica e intervista discorsiva.

Non limitarci a una scontata descrizione empirica è stata la regola che ci ha accompagnato durante tutto il percorso. Allo stesso modo in cui dietro l'apparente leggerezza dei famosi combattimenti tra galli a Bali si cela una lotta inconscia tra gruppi per il prestigio sociale³⁷, così le pratiche sociali in ambito virtuale tra i nativi digitali sono degne di un'analisi complessa, che parte dagli atteggiamenti particolari, perché, come mostra l'antropologo statunitense Clifford Geertz, sono i comportamenti in un certo contesto che determinano la cultura locale e non viceversa³⁸.

A essere precisi, dato il *field* in cui si è svolta la nostra analisi, il metodo utilizzato è stato quello *netnografico*, termine che rimanda evidentemente al mondo digitale. Infatti, come l'etnografia è l'osservazione dei comportamenti sociali dentro l'ambiente di riferimento, che spesso richiede la partecipazione attiva del ricercatore, così è la *netnografia*, che si interessa specificatamente delle pratiche sociali che avvengono sulla rete digitale³⁹.

Abbiamo proseguito con la creazione di un *fake-profile*, col quale avere la possibilità di entrare direttamente nello scenario da analizzare ed essere in grado di osservare dall'interno le pratiche sociali degli utenti in rete, prendendone nota. Ci siamo mossi sotto copertura, con falso nome, falsa età, falsa identità: “wondertaty”, 15 anni, donna, fan di Ray-Ban e I-Pod. Con l'aiuto di una modella maggiorenne, che si è gentilmente prestata al “gioco”, abbiamo virtualmente dato a wondertaty anche un volto e un corpo piacenti, assolutamente funzionali a quelli che si sono poi rivelati gli scopi di Netlog.

³⁷ Geertz, C., *Interpretazione di Culture* (trad. it. E.Bona, Bologna: Il Mulino, 1987) cap. 11.

³⁸ *Ibid.*, cap. 1.

³⁹ Caliandro, A., *Netnografia, Web Tribe, Social Media, Discorso, Cultura e Societing: il Manifesto teorico-metodologico del Centro Studi Etnografia Digitale* (2011) <http://www.etnografiadigitale.it/wp-content/uploads/2011/03/manifesto-etnografia-digitale-.pdf>, accessed 05/04/2011.

Così ci siamo immersi nel mondo dei “netloghiani”, ci siamo confusi tra di loro, abbiamo interagito con loro. Ci siamo adattati alla loro cultura e abbiamo imparato a utilizzare il loro stesso linguaggio.

Una precisazione: non rivelare la verità sui fini delle molteplici interazioni e sulla nostra reale identità è una tecnica deontologicamente ed eticamente scorretta. Ma se è vero che il fine giustifica i mezzi, ci siamo auto-forniti di tale licenza perché pensiamo che, se in tal modo non avessimo agito, il particolare contesto non ci avrebbe messo in una posizione tale da riuscire a trarre conclusioni valide, affidabili e veritiere; siamo convinti che la nostra dichiarata presenza avrebbe influenzato e modificato profondamente gli abituali comportamenti dei protagonisti.

Passati circa due mesi dall’avvio dell’osservazione online, le informazioni raccolte erano sufficienti per procedere con un’intervista dal vivo, in modo da integrare dati online e offline. Dopo aver inizialmente progettato di stendere un survey da distribuire tramite e-mail, abbiamo preferito volgere la scelta verso un’intervista collettiva *face to face*: la nostra preoccupazione nel caso di un survey era, nuovamente, quella di non riuscire a ottenere elementi validi e affidabili o, addirittura, di non ricevere alcuna risposta. Tramite qualche conoscenza siamo quindi riusciti a prendere contatto con un gruppetto di adolescenti che hanno tastato questo pianeta, ne sono stati parte e, in seguito, hanno deciso che non faceva per loro. Il fatto che essi non siano più membri del *social network* ci ha consentito di registrare il frame interpretativo dell’*outgroup* coetaneo, permettendoci di riflettere criticamente sulla rappresentatività o meno del *case study* Netlog all’interno del più complesso ed eterogeneo universo degli adolescenti italiani. Questa intervista di gruppo può inoltre essere vista come una forma particolare di *participant validation* etnografica: abbiamo sottoposto i risultati dell’osservazione non ai membri del contesto osservato, ma in questo caso a ex membri o “turisti” di Netlog (la ragazza), che fungono così da “mediatori culturali” (anche anagraficamente parlando) tra la realtà degli osservatori e quella degli osservati.

4- I risultati dell’osservazione

La nostra etnografia digitale ha avuto inizio a Febbraio ed è terminata a metà Aprile. Questi sono i principali risultati emersi dall’osservazione delle pratiche sociali e dall’interazione diretta col *fake profile*:

-Netlog è il tempio dell’autoscatto: la gran parte delle immagini del profilo sono scattate da ragazzini e ragazzine nelle pose più improbabili – molto spesso volutamente seducenti – da soli nelle loro camerette, o chiusi in bagno, ritratti grazie ai loro *smartphone*.

Le parti maggiormente ritratte sono viso o busto. Mostrare il viso, che nella maggior parte dei casi è coperto da imponenti frange “pilastrate”, secondo gli utenti di Netlog sta

ad indicare una maggiore sensibilità emotiva e una maggiore riflessività personale; mostrare il busto (declinato a seconda dei sessi in addominale scolpito/ seno procace) invece sta ad indicare un carattere più impulsivo, più aggressivo e spudorato

-Maschi vs femmine. Un elemento caratterizzante di questo ambiente virtuale, molto difficile da osservare al di fuori della rete, è la netta divisione esistente fra i sessi: nella maggior parte dei casi le ragazze hanno quasi come unici contatti ragazzi, e viceversa. Tale divisione rafforza l'idea che l'individuo vuole dare di sé: un ragazzino con sole amiche femmine viene percepito come un “latin lover” o un “figo”, una ragazzina con molti amici maschi come una “femme fatal”, o una “facile”.

A ricerca terminata, wondertaty aveva collezionato 206 amici, 858 visite, 44 conversazioni in chat, 21 commenti alle foto⁴⁰: in tutti i casi, tranne eccezioni che si contano sulle dita di una mano, chi voleva interagire col nostro *avatar* era o un ragazzo eterosessuale, o una ragazza lesbica – a testimoniare l'evidente finalità sessuale delle interazioni su Netlog.



-La popolarità è tutto. Abbiamo riscontrato l'attenzione quasi morbosa di diversi utenti verso il numero di visite raggiunte sul proprio profilo. La funzione comunicativa del *social network* viene posta in secondo piano, rispetto alla sua funzione di esposizione/presentazione dell'individuo che vi partecipa. Gli strumenti e le pratiche rituali funzionali a tale scopo sono: “l'urlo” – una dichiarazione personale di qualsiasi genere resa disponibile a tutti i propri contatti; il “passa e ricambio”⁴¹ – richiesta agli amici di visitare (“passare”) il proprio profilo promettendo in cambio di passare in quello dell'amico (Il passaggio in molti casi implica anche un commento, nel caso di foto o video, che attesti il sex appeal della persona ritratta. Tale rituale, anche se non esplicitato tramite richiesta, rientra nelle pratiche che è buona norma seguire, all'elenco dei visitatori e bene fare visita a propria volta per mantenere alta la propria notorietà); infine il “mettere sotto i riflettori”, che consiste nel pubblicare le proprie immagini e le

⁴⁰ <http://it.netlog.com/wondertaty>, accessed 17/04/2011 at 4.05 PM.

⁴¹ Si veda l'immagine sopra.

proprie affermazioni rendendole note a tutti i propri amici e a tutti coloro i quali sono in relazione con qualsiasi nostro conoscente sulla rete, mettendo “in loop” il messaggio o immagine, il quale – come uno specchio per le allodole – attira altri utenti, innalzando il valore del profilo di chi le ha postate.

Le ultime due pratiche sono connesse al processo di acquisizione di “crediti” virtuali da parte degli utenti. I “crediti virtuali” sono i soldi di Netlog: servono per comprare nuove applicazioni per il profilo, scaricare giochi, canzoni, e soprattutto mettere post e foto “sotto ai riflettori”. Si possono acquisire in modi diversi: come premio per la propria popolarità, come regalo al proprio compleanno, scaricando programmi suggeriti da Netlog, o pagando con carta di credito – come mostra la seguente schermata.



-Gruppi da esibire. Gli utenti si iscrivono generalmente a pochi gruppi – la maggior parte dei quali inerenti a tematiche di carattere sessuale – utilizzati in maniera diversa a seconda del genere: se i maschi tendenzialmente entrano in gruppi come “ragazze in intimo e in bikini”⁴² per trovare amiche, le ragazze si iscrivono ai medesimi gruppi per “caricare” le proprie foto, esibirle, lasciare che vengano commentate. L’iscrizione al gruppo è sempre strumentale: è un messaggio agli altri, è un modo per conoscere ragazze, è un luogo dove mostrarsi e sentirsi apprezzate.⁴³



⁴² http://it.netlog.com/groups/ragazze_in_bikini, accessed 17/04/2011.

⁴³ Nell’immagine seguente, alcuni dei gruppi presenti su Netlog.

-Conversazione-seduzione. Le pratiche interattive base, effettuate tramite la messaggistica privata, sono fortemente ritualizzate: ci si informa sulla provenienza geografica, si prosegue con l'età e, all'incirca dopo un paio di battute, si chiede lo status sentimentale dell'interlocutore. “Sei fida” è la domanda che quasi tutti gli utenti hanno posto al nostro avatar, risposta cruciale per permettere all'altro se proseguire o meno nella conoscenza. La domanda “hai Msn?”, molto spesso posta prima ancora di dire “ciao”, si ritrova in quasi tutte le conversazioni. I motivi sono due: Msn Messenger secondo gli utenti funziona meglio della chat di Netlog, e permette di utilizzare la webcam. Il focus sulla sfera sessuale e lo scopo esplicito della seduzione si ritrovano anche nei commenti alle fotografie, spesso molto spinti.⁴⁴



-Linguaggio: esplicito e abbreviato. Sebbene le interazioni avvengano tra perfetti sconosciuti, dietro allo scudo dell'anonimato i giovani utenti di Netlog si permettono un linguaggio particolarmente esplicito, ricco di apprezzamenti sconci, domande personali e riferimenti sessuali. Allo stesso tempo si tratta di un linguaggio contraddistinto da abbreviazioni, inglesismi, uso di termini gergali o espressioni dialettali, totale libertà rispetto le regole della grammatica e della sintassi italiana, abolizione della punteggiatura. Molto spesso nella frase le parole vengono intervallate da emoticons per sopperire alla mancanza di comunicazione non verbale, e permettere quindi all'interlocutore di comprendere il *mood* della conversazione ed aggiustare le proprie risposte di conseguenza.

-Tutto è sesso. Su Netlog il sesso è in ogni angolo: le foto condivise dagli utenti, i commenti, i gruppi, le conversazioni, tutto rimanda alla sfera sessuale. Nel corso della nostra interazione col profilo fasullo abbiamo fatto sesso online con un diciottenne e ricevuto foto di parti intime inviateci da uno sconosciuto; ci è stato chiesto ogni singolo dettaglio della nostra intimità immaginaria, dalla taglia di reggiseno alla posizione preferita a letto. Tutto questo con una frequenza e una sistematicità assolutamente non

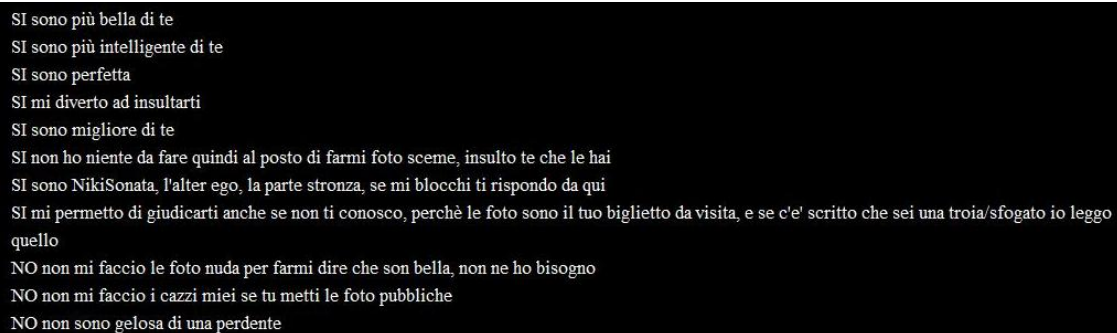
⁴⁴ Nell'immagine qui sotto, l'esempio emblematico di un incipit di conversazione.

preventivabile all'inizio della ricerca, e spesso da parte di utenti nemmeno sedicenni.

-Sondaggi e insicurezza. Fra gli strumenti messi a disposizione degli iscritti a Netlog vi è il sondaggio. Molto spesso, da quello che abbiamo potuto osservare, i sondaggi vengono utilizzati come ulteriore riprova del successo della propria persona fra i conoscenti, come strumento di supporto e rinforzo della popolarità acquisita. Le domande più frequentemente proposte infatti riguardano giudizi fisici sul proprietario del profilo, o chiedono “che cosa vorresti fare” con lei/lui.

-Uso incrociato diversi social networks. Molto spesso i teenager possiedono più profili su diverse piattaforme, nella maggior parte dei casi Netlog, Facebook e Msn Messenger. I tre non si escludono a vicenda, ma svolgono nel processo di socializzazione online del nativo digitale funzioni fra loro interconnesse: Netlog funge da vetrina dove poter individuare il soggetto che si desidera conoscere; Facebook invece serve per poter conoscere il soggetto – in quanto la presenza del nickname e l'eventuale assenza di foto non danno certezze sulla sua identità; ed infine Msn, è utilizzato per conversare ed approfondire la conoscenza online, a volte facendo sesso virtuale.

-I casi devianti. Va precisato che durante l'osservazione non ci siamo imbattuti soltanto in *digital natives*: vi sono parecchi uomini e donne, adulti o anche anziani, i cui comportamenti online generalmente non fanno che legittimare la metafora del *dating service*. Poi ci sono quei nativi digitali che prendono le distanze dalle convenzioni del sito, assumendo un atteggiamento spesso molto critico e denigratorio nei confronti degli altri membri e dei loro comportamenti. Si tratta in ambedue i casi di una piccola minoranza dei membri; un esempio è riportato nella schermata qui sotto.



SI sono più bella di te
SI sono più intelligente di te
SI sono perfetta
SI mi diverto ad insultarti
SI sono migliore di te
SI non ho niente da fare quindi al posto di farmi foto sceme, insulto te che le hai
SI sono NikiSonata, l'alter ego, la parte stronza, se mi blocchi ti rispondo da qui
SI mi permetto di giudicarti anche se non ti conosco, perchè le foto sono il tuo biglietto da visita, e se c'e' scritto che sei una troia/sfogato io leggo quello
NO non mi faccio le foto nuda per farmi dire che son bella, non ne ho bisogno
NO non mi faccio i cazzi miei se tu metti le foto pubbliche
NO non sono gelosa di una perdente

5- Intervista di gruppo

Abbiamo intervistato un gruppo di tre amici, due ragazzi e una ragazza, rispettivamente di 17, 17 e 18 anni, uno dei quali legato a una delle autrici della ricerca da un rapporto di parentela – fatto che ha consentito di instaurare fin da subito un clima informale con gli intervistati. I due ragazzi, che da adesso chiameremo Rzo1 e Rzo2, sono stati membri del *social network* “Netlog” per quasi due anni, e hanno smesso di utilizzarlo

circa un anno fa⁴⁵; la ragazza (Rza1) invece non ha mai avuto un suo profilo personale, ma ha interagito frequentemente con quello di un'amica. I due intervistati di sesso maschile affermano di essersi entrambi iscritti al sito in quanto altri loro amici ne facevano parte (lo stesso ha riscontrato Danah Boyd analizzando Myspace⁴⁵), mentre la ragazza ha deciso di non iscriversi a causa dell'età media dei membri, a suo avviso troppo bassa (lo stesso motivo che ha spinto poi gli altri due intervistati ad abbandonare Netlog, per dedicarsi unicamente ad un *social network* “più serio” come Facebook). Questi i punti chiave emersi durante l'intervista:

- Netlog, secondo gli intervistati, si utilizza principalmente per conoscere possibili partner. E' un fatto scontato tra i membri, che fa parte del senso comune condiviso e fa sì che gli scambi interazionali via chat siano più diretti rispetto a quelli riscontrabili su di un *social network* come “Facebook”, più esplicitamente e strumentalmente finalizzati ad un tornaconto di carattere sessuale. La valutazione dell'aspirante partner è quasi esclusivamente estetica, basata sulle immagini disponibili sul profilo. Gli intervistati confermano inoltre l'esistenza di una economia reputazionale fondata sull'apparenza, a loro avviso spiegabile dalla voglia di piacere agli altri, dalla spinta all'omologazione, dal bisogno di auto-realizzazione.
- L'anonimato garantito dal *nickname* permette di osare di più rispetto alle interazioni faccia a faccia, e spinge alla trasgressione. Gli intervistati affermano di non aver mai fatto sesso via webcam, ma ammettono che si tratta di una pratica diffusa. Essi ora si pongono da un punto di vista esterno e a tratti molto critico sulla realtà del *social network*, ma ammettono che una volta all'interno si comportavano in maniera convenzionale (“*alla fine è una cosa tra ragazzi e ragazze, amici per modo di dire...uno aggiungeva le ragazze e basta*”).
- Per gli intervistati la diffusione di Netlog tra ragazzi e ragazze più piccoli di loro ha un'influenza sull'identità individuale e sul comportamento offline (“*poi come si comportano nel social network si comportano anche fuori, perché vedono che così piacciono e allora fanno così anche fuori*”). Non tutti i nativi digitali sono però come i membri di Netlog, i quali – dal loro punto di vista – sono una minoranza di ragazzini degenerati (i c.d. “bimbiminkia”).

6- Netlog: Immagine e popolarità

Che cosa rappresenta Netlog? In quanto *social network*, dati gli studi e gli elementi inizialmente citati, si potrebbe pensare che gli scopi del suo utilizzo da parte dei nativi digitali siano riconducibili a due strade principali: tenersi in contatto con gli amici che si

⁴⁵ Boyd, D., “Why youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life”, *MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume* (Cambridge, MA: Mit Press, 2007) p. 9.

hanno già, risultando per cui uno strumento di congiungimento tra vita online e offline, oppure conoscerne di nuovi, ampliando quindi la propria cerchia di conoscenze.

Dopo soltanto pochi giorni di permanenza, però, ci siamo resi conto che, per gli adolescenti che frequentano questo spazio virtuale, il fine primario non coincide con la relazione interpersonale, ma con la visibilità. Netlog è il luogo perfetto dove mettersi in mostra, è una vetrina dietro cui esporre la propria persona agli occhi di quanta più gente possibile. Foto, riflettori, visite, fan, statistiche: tutto sembra voler evidenziare che ciò che conta è apparire, ostentare il proprio corpo, coerentemente a quanto accade intorno, nella vita reale, nella società dello spettacolo e dell'immagine. La vetrina, per definizione trasparente, conduce verso una messa in scena della propria sfera personale, portando a essere labili i confini tra pubblico e privato. La conseguenza è l'esibizionismo più sfrenato, lo sfoggio della propria intimità, che si traduce concretamente nella pubblicazione di foto, in reggiseno e perizoma per le ragazze, a petto nudo per i ragazzi, e rigorosamente in modalità autoscatto – perché *“alcune foto è strano che te le faccia qualcuno. Tipo su Netlog ci sono un sacco di ragazze con foto in reggiseno e mutande, non puoi chiedere alla mamma se te le fa lei”*, afferma la ragazza nell'intervista discorsiva.

Immagine è la parola chiave attorno cui ruota il pianeta Netlog: al centro sta il corpo e da ciò non poteva che scaturire la tendenza a una categorizzazione della realtà di tipo superficiale. Gli stereotipi sociali che ne derivano risultano essere allora delle semplificazioni derivate dall'aspetto fisico, nulla di più. Esso è anche il criterio in base al quale si sceglie di “essere amico” di qualcuno: su Netlog non conta l'interesse comune o la provenienza etnico-geografica. Fino a quando l'immagine-profilo di “wondertaty” si limitava al dettaglio di un occhio, le richieste di amicizia sono state contenute; è bastato pubblicare una foto con ciuffo e seno in bella mostra ed ecco che le richieste si sono quadruplicate.

Persino la teoria psico-sociale dell'identificazione con un gruppo finisce per cadere nel baratro della superficialità: i nativi digitali, più che sentire la necessità di appartenere al gruppo, hanno bisogno di esso come un trofeo da esibire; non è importante sentirsi davvero parte del gruppo, ma è fondamentale metterlo in mostra. Quello che viene a mancare è il significato emotivo che Tajfel attribuisce al senso di appartenenza ai fini della costruzione dell'identità sociale⁴⁶: a questo si sostituisce un significato effimero da conferire, più che al senso, all'espressione di appartenenza.

Tutti gli strumenti e le strategie di visibilità e immagine su Netlog hanno un obiettivo fondamentale: la popolarità. È questo che ti rende speciale, desiderabile, invidiabile e rispettabile agli occhi degli altri. Avere migliaia di amici, migliaia di fan, essere secondo le statistiche i più visitati all'interno del sito. Non importa se non si ha la più pallida idea di chi sia tutta quella gente, perché così ci si guadagna il rispetto e un posto

⁴⁶ Tajfel, H., *Gruppi umani e categorie sociali* (trad. it. C. Caprioli, Bologna: Il Mulino, 1985).

d'onore all'interno dell'aristocrazia del *networked public*.

La smania di popolarità porta talvolta all'esasperazione: molti di loro sono disposti a pagare in denaro, tramite Paypal o sms, per l'ottenimento di quei crediti che permettono di mettersi "sotto i riflettori". E' emblematico poi che la visibilità venga inseguita sul web persino fuori dai confini di Netlog: così un'occasione come quella di fornire risposte a domande sul funzionamento del social network su un sito come Yahoo Answer, si trasforma nell'opportunità di invitare sconosciuti a visitare il proprio profilo⁴⁷.

È quasi paradossale che all'interno di un *social network* le amicizie, i contatti siano funzionali non alla socializzazione, ma all'ottenimento di notorietà: come nel caso di "bimba_snob92", consapevole della sua popolarità all'interno del sito, che scrive: "Add me, mandami MP e commentami le foto, ma se non ti rispondo non mi stressare!"⁴⁸.

7- L'economia reputazionale online

Netlog è un luogo dove è possibile plasmare la propria identità a piacimento. O forse non proprio a piacimento, in quanto il risultato finale è quello che porta a essere ciò che gli altri si aspettano. E se si entra nel mondo di Netlog non si può far altro che adeguarsi alle regole del gioco. Abbiamo quindi da una parte la libertà di poter essere ciò che si vuole, dall'altra una spinta all'omologazione (*nickname* molto simili, stesse pose nelle foto, stessi atteggiamenti, stesso senso comune).

Prendiamo nuovamente ad esempio l'autoscatto. "È diventata una tendenza", dice uno dei ragazzi intervistati, e in effetti è raro trovarne uno che non abbia, tra le foto pubblicate, una propria immagine in modalità autoscatto. Ma non è solo una moda: questa "tendenza" riflette il desiderio di tenere sotto controllo l'immagine che si dà di sé stessi. La ragazza intervistata, infatti, sostiene che quando la foto è scattata da altri non è la stessa cosa che farsela da soli: "non viene uguale la foto fatta allo specchio o con l'autoscatto, rispetto a quando te la fa qualcuno! A me è capitato, mi metto davanti allo specchio e dico "come sto bene oggi", e mi faccio la foto. Se me la fa una persona la foto viene diversa, peggiore, lo scopo è uscire il meglio possibile".

Ma qual è la forza che spinge alle gestione delle impressioni e della propria reputazione? Siamo di fronte ad un tribunale sociale virtuale. Con l'espressione "tribunale sociale", già utilizzata come definizione del termine "opinione pubblica" in riferimento al pensiero di Locke ("La legge della reputazione", 1690), di Rousseau ("Tribunale della censura", 1762), di Tocqueville ("L'onnipotenza della maggioranza", 1835) e di Noelle-Neumann ("La Spirale del Silenzio", 1974), si intende quel "giudizio morale collettivo che dalla società emana continuamente, e perlopiù implicitamente, rispetto

⁴⁷ <http://it.answers.yahoo.com/question/index?qid=20081005144535AAEcf3k>, accessed 12/04/2011.

⁴⁸ http://it.netlog.com/bimba_snob92, accessed 17/04/2011.

*alla condotta di ciascun individuo*⁴⁹.

Il nativo digitale, quindi, agisce e crea la sua personale immagine secondo quanto è socialmente gradito, perché ha il timore di una valutazione negativa da parte del tribunale e di un conseguente isolamento. È continuamente ricercata l'approvazione e si percepisce vivamente la necessità di avere delle conferme. È qui che viene messa in risalto la funzionalità di uno strumento come quello del sondaggio: i nativi lo utilizzano per essere rassicurati riguardo la loro incertezza sul poter essere accettati dagli altri. Ma, riflettendo sugli argomenti prediletti per le domande dei sondaggi, ci rendiamo conto che vertono su bellezza ed aspetto esteriore. E allora, quale lato della propria persona si preferisce venga apprezzato? Il corpo. Ancora una volta, ecco tornare a galla apparenza, immagine, esibizionismo e narcisismo.

8- Identità online vs identità offline?

Se l'identità sociale è l'esito di un processo di interazione del soggetto con un determinato ambiente sociale, possiamo affermare che tra identità offline e online ci sarà più di una discontinuità, data l'ontologica diversità tra il reale e il virtuale. Questa discontinuità l'abbiamo percepita nitidamente osservando la presentazione del sé e le pratiche sociali che su Netlog sono considerate normali e scontate: un'enfasi estrema sull'aspetto esteriore (vero o presunto); una monotematicità di fondo, per cui online veramente tutto è sessuale; un *impression management* portato ai massimi termini, che spesso guarda alla popolarità virtuale come a un fine, o ad un mezzo per l'auto-realizzazione personale. Non che nella vita sociale offline dei teenager non entrino in gioco queste dinamiche, tutt'altro: semplicemente appaiono meno pronunciate e stereotipate rispetto alla dimensione online, perlomeno di Netlog. Qui vi sono rigide convenzioni sociali implicite, che costituiscono un senso comune ben definito condiviso tra i membri. L'adolescente che crea un suo profilo impara queste regole contatto dopo contatto, interazione dopo interazione, in un processo di socializzazione online che, certo, ricorda quello fisico del "gruppo dei pari", ma sembra spingersi oltre; la spiegazione di questa "esagerazione virtuale" è nella rete stessa, nelle sue peculiarità strutturali già citate nel primo capitolo.

Facciamo due esempi: il primo è un ragazzo di 17 anni, *nickname* "JusPrimaeNoctis"⁵⁰ (di per sé piuttosto eloquente). Sono pochissime le informazioni personali che condivide dal profilo, giusto la preferenza sessuale e la provenienza; così come sono relativamente pochi i suoi amici: 82, tutte ragazze (nessun maschio), per lo più tra i 13 e i 16 anni (con

⁴⁹ Barisione, M., *Forme contemporanee dell'opinione pubblica: fra contro-potere, legittimazione e consenso* (2010) http://www.sociol.unimi.it/docenti/barisione/documenti/File/2010-11/Barisione%20%20Forme%20contemporanee%20dell%20opinione%20pubblica_master.pdf, accessed 15/04/2011, pp. 5-6.

⁵⁰ <http://it.netlog.com/JusPrimaeNoctis>, accessed 16/04/2011.

l'eccezione di una 49enne), alcune con nomi espliciti (es. "LA_GOLOSA_"⁵¹, "___PRENDiMi"⁵²), praticamente tutte con foto del profilo ammiccanti – chi in reggisenone e mutandine, chi in pose da vamp. L'unica immagine di JusPrimaeNoctis è una foto scattata presumibilmente in bagno, da solo, che lo ritrae nudo dal mento al pube (non si vede in faccia). L'unico gruppo a cui è iscritto si chiama "Le ragazze più belle"⁵³, e lo utilizza con tutta probabilità per cercare ragazze da aggiungere. Commenta spesso foto e post, sempre e solo di ragazze, generalmente facendo apprezzamenti di carattere sessuale.

Poi c'è una sua amica, Jennifer alias "vippina96"⁵⁴. Come sfondo del profilo troneggia la scritta "Barbie" [fig.7 allegatoI]; ci sono diverse fotografie, tutte o quasi in modalità autoscatto, tutte accompagnate da votazioni molto alte e una miriade di commenti, la maggior parte dei quali alquanto diretti. Invita i visitatori a commentare le foto e diventare fan, e intanto lascia a disposizione il contatto Msn, invitandoli a interagire davanti a una webcam. Gli amici sono 1115, i fan 326, i visitatori 5322⁵⁵: tutti di sesso maschile. I gruppi sono 8, tutti monotematici: "Corpi Da Reato", Ragazze calienti"⁵⁶, e così via.

Questo tipo di presentazione del sé e di interazioni sociali, se è perfettamente normale su Netlog, non lo è nella realtà, soprattutto trattandosi di minorenni. Online però si può fare: su Netlog sono pochi gli amici veri, c'è un *nickname* a proteggere l'identità ed è impossibile imbattersi nei propri genitori, parenti o professori, nello spazio virtuale di un *social network* pensato appositamente per gli adolescenti. Lo stesso non si può dire di Facebook, dove le identità offline e online sono strettamente interconnesse e si alimentano vicendevolmente: lì tutti hanno un nome e un cognome, e la popolazione è decisamente più eterogenea.

Anzi, potremmo dire di più: non solo si può fare quello che i genitori proibiscono, ma si *deve* fare, in quanto pratica consuetudinaria tra i membri. A dire la verità, il fatto che tra i gruppi di adolescenti esista un'etichetta comportamentale volutamente in contrasto con quella dell'autorità riconosciuta come tale non è una novità; la vera novità è che questi momenti di "libertà" forzata dal gruppo e trasgressione non siano più relegati a piccoli interstizi della vita quotidiana e dello spazio sociale – come lo spinello fumato nel bagno della scuola o le "prime volte" quando i genitori sono al lavoro – ma invadano tutto lo spazio sociale virtuale, dove "i grandi" non possono arrivare.

Il punto di contatto con la fisicità del reale è fornito unicamente da una fotografia – che spesso non mostra neanche il volto – e da una webcam. A volte gli amici virtuali si

⁵¹ http://it.netlog.com/LA_GOLOSA_, accessed 16/04/2011.

⁵² http://it.netlog.com/___PRENDiMi, accessed 16/04/2011.

⁵³ http://it.netlog.com/groups/le_ragazze_pi_gnokke, accessed 16/04/2011.

⁵⁴ <http://it.netlog.com/vippina96>, accessed 16/04/2011.

⁵⁵ <http://it.netlog.com/vippina96>, accessed 16/04/2011.

⁵⁶ <http://it.netlog.com/vippina96/mygroups>, accessed 16/04/2011.

incontrano poi nella vita reale, prevalentemente a fini sessuali, ma si tratta di casi isolati. Se realtà fisica e virtuale sono così nettamente separate, allora possiamo affermare che le pratiche sociali online non hanno alcun effetto sulla vita reale dei nativi digitali? La nostra interpretazione, avvalorata dall'intervista di gruppo, va nella direzione contraria, dato che l'ambiente in cui avviene la socializzazione dei nativi digitali è duplice: una parte, quella offline, è sempre esistita; l'altra, quella online, della rete, è prerogativa delle nuove generazioni, e su di essa avviene una parte consistente, se non la maggior parte, dei loro scambi interazionali. Le pratiche sociali virtuali sono destinate ad attraversare per osmosi la "membrana porosa" tra rete e realtà, veicolate dall'esperienza del soggetto e dai suoi effetti sulla sua identità, esondando così nella vita sociale online. Il passaggio avviene anche nella direzione opposta: dal "reale" vengono importati nella dimensione virtuale stereotipi comportamentali (come quello di uomo corteggiatore e donna da corteggiare) e forme di categorizzazione, che poi una volta sulla rete tendono ad essere estremizzati, appiattiti, svuotati di qualsiasi significato che per essere comunicato richieda congiuntivi e punteggiatura.

9- Autorità, trasgressione, sessualità

*"He's always below the radar!"*⁵⁷: queste le parole della rivista Wired per descrivere Toon il creatore di Netlog, un uomo invisibile che dà voce a milioni di teenager invisibili, o meglio che preferiscono rimanere invisibili nel mondo reale per poi trasformarsi nel mondo virtuale, e diventare spregiudicati latin lover e invidiabili conigliette di Playboy. Questo è il "segreto" del successo di Netlog fra i più giovani: eludere o meglio escludere l'autorità, un po' perché mamma e papà sono troppo pigri per controllare i loro figli una volta chiusa la porta della loro camera, un po' perché i genitori fanno ancora parte di quella categoria di *digital immigrants* che faticano ad utilizzare i mezzi della rete.

Toon come un moderno Peter Pan, che trasporta con un click i nativi digitali verso una nuova Isola che non c'è, dove non esistono genitori e si gioca a fare i grandi o, meglio, a fare quello che i grandi proibiscono. Ma cosa succede quando si lascia un gruppo di teenager liberi di parlare e di interagire senza regole, senza essere giudicati se non dai propri pari secondo un ordine sociale che esula da quello stabilito? Succede che si parla di ciò di cui milioni di teenager parlano una volta chiusa la porta di casa: parlano di ciò che da sempre li incuriosisce e li attira, parlano di sesso. E Netlog, da parte sua, non fa nulla per impedirlo; non a caso le informazioni di profilo sono molto simili a quelle richieste dai *dating service*: *"the popularized style of these site emerged out of dating*

57 Zanette Simona, "Netlog: severamente vietato ai minori. 'La vita è mia nn della prima che passa'. Netlog, il social network più amato dai ragazzini. Il suo segreto? Libertà", *Wired*, 17 luglio 2009, <http://mag.wired.it/rivista/storie/netlog-severamente-vietato-ai-minori.html?page=1>, accessed 02/04/2011.

*services, the profile often contains material typical of those site: demographic details [...] photograph, and an open-end description of who the person would like to meet*⁵⁸. Netlog come un sito di *dating service* online, dunque? In effetti qui i nativi digitali conoscono e parlano con sconosciuti, come in un *blind date* con protezione schermata. Inoltre la conversazione standard del primo approccio segue quello che è il copione di un tipico abordaggio al bancone di un bar: uno standard collaudato e reiterato, dato che *“il semplice volume degli scambi costringe a usare tecniche di gestione standardizzate e rendere gli incontri ripetitivi”*⁵⁹. I teenager online recitano, interpretando scene viste milioni di volte alla televisione, mettendo in scena una “sessualità da fiction”, sicuri che il ricordo di un eventuale rifiuto possa essere rimosso sia dalla memoria personale che da quella virtuale con un semplice click.

Ma questo bisogno dei due sessi di interagire tra loro non è finalizzato alla comunicazione o alla mera socializzazione, è un processo strumentale all'affermazione della propria popolarità, della propria persona rispetto ai concorrenti presenti in rete. *“Se riesco a sedurre, allora significa che sono in grado di valere sull'altro, cioè di produrre in me un valore che diventa oggetto del desiderio dell'altro”*⁶⁰. La seduzione dunque come strumento per aumentare il proprio valore fra i pari. La necessità di farsi notare, di spiccare sugli altri porta gli utenti di Netlog a pratiche via via sempre più estreme – per lo meno per un osservatore esterno, ma normali e condivise per gli utenti del sito. Quando le classiche foto ammiccanti non sono più abbastanza, quando avere un corpo scolpito sembra essere diventato un requisito base, allora si passa ad una nuova forma di interazione con il “pubblico degli amici”, un contatto più diretto e coinvolgente: il sesso online. Come dei “Don Giovanni” cibernetici, questi digital native rincorrono l'altro o lo stesso sesso per potersi mettere in mostra.

Su Netlog si è consolidato con la pratica un nuovo universo valoriale – anche e soprattutto come conseguenza della mancanza di un'autorità sorvegliante – dove la trasgressione stessa è diventata funzionale all'aumento della popolarità e quindi del valore dell'individuo: foto erotiche e sesso on line come mezzi per conquistare il mercato, quello delle apparenze, su cui si fonda la vita sociale dei teenager. Eva Illouz a tale proposito afferma che *“Internet organizza la ricerca del partner letteralmente come un mercato, o, meglio struttura la ricerca del partner nella forma di transazione economica: trasforma l'io in un prodotto confezionato in concorrenza con altri su un mercato flessibile regolato dalla legge della domanda e dell'offerta”*⁶¹.

58 Boyd, D., “Why youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life”, *MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume* (Cambridge, MA: Mit Press, 2007) p.13.

59 Illouz, E., *Intimità fredde. Le emozioni nella società dei consumi* (trad. it. E. Dornetti, Milano: Feltrinelli Editore 2007) p.126.

60 Pravettoni G., *Web Psychology* (Guerini e associati, Milano, 2002) p. 88.

61 Illouz, E., *Intimità fredde. Le emozioni nella società dei consumi* (trad. it. E. Dornetti, Milano: Feltrinelli Editore 2007) p.126.

Creare un profilo quindi come definizione di uno spazio personale autonomo in un ambiente “protetto”, come processo di autodeterminazione generazionale, come strumento per violare le regole e trasformarsi. In tutto questo, la sessualità è al centro, è il fulcro attorno a cui ruota l’intera vita sociale di Netlog. E’ l’ossessione di un intero popolo di nativi digitali, molti dei quali la conoscono solo per sentito dire, o attraverso i pixel di uno schermo: “*The desire for sex – the desire to have it, to have access to it, to discover it, to liberate it, to articulate it in discourse, to formulate it in truth*”⁶².

Conclusioni

Avevamo ipotizzato che, in un universo fluido come quello del social network, la tendenza a categorizzare la realtà sociale da parte dei teenager per definire il proprio “*postò specifico*” all’interno della società⁶³ sarebbe stata più forte rispetto all’offline, con un’esplosione dell’appartenenza a gruppi diversi, sfoggiati per definire la propria identità sociale. Quello che abbiamo riscontrato invece, più che una frammentazione della *membership* in tanti gruppi diversi, è semmai la presenza di pochi super-gruppi attorno a cui si divide l’universo di Netlog. Essi sono in gran parte inerenti preferenze sessuali o all’apparire, come “Ragazze E Ragazzi più belli”⁶⁴, “BeLLe BiOnDe E MoRe Di NeTloG”⁶⁵, “IPiùFighi”⁶⁶. Sono queste le tipologie di gruppi più popolari, fatto che da un lato avvalorà il paragone Netlog-*dating service online*, e dall’altro ribadisce il ruolo centrale dell’immagine in questo *social network*.

Le differenze tra un gruppo e l’altro sono minime e basate sull’apparenza fisica o il modo di vestire: ci sono le more e le bionde, i belli e le belle, chi si vanta del proprio stile o dei propri addominali. La categorizzazione dunque non sembra più evidente di quanto si possa riscontrare tra le generazioni precedenti o nell’*outgroup* coetaneo. Quello che semmai balza all’occhio è la superficialità con cui essa avviene, la labilità delle distinzioni tra gruppi, fondate esclusivamente sull’unica cosa visibile online: non quello che si pensa, e nemmeno ciò che si è in senso stretto, ma ciò che si vuole mostrare di essere [fig.17-18 allegatoI].

Se sul *social network* – dove non contano le barriere fisiche e geografiche, dove potenzialmente ognuno può esprimere liberamente davanti a un pubblico la propria soggettività e specificità – ci si aspetta di trovare una moltiplicazione delle diversità, quello che vediamo su Netlog è esattamente il contrario: vi è sì una proliferazione di gruppi monotematici, che si differenziano per pochi dettagli superficiali e hanno le

⁶² Foucault, M., *The History of Sexuality, Volume I: An Introduction* (trad. Ingl. R. Hurley, New York: Pantheon Books, 1985) p. 156.

⁶³ Tajfel, H., *Gruppi umani e categorie sociali* (trad. it. C. Caprioli, Bologna: Il Mulino, 1985) p. 385.

⁶⁴ <http://it.netlog.com/groups/bellissimi/photo>, accessed 17/04/2011.

⁶⁵ http://it.netlog.com/groups/miss_0, accessed 17/04/2011.

⁶⁶ <http://it.netlog.com/groups/IPiuFighiDiNet>, accessed 17/04/2011.

radici in un'unica, omogenea visione del mondo, in un solo senso comune. La cultura del popolo di Netlog si fonda essenzialmente su popolarità, apparenza e trasgressione sessuale. Questi tre punti chiave sono fortemente interconnessi in un circolo, cosicché è difficile capire quale sia il mezzo e quale il fine. Le pratiche sociali su Netlog sono tutte immerse in questo comune humus culturale, cui i membri aderiscono implicitamente. Le conseguenze dell'interazione in un luogo come questo sulla vita sociale sembrano essere un'estremizzazione dell'*impression management*, una mercificazione del *self* che riguarda soprattutto la sfera sentimentale, o comunque del rapporto tra i sessi. Chi non si sente a suo agio, come i ragazzi intervistati, esce dal *social network*, mentre chi rimane lo fa in quanto – più o meno consciamente – ne condivide il senso comune. Un senso comune, quello a cui vengono socializzati digitalmente i teenager membri del sito, in netto contrasto con le convenzioni della società reale dei “grandi”. I nativi digitali – una volta disconnesso il computer – non sono di certo uguali a com'erano i *digital immigrants* alla loro età: ciò che accade in rete finisce per travalicare i confini virtuali, arrivando a produrre un'influenza indiretta anche sull'identità offline.

Va detto che Netlog ha i caratteri di un ecosistema a sé, diverso dagli altri *social networks*: questo non ci permette di dare garanzie sulla possibilità o meno di generalizzare i risultati di questa ricerca ai digital natives nel loro complesso. L'estremizzazione virtuale delle pratiche sociali tipiche della cultura giovanile offline che contraddistingue il *networked public* di Netlog ci ha permesso però di cogliere con chiarezza i “tratti somatici” che distinguono la generazione digitale da quelle precedenti, i quali probabilmente diverranno sempre più marcati col passare del tempo. Anche se di certezze non ne abbiamo: come sottolinea Danah Boyd, “*the long-term implications of being socialized into a culture rooted in networked publics are unknown*”⁶⁷.

⁶⁷ Boyd, D., “Why youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life”, *MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume* (Cambridge, MA: Mit Press, 2007) p.22.



Massimo Airoidi. Laureatosi in Comunicazione e Società con una ricerca di tesi riguardante la produzione collettiva di conoscenza sul Web 2.0, attualmente frequenta il corso di Laurea Magistrale in Scienze Sociali per la Ricerca e le Istituzioni presso la Facoltà di Scienze Politiche dell'Università degli Studi di Milano.



Federica De Melis. Laureata in Scienze dell'Amministrazione, frequenta il corso di Laurea Specialistica in Comunicazione Pubblica e d'Impresa (curriculum: comunicazione politica e sociale) presso la Facoltà di Scienze Politiche dell'Università degli Studi di Milano.



Tatiana Ravalli. Laureata in Relazioni Pubbliche presso l'Università di Udine, frequenta il corso di Laurea Specialistica in Comunicazione Pubblica e d'Impresa presso la facoltà di Scienze Politiche dell'Università degli Studi di Milano.

BIBLIOGRAFIA

- Barisione, M.**, *Forme contemporanee dell'opinione pubblica: fra contro-potere, legittimazione e consenso*, 2010,
http://www.sociol.unimi.it/docenti/barisione/documenti/File/2010-11/Barisione%20-%20Forme%20contemporanee%20dell%20opinione%20pubblica_master.pdf, accessed 15/04/2011.
- Boyd, D.**, *Taken Out of Context, American Teen Sociality in Networked Publics*, 2008,
<http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf>, accessed 20/02/2011.
- Boyd, D.**, "Why youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life", *MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume*, Cambridge, MA: Mit Press, 2007.
- Boyd, D. e Ellison, N. B.**, "Social network sites: Definition, history, and scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1):article 11,
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>, accessed 14/02/2011.
- Boyd, D. e Heer, J.**, "Profiles as Conversation: Networked Identity Performance on Friendster.", *Proceedings of the Hawai'i International Conference on System Sciences, Persistent Conversation Track*, Kauai, HI: IEEE Computer Society, January 4 - 7, 2006,
<http://www.danah.org/papers/HICSS2006.pdf>, accessed 12/04/2011.
- Buckingham, D. e Willet, R.**, *Digital Generations: Children, Young People and New Media*, Mahwa, NJ: Erlbaum, 2006.
- Caliandro, A.**, *Netnografia, Web Tribe, Social Media, Discorso, Cultura e Societing: il Manifesto teorico-metodologico del Centro Studi Etnografia Digitale*, 2011,
<http://www.etnografiadigitale.it/wp-content/uploads/2011/03/manifesto-etnografia-digitale-.pdf>, accessed 05/04/2011.
- Edmunds, J. e Turner, B.**, *Generations, Cultures and Society*, Buckingham: Open University Press 2002.
- Fabietti, U.**, *Storia dell'antropologia*, Bologna: Zanichelli, 2001.

Focault, M., *The History of Sexuality, Volume I: An Introduction*, trad. Ingl. R. Hurley, New York: Pantheon Books, 1985.

Geertz, C., *Interpretazione di Culture*, trad. it. E. Bona, Bologna: Il Mulino, 1987.

Giddens, A., *Fondamenti di sociologia*, trad. it. M. Baldini e G. Nevola, Bologna: Il Mulino, 2006.

Goffman, E., *La vita quotidiana come rappresentazione*, Bologna: Il Mulino, 1969.

Illouz, E., *Intimità fredde. Le emozioni nella società dei consumi*, trad. it. E. Dornetti, Milano: Feltrinelli Editore 2007.

Inglehardt, R., “Value change in industrial society”, *The American Political Science Review*, 61:1289-1319, JSTOR, 1987.

Leonini L. e Rebughini P. (a cura di), *Lecture di sociologia*, Milano: Guerini e Associati, 2005.

Pravettoni G., *Web Psychology*, Guerini e associati, Milano, 2002.

Prensky, M., “Digital Natives, Digital Immigrants”, in *On the Horizon*, Lincoln: NCB University Press, 2001.

Prensky, M., “Do They Really Think Differently?”, in *On the Horizon*, Lincoln: NCB University Press, 2001.

Subrahmanyam, K., Greenfield, P.M., Tynes, B., “Constructing sexuality and identity in an online teen chat room”, *Applied Developmental Psychology*, 25:651-666, 2004.

Tajfel, H., *Gruppi umani e categorie sociali*, trad. it. C. Caprioli, Bologna: Il Mulino, 1985.

Vitak, J. M., *Facebook “Friends”: How Online Identities Impact Offline Relationships*, 2008,
http://michiganstate.academia.edu/vitak/Papers/390880/Facebook_Friends_How_Online_Identities_Impact_Offline_Relationships , accessed 28/03/2011.

Zanette Simona, “Netlog: severamente vietato ai minori. ‘La vita è mia nn della prima che passa’. Netlog, il social network più amato dai ragazzini. Il suo segreto? Libertà”, *Wired*, 17 luglio 2009, <http://mag.wired.it/rivista/storie/netlog-severamente-vietato-ai-minori.html?page=1>, accessed 02/04/2011.

SITOGRAFIA

<http://it.answers.yahoo.com/question/index?qid=20081005144535AAEcf3k>, accessed 12/04/2011.

<http://www.comscoredatamine.com/2011/02/2010-europe-digital-year-in-review/>, accessed 10/04/2011.

<http://it.netlog.com>, accessed 17/04/2011.