

Il capitale sociale in rete (2)

di Anna Irene Cesarano



Nella rete vi sono anche legami cosiddetti “fluidi”, legati a scopi definiti, e che secondo Wellman (2003) sarebbero legami a “bassa intensità” che nella Rete trovano una qualche forma di consolidamento. Per usare un’espressione feconda di Robert Putnam (2000; trad. it. 2004) *bridging social capital*, ovvero quei legami ponte verso l’esterno

che vengono supportati dalle relazioni con gli amici e i conoscenti. Per dirla con Mark Granovetter (1973; trad. it. 1998) quei “legami deboli” che si creano in virtù dell’appartenenza a uno stesso status socio-economico o dal condividere gli stessi valori e interessi (orientamento politico, religioso ecc.). Questo tipo di legami comporta un basso coinvolgimento emotivo, ma di contro permettono di conoscere persone con esperienze molteplici e di poter allargare i propri orizzonti a nuove prospettive

Il famoso studio di Granovetter (*Ibidem*) sulla forza dei legami deboli mette, dunque, in evidenza il fatto che si rivelano molto importanti soprattutto in condizioni critiche, comunicare con persone che non rientrano nella nostra cerchia di amicizie ci permette di accedere a informazioni non accessibili in altro modo e che probabilmente possono arrecare dei vantaggi in contesti lavorativi e soprattutto nelle fasi di transizione (come il passaggio dall’università al mondo del lavoro). All’estremo opposto Putnam (2000; trad. it. 2004) vi colloca quelle modalità di relazione che egli definisce con l’espressione *bonding social capital* ovvero quei legami definiti “forti” (Granovetter, 1973; trad. it. 1998), tra individui che hanno rapporti emotivamente stretti tra loro, come la rete parentale e amicale, caratterizzati da sentimenti interpersonali intensi e sostegno emotivo. Sarebbe proprio la facilità con cui si può “fare rete” tramite la Rete che incide sulla formazione dei legami deboli che, fondano a loro volta il processo di *bridging social capital*, dunque nuove forme di capitale sociale si possono costruire, creare e mantenere nei siti Internet di Social Networking, attraverso relazioni online come le distribution list, le directory di condivisione di foto e le funzioni di ricerca (Belli, 2011).

A tal proposito i SNS, ovvero i siti di social network, permettono agli individui di aumentare il proprio capitale sociale (Putnam, 1995), attraverso le molteplici possibilità che offrono di gestire un'ampia gamma di legami. E nelle parole di Judith Donath e Danah Boyd (2004, p. 6) vi ritroviamo il senso di questo discorso: “le tecnologie che espandono il social network di una persona risulteranno in un aumento di informazioni e opportunità disponibili. Questi saranno i benefici di un grande, eterogeneo network”.

Nella profetica visione di Giovanni Boccia Artieri (2009, p. 24), è proprio tutta la forza innovativa e liberatoria di questa potenzialità di contatto, di messa in relazione, di reperimento di informazioni, ad essere il vero punto di svolta del processo di interazione interpersonale di massa a cui stiamo assistendo, e non solo nella creazione di legami e relazioni sociali più stabili nel tempo. “Quello che si sta creando è un accesso generalizzato allo stato di contingenza del mondo”, ovvero all’universo di possibilità, né necessarie né impossibili, offerte dalle nuove tecnologie di comunicazione che diventano liberamente e effettivamente accessibili e gestibili. Alcuni studiosi (Ellison e colleghi, 2007) trovano accordo sul fatto che tra i giovanissimi stiano emergendo nuove forme di capitale sociale, anche grazie all’enorme diffusione dei social network che permettono di creare e instaurare la propria cerchia di conoscenze (quindi di capitale sociale nel senso inteso da Bourdieu). Il *bridging social capital* può essere rafforzato ed esteso attraverso i social network, consentendo agli utenti di usufruire e mantenere viva una rete di relazioni più grande e diffusa da cui poter trarre risorse (Wellman et al., 2001). Come ipotizzano Donath e Boyd (2004), i social network possono incidere e andare a incrementare proprio il numero di legami deboli che un utente possiede, perché la loro struttura supportando contatti online con gli altri, permette di coltivare queste relazioni in maniera più agevole e veloce.

Esistono in letteratura alcune ricerche e studi longitudinali che confermano il ruolo preminente che assumono i social network e in generale la Rete nello sviluppo e mantenimento del capitale sociale, o meglio dei rapporti superficiali o legami deboli. Ellison e colleghi (2008) in una ricerca longitudinale in alcune scuole superiori, evincono proprio il fatto che l’uso intenso dei social network da parte di alcuni studenti del primo anno avesse incrementato, dunque, il loro capitale sociale, tanto da paragonarlo a quello che si ottiene al secondo anno, senza per questo ledere l’autostima e la soddisfazione.

In un altro importante studio, invece, realizzato da Ellison (2007) si evince che alcuni studenti con bassa autostima beneficiano in modo crescente delle relazioni nate su

Facebook, creandosi quel capitale sociale che per svariate ragioni nella vita reale non riescono a costruirsi e a mantenere, in tal senso la nascita di una comunità online e dei social network rappresentano una potenzialità e una nuova risorsa. Di contro, però, risulta innegabile il rischio che il web ci impedisca di approfondire, vivere e coltivare i nostri cosiddetti “legami forti”, ovvero le nostre relazioni più vere ed autentiche.