

## Reti professionali di insegnanti su Facebook: studio di un caso

**Maria Ranieri<sup>a</sup>, Stefania Manca<sup>b</sup>**

<sup>a</sup> *Dipartimento di Scienze della Formazione e Psicologia, Università di Firenze, maria.ranieri@unifi.it*

<sup>b</sup> *Istituto per le Tecnologie Didattiche, CNR, manca@itd.cnr.it*

### Abstract

Questo lavoro presenta i risultati di due indagini esplorative sull'uso dei SN nell'ambito di alcune comunità professionali di insegnanti. Un primo studio basato sulla somministrazione di un questionario rivolto a dieci fondatori e amministratori di gruppi online ha investigato le motivazioni, le finalità e i livelli di partecipazione. Un secondo studio, che ha riguardato i membri di cinque gruppi in Facebook, ha comportato la somministrazione di un questionario volto a esplorare alcune ipotesi di ricerca relative alla relazione tra tipologie di gruppi e dinamiche socio-relazionali, da un lato, e implicazioni professionali, dall'altro. I risultati mostrano che i manager di gruppi tendono a fondarli non solo per la condivisione di risorse professionali ma anche per ragioni etico-partecipative o sociali. I dati rilevati permettono anche di riscontrare l'esistenza di differenze tra diverse tipologie di gruppi, oltre all'attivazione di processi continui di contaminazione tra reale e virtuale in grado di dar vita a nuove iniziative professionali.

**Parole chiave:** Facebook, apprendimento lungo tutto l'arco della vita, sviluppo professionale, reti di pratiche, insegnanti.

### Abstract

This paper presents the results of two exploratory studies on the use of SNSs in the context of some professional communities of teachers. A preliminary study, based on a questionnaire addressed to ten founders and administrators of online groups, has investigated the motivations, goals and levels of participation. A second study, focused on the members of five groups in Facebook, has involved the administration of a questionnaire aimed at exploring some research hypotheses concerning the relationships between types of groups and socio-relational dynamics, on one side, and types of groups and professional implications, on the other side. Results show that community's managers tend to found groups not only to share professional resources but also for ethical or participatory reasons. Data also allow finding the existence of differences between different types of groups, as well as the continuous hybridization between real and virtual worlds, thus generating the conditions to give rise to new professional initiatives.

**Keywords:** Facebook, lifelong learning, professional development, network of practices, teachers.

## Introduzione

L'interesse già documentato da ricerche internazionali nei confronti dei siti di social network (SN) come ambienti per stabilire nuove connessioni sulla base di interessi comuni (Smith, 2011) è stato analizzato anche con riferimento alla popolazione italiana. Nel nostro paese gli utenti di Internet trascorrerebbero quasi un terzo del loro tempo online visitando siti di social network (Nielsen, 2011) e dei circa 36 milioni totali a settembre 2012 quasi 21 milioni erano iscritti su Facebook<sup>1</sup>.

La sempre maggiore diffusione dei SN anche per scopi diversi dalla semplice socializzazione sta portando professionisti di vari settori a incontrarsi in questi ambienti per condividere interessi e pratiche professionali. Facebook, con il suo regolare bacino di utenza che ha raggiunto ormai il miliardo di iscritti (Facebook, 2012), aggrega sempre più al suo interno ampie comunità di professionisti, che si ritrovano a scambiarsi quotidianamente consigli, esperienze e risorse utili per il loro lavoro, contribuendo così ad accrescere il loro capitale sociale. Essendo uno dei luoghi privilegiati per lo sviluppo di comunità informali, Facebook si sta rivelando un'utile risorsa di condivisione e crescita professionale anche per centinaia di insegnanti italiani.

Questo articolo presenta i risultati di un'esperienza di ricerca finalizzata a indagare le motivazioni e le finalità alla base della creazione di gruppi professionali nei social network e i meccanismi di partecipazione dei membri di alcuni di questi gruppi. Il primo aspetto della ricerca ha indagato le motivazioni e le finalità che stanno alla base della scelta di fondare o amministrare un gruppo nei social network da parte di dieci fondatori di gruppi. Per quanto riguarda il secondo aspetto dello studio, l'indagine si è concentrata su cinque gruppi di insegnanti su Facebook, contraddistinti per tipologia tematica, e sulle caratteristiche principali di affiliazione. Dopo la presentazione iniziale del contesto teorico di riferimento all'interno del quale è stata realizzata la ricerca, per ciascuna delle due indagini vengono illustrati, seppur sinteticamente, la metodologia utilizzata, i principali risultati emersi e alcune riflessioni conclusive.

L'indagine è stata realizzata nell'ambito delle iniziative promosse dal Theme Team<sup>2</sup> SoMobNet (Social Mobile Network to Enhance Community Building for Adults' Informal Learning)<sup>3</sup>, che si è proposto di esplorare le valenze educative e socio-culturali dell'uso dei dispositivi mobili e degli ambienti digitali nella creazione e supporto delle reti sociali nei contesti formali e informali della crescita professionale degli adulti.

---

<sup>1</sup> <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm> (ultima consultazione 01.03.13).

<sup>2</sup> I Theme Team sono stati dei gruppi di lavoro finanziati da STELLAR, la Rete Europea di Eccellenza sul Technology Enhanced Learning promossa nell'ambito del FP7. Per maggiori informazioni, <http://www.stellarnet.eu/> (ultima consultazione 01.03.13).

<sup>3</sup> Obiettivi di SoMobNet sono stati quelli di indagare temi di ricerca quali il ruolo svolto dai dispositivi mobili nella creazione di comunità di apprendimento attraverso i Social Network, di capire come questi dispositivi possano sostenere la formazione continua degli adulti nell'intersezione tra i contesti fisici (ad es., la scuola) e quelli digitali (ad es., i Social Network), di identificare quali forme di valutazione siano praticabili in situazioni di apprendimento informale. Per maggiori informazioni, <http://www.somobnet.eu/> (ultima consultazione 01.03.13).

## Il quadro di riferimento teorico

Anche nell'ambito dei social network che sono nati principalmente per scopi ludico-sociali si sta progressivamente affermando il bisogno di non tenere più separati gli ambiti formali da quelli informali dell'apprendimento, oltre che da quelli a scopo ricreativo o di impegno sociale (Park, Kee e Valenzuela, 2009). In ambito educativo il crescente numero di proposte di integrazione di ambienti di SN nel contesto di attività didattiche e curriculari (Anderson, Poellhuber e McKerlich, 2010; Duffy, 2011; Greenhow, 2011), o finalizzate all'orientamento scolastico e professionale (Cucchiara, Sansone e Ligorio, 2012), si sta coniugando con l'esigenza di esplorare le potenzialità educative di social network come Facebook quale strumenti di apprendimento formale (Manca e Ranieri, in stampa).

Al di là di quali caratteristiche dovranno avere gli ambienti di apprendimento supportati dai social media (cfr. Selwyn, 2012), i SN stanno emergendo soprattutto quali luoghi fertili per forme di apprendimento informale, dal momento che sono ormai sempre più popolati da comunità di professionisti. L'apprendimento informale, disancorato com'è dai vincoli curriculari e dalle caratteristiche di contesto da considerare nell'apprendimento formale (Crook, 2012), riesce a trovare una collocazione adeguata proprio negli ambienti "social" in cui l'espressione di interessi comuni, la condivisione di obiettivi e di pratiche professionali, tratti distintivi delle comunità di pratica (Wenger, 1998), possono esplicarsi appieno.

Da questo punto di vista, nel dibattito attuale sulle diverse dimensioni aggregative che stanno emergendo negli ambienti digitali - "reti", "crowd" e "comunità" (cfr. Haythornthwaite, 2011) - la proposta di analizzare i gruppi di sviluppo professionale in termini di "reti di pratiche" (Brown e Duguid, 2000) risulta particolarmente interessante. Rispetto al concetto di comunità di pratica, le reti di pratiche sono strutture più dinamiche e flessibili caratterizzate da tre dimensioni - il dominio, la rete e la pratica - che le rendono più adatte per descrivere strutture aggregative caratterizzate da legami deboli (*weak ties*) (Haythornthwaite, 2005) e da un capitale sociale di tipo *bridging* (Ellison, Steinfield e Lampe, 2007), elementi tipici dei gruppi professionali su Facebook. Caratteristica di questo genere di gruppi sarebbe, infatti, quella di offrire un contesto in cui i membri possano scambiarsi informazioni utili o nuove idee senza che venga implicato un significativo supporto socio-emotivo specifico, invece, dei legami forti (*strong ties*) e di forme di capitale sociale di tipo *bonding*. Facebook agirebbe proprio nell'attivazione di legami latenti (*latent ties*), ossia di connessioni "tecnicamente possibili ma non ancora attivate socialmente" (Haythornthwaite, 2005, p. 137) e nella creazione di capitale sociale di tipo *bridging*.

Nella ricerca che viene qui presentata i gruppi di insegnanti su Facebook sono stati analizzati secondo le tre dimensioni della rete di pratiche (dominio, rete, pratica) alla luce delle possibili attivazioni di legami latenti che i membri possono instanziano grazie alla partecipazione agli scambi del gruppo.

## Obiettivi e metodi della ricerca

Obiettivo generale della ricerca è stato costituire un primo passo verso la comprensione dei meccanismi di affiliazione e partecipazione che sono alla base dei gruppi di professionisti nei social network. A tal fine sono state predisposte due indagini, una

rivolta a fondatori e amministratori di gruppi in vari social network e una rivolta ai membri di cinque gruppi di insegnanti su Facebook.

Per quanto attiene alla prima indagine, nel periodo settembre-ottobre 2011 a dieci insegnanti e liberi professionisti del mondo della formazione è stato chiesto di compilare un questionario<sup>4</sup> con l'obiettivo di analizzare le caratteristiche dei gruppi da loro fondati o amministrati (le finalità, i livelli di partecipazione, le eventuali situazioni di conflitto, ecc.), oltre che di sondare le motivazioni dei partecipanti e i comportamenti relativi alla gestione di uno specifico gruppo.

La seconda indagine si è svolta a dicembre 2011 - gennaio 2012 e ha coinvolto 1107 insegnanti e professionisti del mondo della scuola che hanno risposto a un questionario<sup>5</sup> con l'obiettivo di stabilire: 1) se ci fosse una relazione tra la tipologia di gruppo (a carattere generico su tematiche scolastiche o a carattere specifico, es. disturbi dell'apprendimento) e le motivazioni ad aderire, i meccanismi di adesione o la tipologia di contenuti condivisi (dimensione del *dominio*); 2) se ci fosse una relazione tra le modalità di partecipazione al gruppo e l'anzianità di iscrizione al gruppo (dimensione della *rete*); e, infine, 3) se ci fosse una relazione tra ricadute nell'attività e pratica scolastica quotidiana con l'anzianità di iscrizione al gruppo e la tipologia di gruppo (dimensione della *pratica*).

### **Il punto di vista degli amministratori/fondatori dei gruppi**

I dieci amministratori/fondatori di gruppi che hanno partecipato al primo studio esplorativo sono stati individuati tra insegnanti e liberi professionisti del mondo della formazione. Sono stati dapprima identificati i gruppi, di cui 5 attivi in Facebook, 2 in Ning, 2 in LinkedIn e 1 in Anobii, e successivamente sono stati contattati gli amministratori/fondatori. Di seguito viene presentata una sintesi dei principali risultati<sup>6</sup>.

Dei dieci rispondenti 5 erano maschi e 5 femmine; l'età media si concentrava nella fascia 40-49; quasi tutti avevano una laurea e un terzo risultava in possesso di titoli post-laurea; 9 rispondenti avevano una lunga esperienza d'uso del computer e Internet. Per quanto riguarda specificamente l'uso dei SN, tutti erano iscritti a Facebook e a Google+ e la maggior parte si avvaleva di più SN (ad es., YouTube, Flickr, Ning, Twitter e LinkedIn); in 8 hanno dichiarato inoltre di accedervi più volte al giorno. La maggior parte dei rispondenti ha fondato più di un gruppo online ed è stato fondatore o gestore di comunità virtuali anche prima dello sviluppo dei social network.

---

<sup>4</sup> Il questionario era costituito da 30 domande di cui 20 a risposta chiusa e 10 a risposta aperta. Lo strumento è stato creato ad hoc per l'indagine a scopo esplorativo.

<sup>5</sup> Il questionario era costituito da 45 domande a risposta chiusa. Le domande effettivamente considerate allo scopo della presente indagine sono tuttavia 20; esse costituiscono una sezione del questionario più ampio messo a punto per le finalità di ricerca del Theme Team SoMobNet (vedi note 2 e 3). Lo strumento è stato creato ad hoc dagli autori come primo tentativo per esplorare sul piano empirico le dimensioni teoriche di "dominio", "pratica" e "rete". In ogni caso, pur trattandosi di un'elaborazione originale, esso si basa sulla riflessione ormai decennale intorno alle comunità di pratica (Wenger, 1998), riformulata per una sua applicazione al contesto dei social network.

<sup>6</sup> Per un'esposizione più dettagliata, si veda Ranieri, Manca e Fini (2012a).

Le finalità principali dei gruppi sono state individuate dai manager nello scambio di informazioni (9 rispondenti su 10) e nella condivisione di risorse o idee (7 rispondenti su 10). È stata rilevata come piuttosto frequente anche la pubblicazione di post con proposte di progetti, idee o argomenti di discussione, mentre l'azione di commentare le idee altrui è risultata molto meno comune.

Nella metà dei casi considerati l'adesione al gruppo era libera, mentre in 3 casi erano necessari l'invito o l'approvazione di un membro qualsiasi; solo in un caso l'ammissione di nuovi membri dipendeva esclusivamente dall'amministratore. La comunanza di interessi si è rivelata essere il criterio principale per la selezione di possibili persone interessate (n=6).

I livelli di partecipazione dei membri sono risultati disomogenei, con una prevalenza di livelli piuttosto bassi: in 9 casi su 10 solo un terzo di partecipanti veniva definito "attivo", per il resto ci si attestava quasi sempre al di sotto di questa soglia.

Agli amministratori/fondatori è stato chiesto, inoltre, di indicare le motivazioni che li hanno indotti a fondare gruppi nei SN. Le risposte date sotto forma di commento libero hanno permesso di individuare quattro principali ragioni: 1) *finalità di carattere etico-sociale*: i social media vengono visti come lo strumento di comunicazione privilegiato per la cittadinanza libera e attiva; 2) *meccanismi partecipativi*: questi strumenti permettono di ampliare la partecipazione e migliorare la condivisione di informazioni; 3) *ragioni professionali*: vengono sottolineati i vantaggi professionali derivanti dalla partecipazione ai gruppi in termini di consigli, suggerimenti, commenti su argomenti specifici; 4) *motivazioni personali*: c'è anche chi ha fondato il gruppo per mera curiosità e per capirne il funzionamento e le dinamiche.

Sul piano strettamente gestionale, quasi tutti gli amministratori/fondatori hanno affermato di occuparsi del management del gruppo senza il supporto di altre figure. Azioni tipiche che i manager compiono per alimentare la vita del gruppo, in modo quasi rituale, sono: pubblicare notizie, link o commenti; commentare notizie; condividere link o risorse; controllare i contenuti; rispondere alle domande; moderare situazioni di conflitto; promuovere iniziative pertinenti; favorire la discussione.

Alla domanda se si fossero mai verificati eventi particolarmente infelici, oltre la metà dei rispondenti ha risposto negativamente, ma qualche amministratore/fondatore ha tuttavia dichiarato di aver assistito a episodi spiacevoli, come nel caso dell'abbandono del gruppo da parte di alcuni partecipanti dopo scambi comunicativi particolarmente offensivi. Passando agli episodi positivi, che sono stati segnalati come più frequenti rispetto a quelli infelici, sono stati indicati i seguenti: situazioni di condivisione emotiva, momenti di aiuto reciproco, input d'avvio di iniziative reali a livello locale, sviluppo di nuovi progetti e ampliamento della partecipazione.

È stato chiesto, infine, agli amministratori/fondatori di specificare le funzionalità più o meno apprezzate dei SN. Tra le prime è stata indicata la facilità con cui si può esprimere approvazione o condividere risorse, la possibilità di scrivere messaggi individuali o di ricevere le notifiche. Un elemento negativo riguardava, invece, la scarsa visibilità dei post sulla lunga durata, con implicazioni negative per la cosiddetta "memoria di gruppo", e la mancanza di motori di ricerca interni.

## Il capitale sociale dei gruppi

I cinque gruppi che hanno fornito le basi per la seconda parte dello studio sono stati individuati in base a contatti e conoscenze personali degli autori; pur non trattandosi, quindi, di entità rappresentative dell'intero campione di gruppi a carattere scolastico presenti su Facebook, compongono tuttavia un utile scenario all'interno del quale effettuare un primo studio esplorativo. I cinque gruppi dovevano comunque rispettare i seguenti requisiti: trattare tematiche relative alla scuola (*dominio*), avere una dimensione geografica solo virtuale e con un numero di membri compresi tra 500 e 1500 (*rete*), condividere risorse ed esperienze relative alle pratiche di insegnamento e apprendimento legate all'ambito scolastico (*pratica*). Inoltre, i gruppi potevano essere di carattere generale sul mondo della scuola oppure riguardanti specifici aspetti (es. disturbi dell'apprendimento) o un progetto didattico che impiegasse l'uso delle tecnologie digitali. Nella Tabella 1 sono riportate le caratteristiche principali dei 5 gruppi.

<i>Gruppo</i>	<i>Tipologia</i>	<i>Anno di nascita</i>	<i>Numero di membri*</i>	<i>Numero di rispondenti al questionario (% rispetto al numero totale dei membri)</i>
"Insegnanti"	Generico	2010	1532	259 (16,9%)
"Docenti virtuali"	Generico	2011	698	92 (13,2%)
"Pinocchio 2.0"	Tematico	2009	746	125 (16,8%)
"SOS Sostegno"	Tematico	2011	1079	334 (31,0%)
"Tutti a bordo – Dislessia"	Tematico	2009	1510	297 (19,7%)

\*Dimensioni del gruppo al 28 Dicembre 2011.

Tabella 1. I cinque gruppi

Dei 1107 membri che hanno risposto al questionario, 185 erano maschi (16,7%) e 922 femmine (83,3%), mentre la fascia d'età più rappresentata è stata quella 40-49 anni (n=404, 36,5%). Per quanto riguarda le diverse figure professionali, la maggior parte apparteneva al mondo della scuola o dell'università (insegnanti, dirigenti scolastici, ricercatori e docenti universitari) (n=769, 69,5%), mentre percentuali più basse hanno riguardato appartenenti alle professioni socio-sanitarie (n=94, 8,5%), genitori (n=84,

7,6%) e altre professioni (n=160, 14,5%). Per quanto riguarda l'appartenenza al gruppo, il 51,1% (n=566) era membro da meno di un anno e il 48,9% (n=541) da più di un anno<sup>7</sup>.

#### 1. Dimensione del dominio

Per verificare se ci fosse una relazione tra la tipologia di gruppo (a carattere generico su tematiche scolastiche o a carattere specifico) e le motivazioni ad aderire, i meccanismi di adesione o la tipologia di contenuti condivisi, sono stati messi a confronto due gruppi ("Insegnanti" e "Tutti a bordo – Dislessia") che presentavano caratteristiche simili in termini di ampiezza del gruppo e di composizione interna per quanto riguarda le diverse figure professionali coinvolte (si veda Tabella 2).

		"Insegnanti" (n=259) N (%)	"Tutti a bordo" – Dislessia" (n=297) N (%)	TOT (n=556) N (%)
<i>Sesso</i>	Maschi	43 (16,6%)	28 (9,4%)	71 (12,8%)
	Femmine	216 (83,4%)	269 (90,6%)	485 (87,2%)
<i>Età</i>	Meno di 29	16 (6,2%)	21 (7,1%)	37 (6,7%)
	30–39	42 (16,2%)	63 (21,2%)	105 (18,9%)
	40–49	94 (36,3%)	141 (47,5%)	235 (42,3%)
	50–59	98 (37,8%)	67 (22,6%)	165 (29,7%)
	Più di 60	9 (3,5%)	5 (1,7%)	14 (2,5%)
<i>Occupazione</i>	Professioni educative	243 (93,8%)	106 (35,7%)	349 (62,8%)
	Professioni socio-sanitarie	9 (3,5%)	44 (14,8%)	53 (9,5%)
	Genitori	1 (0,4%)	59 (19,9%)	60 (10,8%)
	Altri	6 (2,3%)	88 (29,6%)	94 (16,9%)
<i>Appartenenza al gruppo</i>	Meno di un anno	129 (49,8%)	162 (54,5%)	291 (52,3%)
	Più di un anno	130 (50,2%)	135 (45,5%)	265 (47,7%)

Tabella 2. Caratteristiche socio-demografiche del gruppo generico e di quello tematico

Il confronto tra i due gruppi ha evidenziato che le motivazioni per aderire al gruppo sono diverse: mentre per i membri del gruppo "Insegnanti" sembrano prevalere motivazioni quali "Condividere idee e progetti", "Dare visibilità alle mie iniziative" e la "Curiosità", per quelli del gruppo tematico prevalgono ragioni quali "Tenermi aggiornato sui temi del gruppo" e "Per sentirmi meno isolato". Lo scambio di informazioni sembra, invece, contare allo stesso modo per i due gruppi.

Allo stesso modo emerge una differenza tra i meccanismi di affiliazione al gruppo: nel gruppo tematico prevalgono meccanismi più proattivi quali "Ho fatto una ricerca sui gruppi di interesse per la mia professione", mentre in quello generico hanno maggiore incidenza quelli di cooptazione quali "Sono stato invitato/aggiunto dal fondatore o da un altro membro".

<sup>7</sup> Per un'esposizione più dettagliata dei risultati e per le misurazioni statistiche di questi risultati e di quelli riportati nelle sezioni successive, qui volutamente omessi per non appesantire eccessivamente l'esposizione, si veda Ranieri, Manca e Fini (2012b).

Infine, anche la tipologia di risorse che vengono maggiormente condivise nel gruppo varia nei due casi: la condivisione di esperienze personali, stati d'animo e opinioni personali, pubblicizzazione di iniziative/eventi hanno un'incidenza maggiore nel gruppo tematico, mentre la condivisione di contenuti professionali e di argomenti di attualità sono distribuiti in maniera analoga nei due gruppi.

## 2. Dimensione della rete

Per verificare se ci fosse una relazione tra le modalità di partecipazione al gruppo e l'anzianità di iscrizione al gruppo sono stati messi a confronto l'intero gruppo dei partecipanti (n=1107) suddivisi tra coloro che erano iscritti al gruppo da meno di un anno (n=566) e da più di un anno (n=541). I due gruppi hanno evidenziato delle differenze per quanto riguarda la frequenza con cui si accede al gruppo: i membri più "giovani" accedono preferibilmente quando ricevono una notifica che sono stati inseriti nuovi contenuti, mentre quelli più "anziani" accedono in generale con maggiore frequenza.

Anche la tipologia di partecipazione più attiva, espressa attraverso la condivisione di link, scrittura di post, inserimento di risorse, e autovalutata in termini di frequenza (regolare vs. occasionale), sembra essere più legata alla anzianità nel gruppo: i membri più "anziani" mostrano una maggiore partecipazione attiva di quelli più "giovani" e con una frequenza più alta.

Per quanto riguarda i criteri adottati per la credibilità dei membri e la fiducia nutrita nei loro confronti, i due gruppi si differenziano per quanto attiene alla conoscenza personale dei membri: quest'ultima sembra incidere maggiormente per coloro che appartengono al gruppo da meno di un anno, mentre criteri quali gli "Apprezzamenti formulati sui membri da persone conosciute", la "Notorietà delle persone nel settore", l'"Accuratezza delle informazioni presenti nei profili dei membri", la "Pertinenza degli interventi", la "Quantità degli interventi" e il "Gradimento riscosso dai membri del gruppo (ad esempio, numero di click su "mi piace")" non sembrano incidere in maniera diversa nei due gruppi di utenti.

Infine, anche per quanto riguarda la fiducia accordata alla qualità delle risorse condivise all'interno del gruppo, i due gruppi si differenziano per una sola dimensione, quella della fiducia nei confronti dell'autore della risorsa condivisa, che sembra contare maggiormente per i membri più "giovani". Al contrario, criteri quali l'"Accuratezza della risorsa", l'"Autore della segnalazione della risorsa", l'"Apprezzamento espresso dagli altri (ad esempio, numero di click su "mi piace")", i "Commenti espressi dagli altri", gli "Autori dei commenti" e il "Confronto con altre fonti" sembrano avere lo stesso peso nei due gruppi.

## 3. Dimensione della pratica

L'ultima dimensione, quella relativa alle ricadute nell'attività e pratica scolastica quotidiana degli effetti della partecipazione ai gruppi, è stata esplorata in relazione sia all'anzianità di iscrizione al gruppo che alla tipologia di gruppo (generico o tematico). Per quanto riguarda la prima, non sono state rintracciate differenze tra chi è membro da più di un anno e chi lo è da più tempo; mentre i membri del gruppo generico hanno evidenziato un'influenza maggiore della loro partecipazione sulla loro vita professionale rispetto ai membri del gruppo tematico.



## Conclusioni

I risultati emersi da questa ricerca non sono certamente generalizzabili né tantomeno esaustivi. Consentono, tuttavia, di avanzare qualche prima considerazione sui social network quali nuovi aggregati socio-tecno-comunicativi e di formulare domande più specifiche in vista di possibili approfondimenti successivi. Nello scenario più ampio degli strumenti del Web 2.0, i social network, quali ambienti che abilitano la partecipazione attiva degli utenti, lo scambio collettivo di risorse e informazioni e la generazione di reti sociali, si distinguono più per la loro capacità di supportare la partecipazione, la condivisione e la connessione che per l'aspetto produttivo-creativo. Se il loro utilizzo amplia le opportunità di partecipazione, consentendo di rimanere connessi e di condividere commenti, link e risorse, in modo rapido e con ampia risonanza, come sottolineato nell'indagine rivolta ai fondatori/amministratori dei gruppi, le risposte fornite dai partecipanti dei cinque gruppi Facebook ci consentono di approfondire questo aspetto. Abbiamo visto come le motivazioni per iscriversi a un gruppo cambiano con il tipo di gruppo: la possibilità di condividere idee e progetti, così come di dare visibilità alle proprie iniziative, sembra contare di più all'interno dei gruppi generici, mentre il bisogno di appartenenza e una forte adesione al tema del gruppo incidono di più come fattori di motivazione per i membri dei gruppi tematici. Anche i meccanismi di affiliazione rivelano che quelli più attivi prevalgono tra chi sceglie di aderire a un gruppo tematico. Un ulteriore dato a conferma di queste specificità deriva dal tipo di contenuti che vengono prevalentemente condivisi: mentre quelli a carattere professionale si equivalgono nei due gruppi, nei gruppi tematici la condivisione di esperienze personali o di stati d'animo incide maggiormente rispetto ai gruppi generici considerati.

Questi risultati ci consentono di formulare anche qualche osservazione sul tipo di capitale sociale che sembrerebbe essere dominante nei due tipi di gruppi: mentre il gruppo generico appare caratterizzato da un capitale sociale di tipo *bridging*, consistente quindi nel prevalere di legami deboli e nell'attivazione di legami latenti, nel gruppo tematico sembra prevalere un capitale sociale di tipo *bonding*, attraverso meccanismi di consolidamento di legami già esistenti. Simili rilievi meriterebbero ovviamente un approfondimento che, però, non è possibile fare in questa sede<sup>8</sup>. Ci limitiamo qui a sottolineare che le dinamiche socio-relazionali, attivate o attivabili nei gruppi in Facebook, non sembrerebbero assimilabili di per sé a tipologie relazionali deboli e questo aspetto potrebbe rivelarsi fertile, specie sul piano formativo, per i livelli di fiducia e "protezione" che in questi gruppi è possibile talvolta riscontrare.

Un secondo aspetto degno di attenzione tocca il tema della credibilità delle risorse condivise e della reputazione personale dei membri del gruppo. Nell'indagine effettuata presso gli amministratori/fondatori la credibilità risulta essere legata esclusivamente ai crediti professionali: di solito si viene ammessi al gruppo in quanto appartenenti ad una determinata categoria di professionisti. La conoscenza personale sembra rivestire un ruolo secondario. Nell'indagine rivolta ai cinque gruppi è emerso come i membri più "anziani" fondano la loro fiducia negli altri membri soprattutto in base alla conoscenza personale e all'approvazione degli altri membri. Anche la credibilità e legittimazione delle risorse condivise all'interno del gruppo sembrano poggiare soprattutto sulla reputazione e credibilità dell'autore che le ha condivise.

---

<sup>8</sup> Si rimanda a tal proposito al già citato Ranieri, Manca e Fini (2012b).

Infine, un terzo elemento di interesse, che attiene al rapporto tra reale e virtuale, ci consente di attestare l'esistenza di un continuo gioco di rimandi tra le due esperienze. Da un lato, l'unione virtuale genera nuove iniziative, di valenza anche locale, nuovi progetti, che si traducono in azioni reali; dall'altro, il reale irrompe nelle conversazioni digitali con riferimenti a fatti e persone, storie di vita ed emozioni. Questa ibridazione dei contesti comunicativi ed esperienziali sembra consolidare e rafforzare l'appartenenza di gruppo e generare nuove esperienze. Se già gli amministratori/fondatori avevano evidenziato l'avvio di nuovi progetti a partire dall'esperienza dei gruppi nei vari social network, abbiamo visto come nelle due tipologie di gruppi Facebook considerate queste ricadute abbiano un diverso peso. In maniera quasi sorprendente, le ricadute maggiori sono state evidenziate dai membri del gruppo generico. La spiegazione più probabile deriva dal fatto che i membri dei gruppi tematici condividono più frequentemente esperienze e progetti nella vita reale, mentre il gruppo svolge più la funzione di consolidamento di legami deboli già esistenti. Al contrario, nei gruppi generici è possibile che il gruppo funga da catalizzatore di nuovi legami e di condivisione di idee che sfociano in progetti della vita reale, con una maggiore incidenza della direzione che va dall'online all'offline. Questi risultati sembrano smentire almeno parzialmente la tesi ampiamente accettata per cui i social network verrebbero usati maggiormente per il mantenimento di legami e conoscenze preesistenti (es. Boyd e Ellison, 2007). I nostri gruppi, in realtà, sembrano evidenziare una realtà più complessa e articolata: reale e virtuale appaiono essere più due realtà coesistenti che separate, e le contaminazioni reciproche si articolano nella creazione di diversi tipi di legami sociali, rinsaldando quelli preesistenti e attivandone di latenti sulla base di interessi ed esperienze comuni.

## Ringraziamenti

Gli autori ringraziano gli amministratori e i membri dei cinque gruppi Facebook ("Insegnanti", "Docenti virtuali", "Pinocchio 2.0", "SOS Sostegno", "Tutti a bordo – Dislessia") che hanno contribuito alla ricerca per la loro preziosa collaborazione. Un ringraziamento particolare va anche ad Antonio Fini per il suo supporto alla messa a punto degli strumenti di ricerca e il suo contributo all'analisi statistica dei dati.

## Bibliografia

- Anderson, T., Poellhuber B., McKerlich R. (2010). Self-paced Learners Meet Social Software: An Exploration of Learners' Attitudes, Expectations and Experience. *Online Journal of Distance Learning Administration*, 13(3). [http://www.westga.edu/~distance/ojdl/Fall133/anderson\\_poellhuber\\_mckerlich\\_133.html](http://www.westga.edu/~distance/ojdl/Fall133/anderson_poellhuber_mckerlich_133.html) (ultima consultazione 07.03.13).
- boyd d., Ellison N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Brown J. S., Duguid P. (2000). *The social life of information*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Crook C. (2012). The 'digital native' in context: Tensions associated with importing Web 2.0 practices into the school setting. *Oxford Review of Education*, 38(1), 63-80.

- Cucchiara S., Sansone N., Ligorio M. B. (2012). AAAFuturo Cercasi: orientare con i Social Network. *TD – Tecnologie Didattiche*, 20(1), 40-43.
- Duffy P. (2011). Facebook or Faceblock: Cautionary Tales Exploring the Rise of Social Networking within Tertiary Education. In M.J.W. Lee e C. McLoughlin (Eds), *Web 2.0-Base E-Learning: Applying Social Informatics for Tertiary Teaching*. Hershey, PA: IGI Global, pp. 284-300.
- Ellison N. B., Steinfield C., Lampe C. (2007). The benefits of Facebook “friends”: social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143–1168.
- Facebook (2012). *Fact Sheet*.  
<http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22> (ultima consultazione 07.03.13).
- Greenhow C. (2011). Online Social Networks and Learning. *On The Horizon*, 19(1), 4-12.
- Haythornthwaite C. (2005). Social networks and Internet connectivity effects. *Information, Communication & Society*, 8(2), 125–147.
- Haythornthwaite C. (2011). Learning networks, crowds and communities. In *Proceedings of the Learning Analytics and Knowledge Conference*. Alberta, Canada, February 28 - March 1, 2011, pp. 18-22.
- Manca S., Ranieri M. (in stampa). Is it a tool suitable for learning? A critical review of the literature on Facebook as a technology-enhanced learning environment. *Journal of Computer Assisted Learning*.
- Nielsen (2011). *State of The Media: The Social Media Report Q3 2011*. NM Incite. <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/social/> (ultima consultazione 07.03.2013).
- Park N., Kee K., Valenzuela S. (2009). Being Immersed in Social Networking Environment: Facebook Groups, Uses and Gratifications, and Social Outcomes. *CyberPsychology & Behavior*, 12(6), 729-733.
- Ranieri M., Manca S., Fini A. (2012a). Promuovere comunità professionali di insegnanti e professionisti attraverso i siti di Social Network. *TD – Tecnologie Didattiche*, 20(1), 24-30.
- Ranieri M., Manca S., Fini A. (2012b). Why (and how) do teachers engage in social networks? An exploratory study of professional use of Facebook and its implications for lifelong learning. *British Journal of Educational Technology*, 43(5), 754-769.
- Selwyn N. (2012). I social media nell’educazione formale e informale tra potenzialità e realtà. *TD – Tecnologie Didattiche*, 20(1), 4-10.
- Smith A. (2011). *Why Americans use social media. Social networking sites are appealing as a way to maintain contact with close ties and reconnect with old friends*. Pew Research Center’s Internet & American Life Project.  
<http://www.pewinternet.org/Reports/2011/Why-Americans-Use-Social-Media.aspx> (ultima consultazione 07.03.13).
- Wenger E. (1998). *Communities of Practice. Learning, Meaning, and Identity*. New York: Cambridge University Press.