



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

Social media e Social Street per fare comunità a Bologna

Uno studio sulle Social Street a Bologna

Niccolò Morelli

Dottorando di Ricerca
Università di Bologna

L'esperienza di via Fondazza..

PAGINA IN CONDOMINIO

L'idraulico? Un vicino di casa (che trovi in rete)

Se si rompe il tubo dell'acqua in casa, invece di aprire le *Pagine gialle* e cercare affannosamente un idraulico, si sa subito se al piano di sotto ne abita uno che può fare la riparazione. Lo stesso idraulico che, per sistemare la sua libreria, potrà contare su un falegname che vive nel condominio, o in quello accanto. L'idea di fondare un gruppo chiuso Facebook, *Residenti in Via Fondazza*, strada nel centro storico di Bologna, è venuta a Federico Bastiani, giornalista ed esperto di comunicazione. «Il gruppo» spiega «vuole riunire i residenti per avere un punto di riferimento e ridurre i costi della vita quotidiana in tempi di crisi. Siamo già a 93 aderenti entusiasti». Stop, quindi, al formale e anonimo «buongiorno» e «buonasera» scambiato sul portone di casa. «Io e mia moglie ci siamo ispirati all'americano *meettheneighbors.org*» dice Bastiani. E ora i vicini si incontrano sul web anche all'ombra delle Due Torri. (p.c.)

CORBIS

I DI
PIE

C
S
S

di B

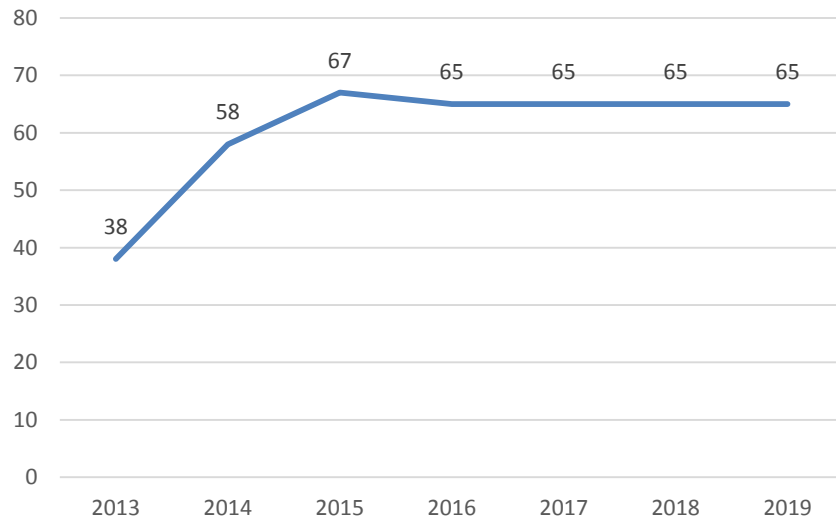
pr
ric
Nov
spo
far



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

Social Street a Bologna

N. Social Street a Bologna



Iscritti ai gruppi
Residenti

13.000

Abitanti nelle Social
Street

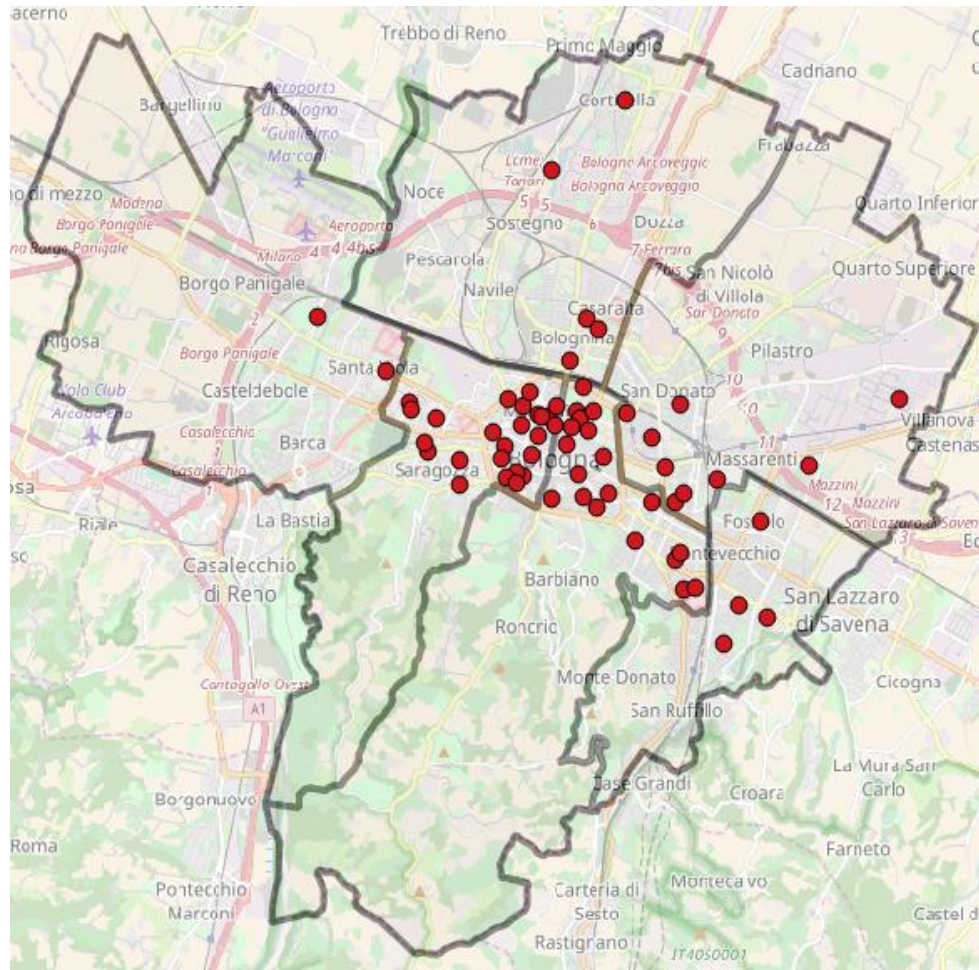
65.694

Abitanti Comune di
Bologna

388.367



La mappa delle Social Street a Bologna



Un fenomeno sociologicamente interessante

- Chi sono gli Streeters?
- Quali sono le caratteristiche delle vie dove si diffondono le Social Street?
- Cosa sono in grado di produrre nelle vie che li ospitano?
- Sono unicamente interessati alla costruzione di legami?
- Social Street e associazionismo tradizionale : continuità o rottura?



Un fenomeno da studiare su più livelli

- L'analisi delle motivazioni
- L'analisi urbana
- L'analisi dei significati culturali e partecipativi

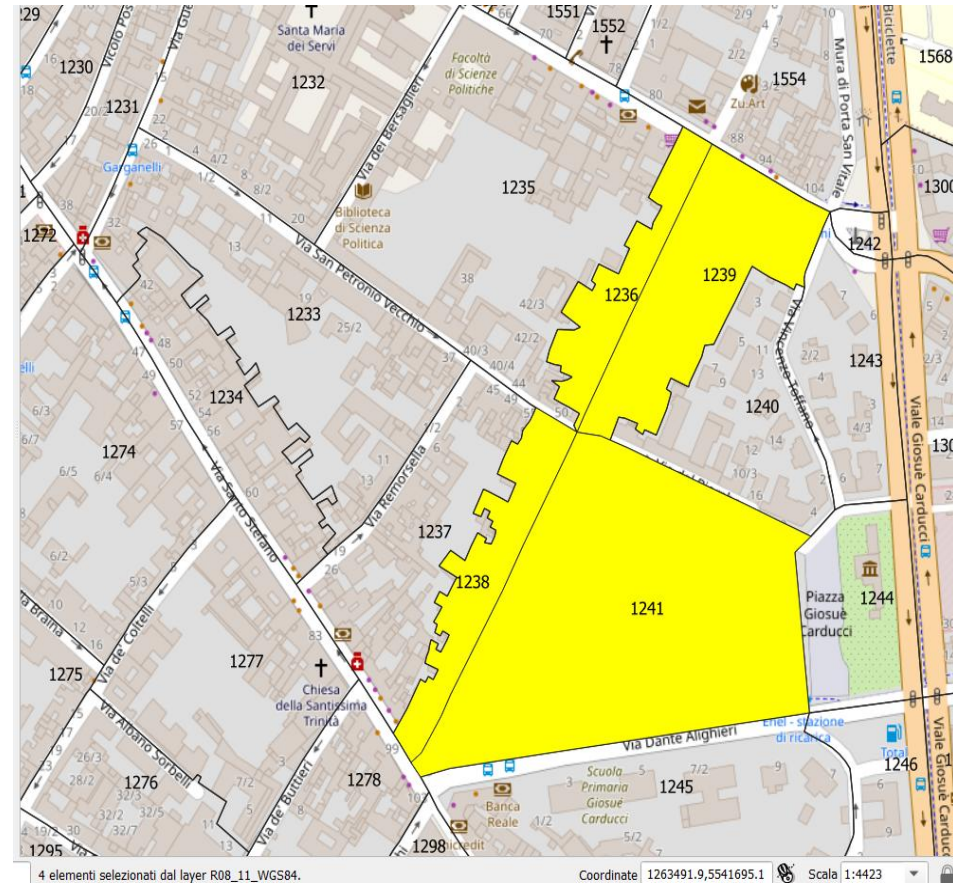
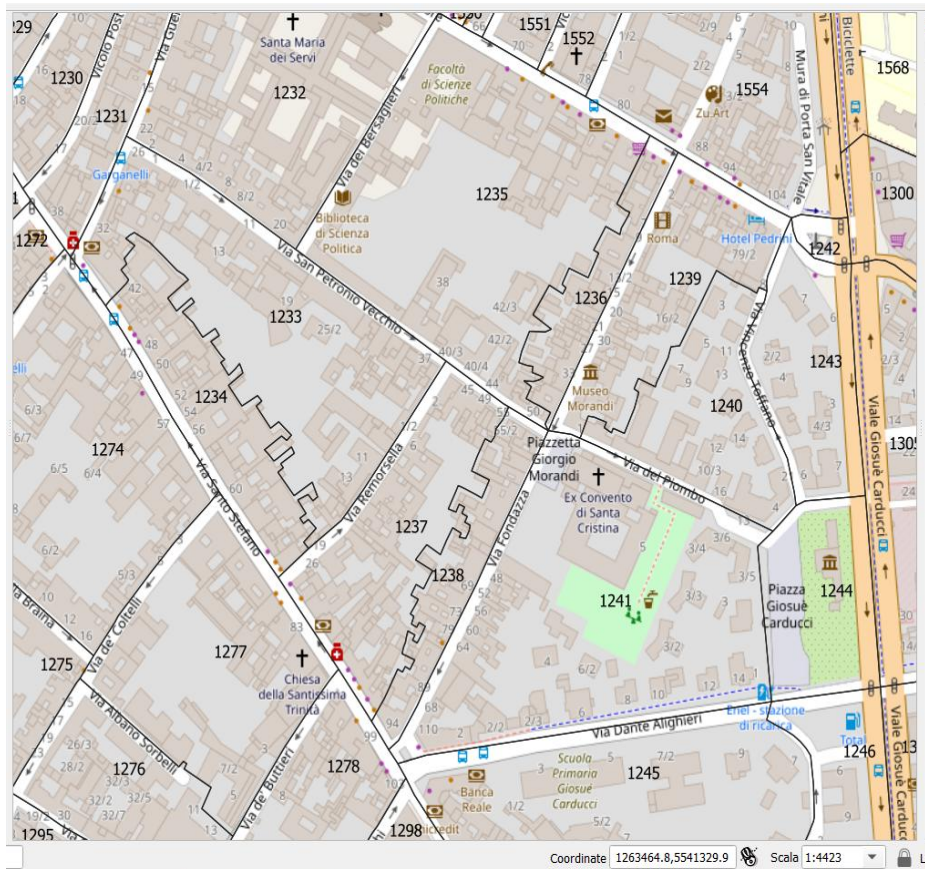


Gli strumenti utilizzati

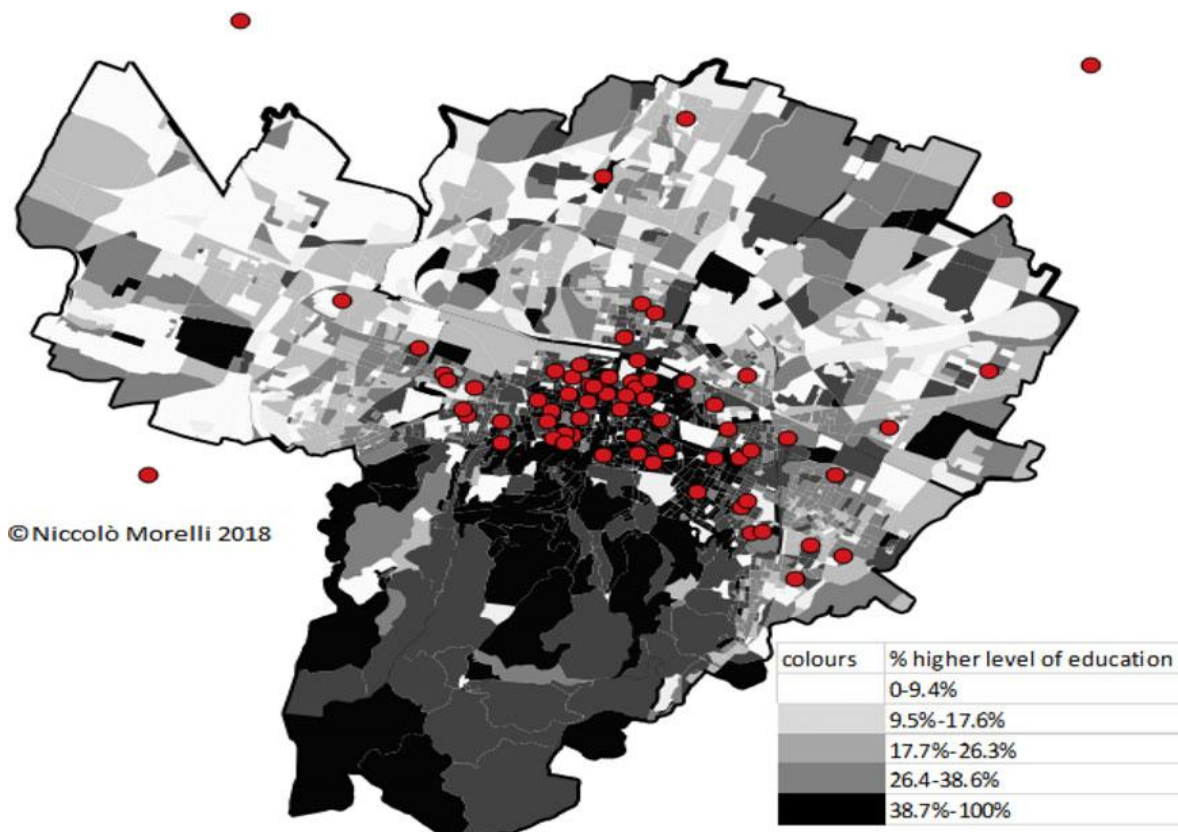
- Questionario online a 577 Streeters Bolognesi
- Analisi dei dati censuari sulle aree coinvolte dal fenomeno delle Social Street
- Interviste in profondità ai 65 amministratori di Social Street a Bologna
- Passeggiate etnografiche agli eventi promossi dalle Social Street
- Netnografie sui gruppi Facebook dei residenti per osservare le interazioni online



L'analisi delle vie



L'analisi dei dati censuari



Chi sono gli Streeters?

| Genere | |
|---------|-----|
| Femmine | 70% |
| Maschi | 30% |
| Età | |
| 20-29 | 19% |
| 30-39 | 26% |
| 40-49 | 24% |
| 50-59 | 16% |
| 60-69 | 12% |
| Over 70 | 3% |

Totale rispondenti: 572 Streeters Bolognesi

| Stato civile | |
|-------------------------|-----|
| Celibi/Nubili | 39% |
| Conviventi | 14% |
| Coniugati/e | 36% |
| Separati/e Divorziati/e | 8% |
| Vedovi/e | 3% |
| Titolo di Studio | |
| Basso | 5% |
| Medio | 34% |
| Alto | 61% |
| Figli | |
| Sì | 49% |
| No | 51% |



| Condizione lavorativa | |
|--------------------------------------|-----|
| Occupati/e | 74% |
| Disoccupati/e | 7% |
| Casalinghi/e | 4% |
| Studenti/esse | 15% |
| Attività professionale | |
| Gestione d'impresa | 2% |
| Attività ad elevata specializzazione | 66% |
| Elevata a media qualificazione | 21% |
| Lavoro esecutivo d'ufficio | 6% |
| Attività di vendita | 4% |
| Attività operaia qualificata | n.P |
| Attività operaia non qualificata | 1% |



| Comune di nascita | |
|---|-----|
| Comune appartenente alla provincia di Bologna | 40% |
| Altro | 60% |
| Permanenza da più di 5 anni | |
| In questa casa | 54% |
| In questo quartiere | 63% |
| In questa città | 84% |
| Godimento abitativo | |
| Proprietà | 66% |
| Altro | 34% |

Totale rispondenti: 572 Streeters Bolognesi



Chi sono gli Streeters?

- Donne;
- Non originarie della Provincia di Bologna;
- Appartenenti alle classi centrali d'età;
- Con alto titolo di studio ed eccellente condizione socio-professionale;
- Con stabili radici nella via e nel quartiere nel quale vivono.



Le aree in cui si diffondono le Social Street

| Attività produttive | Social Street | Bologna |
|--------------------------|---------------|---------|
| Manifattura | 4% | 4% |
| Costruzioni | 21% | 25% |
| Commercio | 1% | 3% |
| Trasporto | 6% | 5% |
| Alloggio e ristoro | 3% | 3% |
| Servizi di comunicazione | 3% | 3% |
| Immobiliare | 8% | 7% |
| Attività professionali | 26% | 23% |
| Noleggio | 4% | 4% |
| Sanità | 10% | 9% |
| Attività artistiche | 6% | 5% |
| Altro | 8% | 9% |

Dati censimento ISTAT 2011



Un'analisi comparata delle variabili socio-economiche

| | Streeters | Social Street | Bologna |
|------------------------------|------------|---------------|----------------|
| Titolo di studio | | | |
| Basso | 5% | 42% | 30% |
| Medio | 34% | 33% | 33% |
| Alto | 64% | 25% | 37% |
| Condizione lavorativa | | | |
| Occupati/e | 74% | 79% | 78% |
| Disoccupati/e | 7% | 4% | 4% |
| Casalinghi/e | 4% | 7% | 8% |
| Studenti/esse | 15% | 10% | 10% |
| Totale | 572 | 42956* | 230767* |

* Calcolato su popolazione over 15 sulla base dei dati censimento Istat 2011



| | Streeters | Social Street | Bologna |
|--------------------------------------|-----------|---------------|---------|
| Attività professionale | | | |
| Gestione d'impresa | 2% | 8% | 6% |
| Attività ad elevata specializzazione | 66% | 33% | 24% |
| Attività a media qualificazione | 21% | 15% | 16% |
| Lavoro d'ufficio | 6% | 13% | 15% |
| Attività di vendita | 4% | 14% | 15% |
| Attività operaia qualificata | n.P | 7% | 11% |
| Attività operaia non qualificata | 1% | 10% | 13% |
| Presenza stranieri | 3% | 11% | 12% |



Le aree in cui si diffondono le Social Street

- Ricche di attività professionali, che si sono radicate grazie ai cambiamenti avvenuti nella popolazione dei quartieri;
- Affluenti da un punto di vista di persone con elevata condizione economica e culturale;
- Bassa presenza di stranieri.

Si tratta quindi di aree privilegiate, in cui processi di espulsione delle categorie meno abbienti sono già avvenute nei decenni precedenti. Al tempo stesso, la presenza di un numero maggiore di studenti garantisce un buon mix generazionale.



Cosa producono le Social Street?

| Tipo di attività | Descrizione |
|-------------------------------------|--|
| Convivialità | Rappresenta la forma più diffusa di azione promossa dalle Social Street: può essere una social beer, una cena social, un pic-nic. L'obiettivo principale è quello di creare occasioni per socializzare tra vicini di casa. |
| Mutuo aiuto | Aiuto reciproco, volto alla risoluzione di piccoli problemi: un attrezzo da prestare, una piccola emergenza. Non è molto comune nelle Social Street, ma dalle interviste emerge come queste azioni esistano una volta che si è conosciuto nuovi vicini e ci si può fidare, per cui questo tipo di annunci avviene per via informale. |
| Condivisione di informazioni | Cosa succede nella via, nel quartiere o più in generale nella città. Si tratta di un tipo di attività che si diffonde soprattutto nei gruppi ancora nella fase digitale e rappresenta un rompi ghiaccio per iniziare a socializzare con i vicini. |



Le motivazioni degli Streeters

| Motivazioni | Streeters Bologna |
|--|----------------------|
| Prendermi cura della via | 34% |
| Condividere opinioni | 32% |
| Socializzare conoscendo persone nuove | 34% |
| Conoscere eventi | 34% |
| Curiosità | 31% |
| Dare vita a dei servizi | 25% |
| Chiedere informazioni | 15% |
| Rete di persone su cui fare affidamento | 17% |
| Mettere a disposizione le proprie competenze | 13% |
| Proporre iniziative | 3% |
| Dare/ricevere aiuto | 1% |
| Altro | 6% |
| Totale | 251 |



Il punto di vista degli Streeters

Socialità

- (Prima) Interazioni con i vicini almeno una volta a settimana: 48%.
- (Dopo) Interazioni con i vicini almeno una volta a settimana: 62%.
- Ho aumentato le conoscenze nella via: 62%

| Indice di accresciuta socialità | Streeters Bologna |
|---------------------------------|----------------------|
| Basso | 46% |
| Alto | 54% |
| Totale | 230 |



Il punto di vista degli Streeters

Sicurezza

| Da quando esiste la Social Street... | Streeters Bologna |
|---|----------------------|
| Mi sento più sicuro | 62% |
| So di poter contare su più persone | 73% |
| Sono più attento a ciò che capita nella via | 65% |
| Totale | 230 |



Il punto di vista degli Streeters

Appartenenza

| | Streeters Bologna |
|--------------------|----------------------|
| La Social Street.. | |
| La sento mia | 41% |
| Mi piace | 66% |
| E' importante | 52% |
| | 230 |



Social Street e partecipazione civica

- 47% degli Streeters di Bologna sono iscritti ad associazioni, rispetto alla media nazionale del 16,2% (AVQ, 2013).

| Tipologia | Streeters Bologna | CSV, 2007 |
|----------------------------|-------------------|--------------|
| associazionismo | | |
| Associazioni civiche | 28% | 49% |
| Associazioni culturali | 50% | 16% |
| Associazioni assistenziali | 35% | 35% |
| Associazioni sportive | 27% | 25% |
| Associazioni religiose | 14% | 20% |
| Altro | 27% | Non prevista |
| Totale | 202 | n.a |



Genere ed associazionismo tra gli Streeters

Genere e Streeters Bologna AVQ 2013
associazionismo

| | | |
|--------------------------------------|-------------|---------------|
| % donne iscritte ad associazioni | 42% (N=297) | 18,2% |
| % uomini iscritti ad associazioni | 51% (N=132) | 14,4% |
| Totale | 429 | 60.000 |



Social Street e partecipazione civica

- Gli Streeters sono molto interessati all'associazionismo e alla partecipazione civica;
- La partecipazione associativa degli Streeters ricalca il modello della centralità sociale, per cui uomini delle classi medio-alte tendono a partecipare più delle donne (Milbrath, 1965);
- Le Social Street sono più inclusive dell'associazionismo tradizionale.



Conclusioni

- Le Social Street si diffondono nelle aree più affluenti della città;
- Gli Streeters sperimentano la mobilità e un maggiore isolamento e, soffrendo questa condizione, decidono di creare dei legami proprio a partire dalla dimensione della prossimità. I luoghi sono ancora importanti (Sampson, 2018)
- Le piattaforme digitali come Facebook, rappresentano la possibilità di estendere le conoscenze oltre alle reti amicali preesistenti anche nel contesto della prossimità;
- La conoscenza avviene tramite gli strumenti della convivialità, grazie a pratiche di scambio, condivisione e controllo sociale (Kathiravelu & Bunnell, 2018)



Conclusioni

- Tra le motivazioni degli Streeters emergono gli interessi individuali della socialità, la quale rappresenta prima di tutto un modo per rispondere a un bisogno di vincere la solitudine e accrescere il proprio capitale sociale, a cui successivamente si accompagna un interesse per la cura della via;
- Le Social Street rispondono ad un bisogno di socialità non soddisfatto dall'associazionismo tradizionale;
- Gli Streeters sviluppano un senso di attaccamento nei confronti della loro Social Street, dimostrando come può produrre un impatto importante nella vita della via;



Conclusioni

- Attraverso un nuovo attaccamento al quartiere e alla Social Street, i residenti favoriscono il mutuo riconoscimento, la fiducia interpersonale, andando a creare un maggiore senso di sicurezza nel quartiere (Sampson, 2018).

QUINDI

Le Social Street sono effettivamente capaci di combattere il senso di solitudine ed isolamento, contribuendo a una migliore vivibilità del quartiere e generando aspettative, valori e controllo sociale nel contesto della prossimità.



TUTTAVIA

Non sappiamo se questo fenomeno sia un caso isolato che si disperderà nel tempo, oppure se sia il precursore di una serie di fenomeni che possano rimettere al centro luoghi e relazioni.





ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

Grazie per l'attenzione

Niccolò Morelli

niccolo.morelli@unibo.it

www.unibo.it