

RAPPORTO DI RICERCA

Gli effetti del volontariato su varie forme di capitale sociale: una analisi su un campione di associazioni della provincia di Parma[♦]

Giacomo Degli Antoni^{*}

1. Introduzione

E' oggi sostanzialmente riconosciuto in letteratura il contributo allo sviluppo offerto da quei "fattori immateriali" che sarebbero in grado di far funzionare efficacemente il tessuto socio-economico di un territorio. Sono considerati fattori immateriali dello sviluppo, ad esempio, il livello di fiducia e affidabilità presenti in un dato contesto, il senso civico, i *networks* basati su cooperazione e reciprocità. Questi elementi, generalmente riconducibili al concetto di capitale sociale, oltre a costituire un valore in sé per il tessuto sociale in cui emergono, si sono dimostrati capaci di favorire la *performance* economica della collettività secondo diverse modalità (es. Putnam 1993; Knack e Keefer 1997).

Due sono i principali obiettivi del presente contributo.

Innanzitutto si intende indagare nello specifico il ruolo che la partecipazione in associazioni di volontariato ha in termini di creazione di diverse forme di capitale sociale dei volontari coinvolti. Le domande principali cui si intende rispondere sono quindi:

- Attraverso la partecipazione in organizzazioni di volontariato i soggetti coinvolti arricchiscono le loro reti di relazioni basate su fiducia e affidabilità?
- I membri delle associazioni sviluppano specifiche virtù civiche?
- Quali caratteristiche e modalità operative favoriscono la capacità delle associazioni di incidere sul capitale sociale dei loro membri?

In quest'ottica, l'indagine prevede quindi due fondamentali livelli di analisi. Il primo consiste nel verificare se le organizzazioni di volontariato siano effettivamente soggetti privilegiati in grado di incidere su quei fattori immateriali che sembrano oggi avere un ruolo chiave nel determinare il sentiero di sviluppo delle diverse collettività. Il secondo riguarda lo studio delle particolari scelte operative e strategiche di queste organizzazioni (in termini, ad esempio, di modalità di coinvolgimento dei volontari, di organizzazione di corsi di formazione, di promozione di momenti di dialogo e sensibilizzazione), che possono favorire la loro capacità di produrre capitale sociale. Come si specificherà nel corso del contributo (sezione 6), il fatto che ci si concentri sul capitale sociale dei volontari non implica necessariamente che l'effetto del capitale sociale si rifletta esclusivamente sui volontari stessi. Caratteristica dei concetti di capitale sociale considerati è, infatti, l'esternalità¹ che essi producono a livello di collettività.

In secondo luogo, si intende proporre una prima indagine esplorativa degli effetti economici che il capitale sociale sviluppato dai membri delle associazioni può avere a livello individuale e collettivo. In particolare, ci si concentra sugli effetti che le relazioni e le competenze sviluppate in associazione possono avere nel favorire il successo nella ricerca di lavoro dei soggetti disoccupati o nel favorire miglioramenti occupazionali.

[♦] Il presente rapporto è il risultato di una ricerca condotta all'interno del Progetto "Il valore aggiunto del volontariato" realizzato in collaborazione fra Forum Solidarietà di Parma, Fondazione Cariparma, EconomEtica e Università di Parma. Si ringrazia quindi il gruppo di lavoro che ha partecipato alla ricerca. Naturalmente, rimango l'unico responsabile delle opinioni espresse nel lavoro.

^{*} EconomEtica, centro interuniversitario di ricerca sull'etica economica e la responsabilità sociale d'impresa, Università di Milano Bicocca. Email: giacomo.degliantoni@unimib.it

¹ Si parla di esternalità quando l'azione di un agente economico, sia esso un produttore o un consumatore, produce effetti diretti su altri soggetti, senza che il mercato ne tenga in qualche modo conto.

Il concetto di capitale sociale considerato nell'analisi, coerentemente con la letteratura di riferimento (es. Paldam 2000), è un concetto multi-dimensionale. La diffusione che la nozione di capitale sociale ha avuto nel corso degli ultimi anni non ha infatti prodotto la convergenza verso una definizione univocamente accettata. Nei vari ambiti in cui questo concetto ha trovato applicazione, si pensi alla sociologia, all'economia e alla politologia, esso ha assunto accezioni diverse, al punto che oggi è sostanzialmente possibile individuare almeno tre "forme" di capitale sociale che vengono quindi considerate nella presente ricerca. Il capitale sociale in termini di reti di relazioni facenti capo ai singoli individui o presenti all'interno di una data collettività (es. Coleman 1988 e 1990, Burt 1992, 2002). Il capitale sociale in termini di norme di fiducia e cooperazione diffuse in un dato contesto (es. Putnam 1993). Il capitale sociale inteso come competenze relazionali dei singoli (es. Glaeser, Laibson e Sacerdote 2000).

Nella prospettiva di seguito adottata, le associazioni di volontariato non solo contribuirebbero in via diretta allo sviluppo sociale di un dato territorio, principalmente producendo valore aggiunto in termini di beni, servizi e attività rivolti alle "fasce deboli" della popolazione (si pensi agli anziani, ai soggetti in difficoltà economica). Esse inciderebbero anche, in modo significativo, sulle potenzialità di sviluppo economico di un territorio, accrescendone il livello di capitale sociale.

L'analisi si basa su un *database* originale, costruito attraverso la somministrazione di questionari appositamente predisposti a volontari e responsabili di 45 associazioni di volontariato della provincia di Parma. Il campione di associazioni rappresenta quindi più del 10% del totale delle associazioni di volontariato presenti nella provincia e è stato costruito attraverso un campionamento stratificato in cui si sono considerate quali variabili rilevanti per la creazione del campione il distretto di appartenenza dell'associazione² e la tipologia di attività svolta³. Complessivamente sono stati somministrati i questionari a 45 responsabili⁴ (uno per associazione) e 290 volontari attivi e continuativi⁵ (in media 6,4 per ogni associazione con un valore minimo di volontari intervistati pari a 2, massimo pari a 11 e con *standard deviation* pari a 2,5). Il *database* realizzato, decisamente ampio e ricco di informazioni, ha permesso di costruire sette differenti indici (o *proxy*) di capitale sociale misurati in riferimento a ciascun volontario.

Una *proxy* di capitale sociale in termini di fiducia generalizzata sviluppata dai soggetti all'interno dell'associazione, una *proxy* di capitale sociale in termini di senso civico sviluppato attraverso la partecipazione all'associazione, una *proxy* di capitale sociale in termini di competenze relazionali acquisite prestando la propria attività di volontariato, quattro *proxy* di capitale sociale in termini di reti di relazioni. Tre finalizzate a cogliere l'ampiezza delle reti di relazioni basate su fiducia e affidabilità che si creano fra i volontari e i soggetti conosciuti attraverso l'associazione e una finalizzata a misurare il grado di collaborazione che caratterizza in generale le relazioni fra i volontari e i soggetti conosciuti in associazione.

Questi indici di capitale sociale sono quindi stati messi in relazione sia a caratteristiche individuali sia a caratteristiche riferite alle singole associazioni in cui i volontari si trovano a operare. L'analisi proposta evidenzia una rilevante creazione di capitale sociale, nelle diverse forme considerate, connessa alla partecipazione alle associazioni di volontariato, e rivela come alcune caratteristiche sia individuali, sia legate alle scelte operative delle associazioni siano in grado di promuovere una maggiore creazione di capitale sociale. Si è inoltre rilevato un effetto significativo del capitale sociale sviluppato in associazione sul percorso lavorativo dei soggetti intervistati.

Il presente contributo si articola in 8 sezioni comprese introduzione e conclusioni. La sezione 2 produce una breve rassegna delle definizioni e delle misure di capitale sociale proposte in letteratura

² Quattro sono i distretti in cui si divide la provincia di Parma: il distretto di Parma, Fidenza, Sud-Est e Taro-Ceno.

³ Sette sono gli ambiti di attività in cui operano le associazioni della Provincia: Assistenza (socio assistenziale), Sanità, Ambiente e tutela animali, Ricreazione e cultura, Protezione civile, Istruzione ed educazione, Tutela e promozione dei diritti.

⁴ Con il termine responsabili si intendono membri delle associazioni che abbiano una visione complessiva sull'attività dell'associazione. Nella maggioranza dei casi il responsabile intervistato era il presidente dell'associazione.

⁵ che prestano in associazione un impegno pari ad almeno un ora alla settimana.

del concetto di capitale sociale. Questa sezione appare significativa in particolare per collocare all'interno della letteratura di riferimento le tre diverse forme di capitale sociale considerate in questa ricerca. La sezione 3 propone una rassegna degli studi che si sono concentrati sul ruolo che le organizzazioni *nonprofit* hanno nel generare capitale sociale. Questa sezione è finalizzata a chiarire le peculiarità della ricerca proposta. La sezione 4 si concentra sul campione di associazioni considerato e sulla metodologia utilizzata al fine di realizzare il *database* su cui si basa l'analisi empirica. La sezione 5 descrive le variabili considerate nell'analisi empirica in particolare concentrandosi sugli indici di capitale sociale e sull'impatto che la partecipazione in associazione ha nel generare capitale sociale nei volontari. La sezione 6 presenta e commenta i risultati di alcune stime econometriche condotte sui dati raccolti in cui si analizzano gli effetti che caratteristiche riferite ai singoli soggetti o alle associazioni hanno nel promuovere la creazione di capitale sociale. La sezione 7 introduce una prima esplorativa indagine degli effetti economici che il capitale sociale sviluppato in associazioni di volontariato può avere sulle condizioni di lavoro che caratterizzano i membri. La sezione 8 propone alcune considerazioni conclusive sui risultati della ricerca, insieme ad alcune indicazioni di *policy* che da essa emergono.

2. Il concetto di capitale sociale nella letteratura socio-economica

La nozione di capitale sociale compare poco meno di un secolo fa, ma è solo negli ultimi quindici-venti anni che essa si afferma e si diffonde in modo considerevole sia in sociologia, sia in economia.

La locuzione "capitale sociale", con il significato qui attribuito, appare la prima volta probabilmente nei primi anni del novecento. E' infatti nel 1916 che la sociologa Lydia Hanifan parla di capitale sociale riferendosi a "*those tangible substances [that] count for most in the daily lives of people: namely good will, fellowship, sympathy, and social intercourse among the individuals and families who make up a social unit. . . . If [an individual comes] into contact with his neighbor, and they with other neighbors, there will be an accumulation of social capital, which may immediately satisfy his social needs and which may bear a social potentiality sufficient to the substantial improvement of living conditions in the whole community.*" (Hanifan 1916, p.130, tratto da Wolcock e Narayan 2000)⁶. Un altro contributo pionieristico, nel quale si richiama esplicitamente il capitale sociale, è quello di Loury (1977) che tuttavia viene pubblicato sessant'anni dopo quello della Hanifan. Loury utilizza il concetto di capitale sociale in relazione a quello di capitale umano ed interpreta tale concetto come il complesso delle risorse che si riferiscono ai legami famigliari e all'organizzazione sociale di una comunità e che contribuiscono a determinare lo sviluppo sociale e cognitivo di un bambino o di un adolescente. E' tuttavia solo a partire dagli anni ottanta che la nozione di capitale sociale assume particolare rilievo, grazie soprattutto ai contributi dei sociologi Pierre Bourdieu (1986) e James Coleman (1988; 1990). Negli anni seguenti, il concetto è stato ampiamente utilizzato al fine di studiare il ruolo che le relazioni sociali possono avere in diversi contesti:

- ◆ nel favorire l'efficienza delle istituzioni (Putnam 1993; La Porta et al.1999; Knack 2002)
- ◆ nel determinare la *performance* a livello d'azienda (Chiesi 2005; Sabatini 2006b)
- ◆ nel promuovere la diffusione e la creazione di conoscenza sia a livello di apprendimento individuale (Loury 1977; Bourdieu 1986; Coleman 1988) sia in ambito organizzativo (Nonaka e Takeuchi 1997; Nahapiet e Ghoshal 2002)
- ◆ nel promuovere lo sviluppo del sistema finanziario (Guiso Sapienza e Zingales 2004)

⁶ "quegli elementi tangibili che tanto influiscono sulla vita quotidiana delle persone come l'amicizia, la benevolenza, l'empatia e le relazioni sociali che intercorrono tra individui e famiglie che compongono una unità sociale. Quando un individuo viene a contatto con altri, ed essi a loro volta hanno contatti con altri individui, si crea una rete di capitale sociale che soddisfa i bisogni sociali del singolo e che può essere una potenzialità sufficiente per la creazione di un sostanziale miglioramento delle condizioni di vita dell'intera comunità." (mia traduzione)

- ◆ nel favorire la “qualità dello sviluppo economico” promuovendo lo sviluppo umano, la qualità dell'ambiente, e un indice composito di “qualità sociale” (Sabatini, 2006 a,c)
- ◆ nel favorire la crescita economica a livello aggregato (Knack e Keefer 1997; Narayan e Pritchett 1999; Zak e Knack 2001)
- ◆ nel ridurre il tasso di criminalità (Buonanno, Montolio e Vanin 2006)

Alcune delle analisi ora citate hanno prevalentemente carattere teorico, altre empirico. Così come a livello teorico non si è ancora giunti a individuare una definizione di capitale sociale univocamente condivisa, così a livello empirico sono state proposte diverse misure del concetto.

Una volta introdotta la nozione di capitale sociale e i principali campi di studio all'interno dei quali essa ha trovato applicazione, nel prossimo paragrafo si intende, per quanto possibile, gettare maggiore luce sulle caratteristiche dei principali approcci al capitale sociale, distinguendo fra le analisi di carattere prevalentemente teorico e quelle più di carattere empirico. A tal fine, si propone una possibile classificazione dei diversi studi sul capitale sociale, citando i contributi maggiormente significativi riconducibili ai diversi approcci individuati e associando ad essi i principali indicatori di capitale sociale presenti in letteratura.

2.1. Capitale sociale: classificazioni e misure

Le varie definizioni di capitale sociale proposte in letteratura sembrano presentare un minimo comune denominatore. Esse fanno tutte riferimento a un qualche tipo di relazioni e/o norme sociali. A partire da questo elemento comune, al fine di meglio interpretare le differenze tra le diverse definizioni esistenti, si può sottolineare come si possano sostanzialmente classificare tre grandi gruppi di definizioni. Quelle che interpretano il capitale sociale in termini di reti di relazioni cui gli individui possono riferirsi al fine di realizzare obiettivi individuali altrimenti non raggiungibili o realizzabili solo a costi superiori. Quelle che vedono il capitale sociale come espressione di norme (di fiducia, reciprocità e cooperazione) più o meno condivise dai soggetti appartenenti a una data comunità. Quelle che intendono il capitale sociale come una caratteristica individuale intesa come competenza relazionale, ossia capacità di attivare e gestire relazioni interpersonali⁷.

2.1.1. Capitale sociale in termini di reti di relazioni

Per quanto riguarda l'approccio al capitale sociale inteso come reti di relazioni facenti capo ai singoli individui, appare particolarmente rilevante il contributo di Coleman (1988 e 1990), secondo cui il capitale sociale sarebbe riconducibile al complesso delle relazioni sociali che l'individuo può mobilitare al fine di raggiungere un proprio obiettivo. Gli agenti in parte erediterebbero il capitale sociale, ad esempio in riferimento ai legami parentali, e, in misura maggiore, lo costruirebbero attivamente, tessendo delle reti di relazioni interpersonali. Secondo questo autore, il capitale sociale è definibile a partire dalle funzioni che svolge e *“The function identified by the concept “social capital” is the value of those aspects of social structure to actors, as resources that can be used by the actors to realize their interests”*⁸ (Coleman 1990, p.305). L'autore sostiene inoltre che il capitale sociale si produce nel momento in cui le relazioni fra le persone cambiano in modo da facilitare il compimento di determinate azioni. Secondo l'approccio di Burt (1992, 2002) riferito al *“social capital of brokerage”* le persone coinvolte in *networks* che collegano *“structural hole”* fra gruppi diversi hanno vantaggi nel raccogliere informazioni e nel realizzare opportunità a loro favorevoli.

⁷ Questi tre approcci presentano ovviamente alcune interrelazioni. Un soggetto dotato di capitale sociale in termini di competenze relazionali, ad esempio, avrà maggiori probabilità di crearsi ed essere inserito in un *network* di relazioni ampio su cui confidare. *Networks* ampi e densi si genereranno con maggiore probabilità nei contesti in cui sono maggiormente condivise norme etiche di fiducia e reciprocità.

⁸ *“la funzione che caratterizza il concetto di capitale sociale riguarda il valore di quegli aspetti della struttura sociale intesi come risorse che possono essere usate dai soggetti per realizzare loro obiettivi”* (mia traduzione).

Sia Coleman sia Burt hanno effettuato indagini empiriche in relazione ai concetti di capitale sociale proposti. Coleman (1988) si è focalizzato sull'impatto che il capitale sociale può produrre sul contesto educativo dei figli e ha verificato come l'intensità e l'ampiezza sia delle relazioni interne, sia di quelle esterne alla famiglia⁹ possono incidere positivamente sulle *performances* scolastiche dei figli. Burt, in relazione alla sua idea di "*social capital of brokerage*" evidenzia, ad esempio, che *managers* (Burt 2004) e banchieri (Burt 2003) che sono in comunicazione con differenti gruppi di individui che condividono idee e modi di pensare alternative sono maggiormente capaci di realizzare vantaggi individuali quali promozioni, salari più elevati, idee brillanti. Un contributo rilevante nel contesto italiano che ha proposto misure di capitale sociale nell'accezione di *network* di relazioni è quello di Sabatini (2005). Egli, utilizzando dati Istat a livello regionale italiano, elabora quattro indicatori di capitale sociale: capitale sociale familiare (reti di legami forti tra membri della famiglia), capitale sociale amicale (reti di legami forti e deboli tra amici e conoscenti), organizzazioni volontarie (reti di legami deboli tra membri delle organizzazioni volontarie) e reti di legami deboli legate alla partecipazione politica. Egli propone una interessante analisi delle diverse dimensioni introdotte e sottolinea come emerga una distinzione nella dotazione che i diversi contesti territoriali rivelano in termini di capitale sociale *bonding* (colto attraverso i legami familiari forti) e *bridging e linking*¹⁰ (colti attraverso i legami deboli tra amici, vicini e membri in organizzazioni volontarie).

2.1.2. Capitale sociale in termini di fiducia generalizzata e norme condivise

Per quanto riguarda l'approccio al capitale sociale in termini di fiducia generalizzata e norme condivise, il contributo pionieristico è senza dubbio quello di Putnam Leonardi e Nanetti (1993) che si concentrano sul territorio italiano. Essi definiscono il capitale sociale come "la fiducia, le norme che regolano la convivenza, le reti di associazionismo civico, elementi che migliorano l'efficienza dell'organizzazione sociale promuovendo iniziative prese di comune accordo" (Putnam et al. 1993, p.196). In quest'ottica si pone anche la *World Bank*, nel cui sito *web* si legge: "*Social capital refers to the institutions, relationships, and norms that shape the quality and quantity of a society's social interactions*"¹¹ (World Bank 2004). Un altro contributo riconducibile a questo approccio è quello di Fukuyama, secondo cui "il capitale sociale è una risorsa che nasce dal prevalere della fiducia nella società o in una parte di essa" e "la fiducia è l'aspettativa, che nasce all'interno di una comunità, di un comportamento prevedibile, corretto e cooperativo, basato su norme comunemente condivise, da parte dei suoi membri" (Fukuyama 1996, p.40).

Per quanto riguarda la misurazione del capitale sociale definito in termini di fiducia generalizzata, i primi e più utilizzati indici sono probabilmente da ricercarsi all'interno della letteratura sulla crescita economica. I più noti contributi empirici sul capitale sociale a livello aggregato sono infatti finalizzati a esaminare gli effetti di tale variabile sulla *performance* economica a livello di collettività. In questa prospettiva, un indicatore di capitale sociale particolarmente utilizzato (Knack e Keefer 1997; Zak e Knack 2001) è fondato su informazioni

⁹ Nel considerare il capitale sociale interno alla famiglia, Coleman evidenzia il ruolo che possono avere nel promuovere un positivo percorso scolastico: il tempo speso dai genitori nel seguire i figli durante il loro studio e le aspettative che essi hanno circa il successo negli studi dei figli stessi. Per quanto riguarda le relazioni esterne alla famiglia, significative, nell'ottica dell'apprendimento scolastico, sono quelle che i genitori degli studenti instaurano con i genitori dei compagni di scuola dei figli. Tali legami consentirebbero un controllo maggiore sul comportamento dei figli e la possibilità di avere un *set* maggiore di informazioni sulle quali basare le scelte educative rilevanti.

¹⁰ Con il termine "*bonding social capital*" ci si riferisce in genere a quei legami interpersonali che si formano all'interno di particolari gruppi (associazioni, partiti, confederazioni etc.) e che portano vantaggi solo ai membri di quei gruppi. Si parla di "*bridging e linking social capital*" quando le relazioni sono tali da mettere in contatto partecipanti a gruppi differenti, in modo da creare vantaggi reciproci e diffusi a livello di collettività (per un approfondimento: Gittel e Vidal 1998, Narayan 1999 e Sabatini 2005)

¹¹ "Per capitale sociale si intendono le istituzioni, le relazioni e le norme che modellano la qualità e la quantità delle interazioni sociali di una collettività" (mia traduzione)

tratte dal *World Values Surveys*, un'indagine condotta su più ondate in decine di Paesi industrializzati e non. La domanda utilizzata per costruire l'indicatore è: “*Generally speaking, would you say that most people can be trusted, or can't be too careful in dealing with people?*”¹². L'indice ricavato da questa domanda corrisponde alla percentuale di persone che, in ciascuna nazione, rispondono: “*most people can be trusted*” (Knack e Keefer 1997, p.1256). Questo indice di capitale sociale è riconducibile, in particolare, alla definizione di capitale sociale di Fukuyama, secondo cui il capitale sociale si identifica sostanzialmente con la fiducia presente in un dato contesto di riferimento. In riferimento al contesto italiano provinciale e regionale, Degli Antoni (2006) ha elaborato una misura di capitale sociale riferita al concetto di affidabilità e alla presenza di una struttura di relazioni sociali in grado di favorire la cooperazione. L'indice di capitale sociale proposto è finalizzato a cogliere la probabilità che, all'interno di una data comunità, i soggetti si dimostrino affidabili nei confronti di altri agenti che hanno rivelato la volontà di avviare un'azione cooperativa. L'indice è costruito riassumendo in un'unica misura sintetica tre indicatori semplici: il numero dei procedimenti sopravvenuti in materia di lavoro, previdenza e assistenza obbligatorie, in primo grado, il numero di protesti su cambiali ordinarie, tratte e assegni bancari riferiti a persone fisiche e il numero di persone denunciate all'autorità giudiziaria dalle forze dell'ordine.

2.1.3. Il capitale sociale in termini di competenze relazionali

Nel caso del capitale sociale inteso come una competenza relazionale individuale, il contributo più rilevante è quello di Glaeser, Laibson e Sacerdote (2000). Questi autori interpretano il capitale sociale come una sorta di componente del capitale umano e definiscono tale concetto come le caratteristiche sociali di una persona, quali il carisma e le capacità relazionali, che un soggetto può sfruttare per realizzare ritorni individuali attraverso le interazioni con altri. In particolare essi introducono il concetto di “*individual social capital*” che viene definito “*as a person's social characteristics including social skills, charisma, and the size of his Rolodex – which enables him to reap market and non-market returns from interactions with others.*”¹³ (Glaeser, Laibson e Sacerdote 2000, p.4).

Nell'ottica della misurazione di tale concetto di capitale sociale, Glaeser, Laibson, Scheinkman e Soutter (2000) si sono concentrati sulla rilevazione di determinate caratteristiche personali che possono essere considerate, secondo l'approccio precedentemente descritto di Glaeser, Laibson e Sacerdote, espressioni di un *individual social capital*, anche se non colgono specificamente l'aspetto relativo alle competenze relazionali di maggiore interesse per il presente studio. Le variabili che contraddistinguono il capitale sociale individuale colte da Glaeser, Laibson, Scheinkman e Soutter (2000) sono, ad esempio, il fatto che il proprio padre abbia raggiunto la laurea, il numero di ore spese per volontariato e il numero di amici stretti. Gli autori trovano che il capitale sociale così misurato è effettivamente una variabile capace di spiegare la capacità dei singoli nel realizzare risultati vantaggiosi attraverso le interazioni con altri.

3. Capitale sociale e mondo nonprofit

Dato l'obiettivo del presente contributo, che intende studiare l'impatto dell'attività di volontariato su diverse forme di capitale sociale, questa sezione si concentra sulle relazioni evidenziate in letteratura tra il concetto di capitale sociale e il mondo del *nonprofit*.

¹² “Generalmente parlando, direbbe che ci si può fidare della maggioranza delle persone o che non si è mai troppo prudenti nel trattare con gli altri?” (mia traduzione)

¹³ “come l'insieme delle caratteristiche sociali delle persone, - ad esempio le competenze relazionali, il carisma e la “dimensione della rubrica,”- che rendono l'individuo capace di ottenere ritorni di mercato e non di mercato solo attraverso le interazioni con gli altri” (mia traduzione)

L'analisi delle relazioni fra il concetto di capitale sociale e il mondo *nonprofit* risale allo studio di Putnam, Leonardi e Nanetti del 1993 che maggiore ruolo ha probabilmente avuto nella diffusione della nozione di capitale sociale. Rifacendosi a Tocqueville¹⁴, gli autori evidenziano l'importanza dell'associazionismo come elemento capace di accrescere lo spirito di cooperazione, di solidarietà e l'impegno civile delle persone. Secondo quanto sostenuto da Putnam et al. (1993): "Al loro interno, le associazioni diffondono tra i partecipanti il senso della cooperazione, della solidarietà e dell'impegno sociale. [...] La partecipazione a organizzazioni pubbliche inculca l'abitudine alla cooperazione e un senso di responsabilità nelle imprese collettive.". Richiamando sempre Tocqueville, Putnam et al. affermano anche che "una fitta rete di associazioni secondarie traduce in pratica e contribuisce a consolidare un'effettiva collaborazione sociale" (Putnam et al. 1993, pp.105-106). Una posizione contraria a quella di Putnam rispetto al ruolo delle associazioni nel favorire la cooperazione all'interno della collettività nel suo complesso, è quella sostenuta da Mancur Olson (1965, 1982). Egli mette in luce la tendenza che le associazioni avrebbero nel perseguire gli interessi particolari degli associati, relegando in secondo piano l'interesse collettivo. La contrapposizione fra la teoria di Putnam e quella di Olson circa il ruolo delle associazioni nel produrre effetti sullo sviluppo socio-economico ha dato il la a numerose indagini empiriche sul tema, le quali possono dare un contributo in termini di comprensione del ruolo delle associazioni nel favorire la creazione di capitale sociale. Knack e Keefer (1997) e Knack (2003) hanno studiato l'effetto che la presenza di associazioni può avere sul livello di fiducia generalizzata¹⁵ presente nei diversi Paesi. In entrambi i contributi, le associazioni vengono divise fra quelle di "stampo Putnamiano", che perseguono finalità sociali, e quelle di "stampo Olsoniano" che maggiormente perseguono i fini particolaristici degli associati¹⁶. Le prime dovrebbero essere maggiormente capaci di cogliere gli effetti dell'associazionismo sullo sviluppo socio-economico ipotizzati da Putnam, le seconde dovrebbero essere maggiormente rappresentative della teoria di Olson. Mentre lo studio di Knack e Keefer presenta risultati ambigui rispetto al ruolo dei diversi tipi di associazioni sul livello di fiducia, il contributo di Knack, che amplia il numero di osservazioni dell'indagine, mostra un positivo effetto dell'associazionismo sulla fiducia, effetto che è in particolare attribuibile alle associazioni "di stampo Putnamiano"¹⁷.

Il contributo di Putnam, in parte supportato dai lavori empirici ora citati, propone dunque un ruolo dell'associazionismo nel favorire il capitale sociale promuovendo l'abitudine alla cooperazione dei singoli partecipanti. Altri studi, seguendo la strada percorsa da Putnam, hanno

¹⁴ In "Democracy in America", Tocqueville evidenzia che il popolo americano presenta un particolare pregio che consiste in una spiccata propensione all'associazionismo. In particolare, Tocqueville sottolinea che "quando si lascia ai cittadini la facoltà di unirsi liberamente per qualsiasi scopo, essi finiranno per guardare all'associazione come al migliore, se non all'unico mezzo per raggiungere i propri fini" (Tocqueville 1957 [1840], p.208). La propensione all'associazionismo richiama evidentemente il concetto di capitale sociale rivelando la presenza di legami interpersonali.

¹⁵ L'indicatore di fiducia considerato è quello precedentemente descritto ricavato dalla domanda: "Generally speaking, would you say that most people can be trusted, or can't be too careful in dealing with people?".

¹⁶ Son di stampo Putnamiano sostanzialmente: le associazioni culturali, artistiche e musicali; le associazioni che riuniscono i giovani quali, ad esempio, gli *scouts*; le associazioni sportive; i gruppi che sorgono nelle singole comunità locali per promuovere un'azione su temi quali povertà, occupazione, razzismo etc. Appartengono al secondo gruppo: i sindacati, i partiti o i gruppi politici e le associazioni di categoria.

¹⁷ Come lo stesso autore evidenzia, questo risultato può in parte essere attribuito a una duplice causalità tra fiducia e associazionismo. La presenza di associazioni può infatti favorire il diffondersi di fiducia generalizzata, ma, al contempo, è possibile che la fiducia porti alla nascita e alla diffusione delle associazioni. A conferma di ciò, esistono alcune analisi che mostrano come il livello di capitale sociale presente in una collettività possa favorire la nascita di nuove organizzazioni *nonprofit*. E' questo il caso del contributo di Saxton e Benson (2005), i quali mostrano come la nascita di organizzazioni *nonprofit* in un dato territorio sia positivamente influenzata dalla presenza di varie forme di capitale sociale, con particolare riferimento all'ampiezza e diversificazione dei *networks* sociali riferiti ai singoli agenti e alla loro propensione a essere partecipi della vita politica. Anche alla luce di questi risultati, appare quindi rilevante che le diverse ricerche finalizzate a indagare le relazioni tra capitale sociale e *nonprofit* considerino, quanto meno a livello teorico, la possibilità di una reciproca interazione tra i due elementi.

analizzato la capacità delle organizzazioni riconducibili al settore *nonprofit* nel favorire la creazione di capitale sociale e, talvolta, hanno introdotto definizioni di capitale sociale strettamente interconnesse alla diffusione delle relazioni sociali instaurate attraverso l'attività delle associazioni.

Narayan e Pritchett definiscono il capitale sociale come la “*quantity and quality of associational life and the related social norms*” (Narayan e Pritchett 1999, p.872). I due autori adottano quindi come *proxy* del capitale sociale esistente in diversi villaggi della Tanzania, l'intensità della vita associativa in essi presente e verificano come il capitale sociale abbia un effetto positivo sul livello di reddito raggiunto dalle famiglie che abitano i diversi villaggi.

Il già citato contributo di Sabatini (2005) ha proposto una rilevazione del capitale sociale basata su 5 dimensioni del concetto, una delle quali concerne la diffusione e la partecipazione in associazioni di volontariato. Il contributo di Degli Antoni (2006), mostra come esista una elevata correlazione fra la partecipazione volontaria in associazioni *nonprofit* e il livello di capitale sociale misurato in termini di affidabilità presente nelle regioni italiane.

Accanto agli studi ora citati, che basano le loro analisi prevalentemente su approcci macro, esistono anche contributi che propongono analisi empiriche su dati individuali. E' questo il caso delle analisi di Brehm e Rahn 1997, Stolle e Rochon 1998, Claibourn e Martin 2000, Mayer 2003, Wollebæk e Selle 2003 che trovano una correlazione positiva fra: la partecipazione in associazioni volontarie e: il grado di fiducia generalizzata verso gli altri (Brehm e Rahn 1997, Stolle e Rochon 1998, Claibourn e Martin 2000, Mayer 2003, Wollebæk e Selle 2003), il senso civico (Mayer 2003, Wollebæk e Selle 2003), la fiducia nelle istituzioni pubbliche (Brehm e Rahn 1997, Stolle e Rochon 1998, Mayer 2003, Wollebæk e Selle 2003), indicatori di tolleranza, *free riding* e ottimismo (Stolle e Rochon 1998).

4. Metodologia della ricerca

I risultati della ricerca qui presentata si basano sull'analisi di dati raccolti attraverso la somministrazione di questionari¹⁸ a 45 responsabili e 290 volontari attivi e continuativi di 45 associazioni della provincia di Parma. Il campione di associazioni rappresenta poco più del 10% di tutte le associazioni del territorio parmense e è stato costruito con campionamento stratificato, in cui gli strati sono i distretti della provincia di Parma (Parma, Fidenza, Sud-Est e Taro-Ceno) e gli ambiti di attività preponderanti in cui le associazioni operano (sette sono gli ambiti in questione: Assistenza (socio assistenziale), Sanità, Ambiente e tutela animali, Ricreazione e cultura, Protezione civile, Istruzione ed educazione, Tutela e promozione dei diritti). Abbiamo quindi un campione rappresentativo di associazioni, per ciascuna delle quali è stato intervistato un responsabile (generalmente il presidente, o, in alternativa, un soggetto che conoscesse a fondo la realtà associativa) e più volontari attivi e continuativi (in media 6.4 per associazione). Complessivamente, su 45 associazioni, 20 appartengono al distretto di Parma, 11 a quello di Fidenza, 8 al distretto Sud-Est e 6 al distretto Taro-Ceno¹⁹. In riferimento alle attività, 13 svolgono prevalentemente attività in ambito socio assistenziale, 14 in ambito sanitario, 5 nell'ambito dell'ambiente e tutela animali, 3 nell'ambito della ricreazione e cultura, 1 nella protezione civile, 4 nell'ambito dell'istruzione ed educazione e 5 nell'ambito della tutela e promozione dei diritti.

Le domande contenute nei questionari proposti ai responsabili e ai volontari sono di diverso tipo e finalizzate a due obiettivi diversi. Le domande rivolte ai responsabili intendono cogliere le caratteristiche strutturali e le scelte operative delle associazioni. Il questionario responsabili è diviso in 2 sezioni. La prima contiene 45 domande sulle caratteristiche dell'associazione quali:

- il numero di volontari attivi e continuativi, saltuari, di destinatari (diretti e occasionali), di lavoratori retribuiti;

¹⁸ I questionari sono disponibili su richiesta agli autori.

¹⁹ A causa della non disponibilità a partecipare alla ricerca, è stato necessario procedere, in fase di campionamento, alla sostituzione di 10 associazioni (6 nel distretto di Parma, 1 nel distretto di Fidenza e 3 nel distretto Sud-Est).

- il grado di partecipazione alle assemblee e ad altre eventuali forme di partecipazione informale;
- l'organizzazione o il finanziamento di esperienze di formazione per i volontari;
- la frequenza con cui si organizzano momenti di aggregazione (quali cene, gite ecc.) o di sensibilizzazione (discussione su tematiche di carattere sociale, sulla mission dell'associazione) e il loro successo in termini di partecipazione.

La seconda contiene 9 domande su dati strutturali dell'associazione quali l'ambito di attività, l'ambito territoriale di intervento e l'anno di fondazione.

Le domande rivolte ai volontari sono finalizzate a rilevare alcune caratteristiche personali e a indagare la creazione delle varie forme di capitale sociale considerate in seguito all'ingresso del soggetto in associazione. Il questionario volontari è composto da 5 sezioni.

La *prima sezione (A)* comprende una serie di domande di valutazione su vari aspetti connessi all'attività in associazione quali il numero di ore di volontariato prestate, il numero di mesi da cui si svolge volontariato, l'aver frequentato corsi di formazione, la partecipazione in assemblee e in altre riunioni informali, le diverse motivazioni che hanno spinto a diventare volontario ecc.

La *seconda sezione (B)* si concentra sulla presenza di *networks* creatisi tra il volontario e altri soggetti con cui è entrato in contatto tramite l'associazione. Queste domande mirano a verificare se e quanto le relazioni che si instaurano attraverso l'associazione si trasformino in rapporti stabili basati su fiducia e affidabilità fra i diversi soggetti.

La *terza sezione (C)* include domande finalizzate a cogliere elementi connessi alle competenze relazionali dei volontari e domande che indagano sull'impatto che la partecipazione in associazione ha avuto sulla storia lavorativa del soggetto.

La *quarta sezione (D)* comprende domande volte a cogliere se la partecipazione in associazione possa sviluppare, e attraverso quali canali, elementi collegati a varie qualità/caratteristiche pro-sociali dei soggetti quali fiducia nel prossimo, attenzione ai problemi sociali ecc.

La *quinta sezione (E)* raccoglie informazioni individuali relative al volontario quali livello di educazione, età, sesso ecc..

Le domande contenute nei questionari hanno consentito di raccogliere molte informazioni utili sia al fine di elaborare diverse misure di capitale sociale sia per indagare gli aspetti connessi a fattori individuali e a scelte delle associazioni in grado di incidere sulla creazione di capitale sociale nei volontari. La seguente sezione 5 propone una analisi descrittiva in cui si presentano e si analizzano le principali informazioni raccolte attraverso i questionari, a partire proprio dalle sette misure di capitale sociale prodotte. Questa analisi, oltre a offrire un quadro preciso della creazione di capitale sociale nei volontari che partecipano ad associazioni presenti nella provincia di Parma, presenta e commenta nel dettaglio le variabili utilizzate nella sezione 6 per studiare empiricamente le relazioni fra la produzione di capitale sociale e diverse variabili associate sia a scelte operative delle associazioni sia a caratteristiche individuali dei volontari.

5. Indici di capitale sociale e variabili indipendenti

Di seguito si propone sia l'analisi degli indici di capitale sociale elaborati a partire dalle risposte dei volontari raccolte mediante questionario sia le variabili che sono state utilizzate come esplicative nella verifica empirica prodotta nella seguente sezione 6. Le variabili esplicative rappresentano quindi quei possibili elementi ritenuti in grado di spiegare i diversi effetti del volontariato sul livello di capitale sociale nelle tre dimensioni considerate: in termini di *network* sociali, di fiducia e senso civico e di competenze relazionali. In tale ottica, fra le variabili esplicative del capitale sociale, si considerano sia caratteristiche individuali riferite ai volontari, sia caratteristiche riferite alle singole associazioni in cui i volontari prestano la propria attività.

5.1. Indici di capitale sociale

Sette sono gli indici di capitale sociale elaborati. Di questi, quattro fanno riferimento alla dimensione del capitale sociale inteso principalmente come variabile costituita dal *network* di relazioni di collaborazione che caratterizzano gli individui. Due fanno riferimento al capitale sociale inteso come norme di reciprocità, fiducia e senso civico. Una fa riferimento al capitale sociale inteso come competenze relazionali.

E' importante notare fin da subito che le domande da cui si sono ricavati gli indici di capitale sociale fanno esplicitamente riferimento alla creazione di capitale sociale in seguito all'ingresso in associazione. Come si vedrà nella descrizione specifica degli indici, quello che si è misurato è stato l'incremento di capitale sociale creatosi attraverso il coinvolgimento in associazione. I valori degli indici di capitale sociale misurano quindi l'effetto della partecipazione in associazione sullo *stock* preesistente di capitale sociale dei singoli volontari. A titolo di esempio, nel caso degli indici di reti di relazioni, si è sempre specificato nella domanda che si indicassero le persone conosciute dopo o attraverso il coinvolgimento in associazione, escludendo quelle che si frequentano in associazione ma che già si conoscevano prima dell'inizio dell'attività di volontariato.

A Capitale sociale in termini di reti di relazioni

Secondo Coleman, il capitale sociale sarebbe riconducibile al complesso delle relazioni sociali che l'individuo può mobilitare al fine di raggiungere obiettivi altrimenti non realizzabili o realizzabili a costi superiori. In questa ottica, gli agenti in parte erediterebbero il capitale sociale, ad esempio in termini di legami parentali, e, in misura maggiore, lo genererebbero attivamente, tessendo delle reti di relazioni interpersonali. Gli indici costruiti sulla base della definizione di capitale sociale come *networks* di relazioni intendono cogliere la creazione di capitale sociale in termini di reti che si genera grazie alla partecipazione alle associazioni in qualità di volontario. Quattro sono gli indici elaborati in tale ottica che misurano:

1. quanto la partecipazione alle diverse associazioni consenta di instaurare legami tali da prevedere una reciproca collaborazione in situazioni che manifestano una stretta vicinanza
2. quanto la partecipazione alle diverse associazioni consenta di instaurare legami tali da prevedere una reciproca collaborazione in situazioni che manifestano una vicinanza significativa, anche se meno confidenziale di quella prevista al punto precedente
3. quanto la partecipazione alle diverse associazioni ampli, in termini generali, il *network* relazionale dei soggetti coinvolti²⁰
4. quanto, secondo una valutazione soggettiva, le persone conosciute in associazione sarebbero disposte a prestare aiuto in caso di necessità improvvisa

a.1. proxy di capitale sociale in termini di collaborazione stretta (*coll_stretta*)²¹

Per la costruzione dell'indice di capitale sociale che riassume quanto la partecipazione alle diverse associazioni consenta di instaurare legami tali da prevedere una reciproca collaborazione in situazioni che manifestano una stretta vicinanza, si considerano le risposte in merito alle seguenti domande:

²⁰ I dati relativi a questi tre indici che possono soffrire della presenza di *outliers* sono stati elaborati eliminando i valori che potevano considerarsi anomali.

²¹ In parentesi e corsivo il nome della variabile così come esse sono denominate nell'analisi empirica della sezione 6.

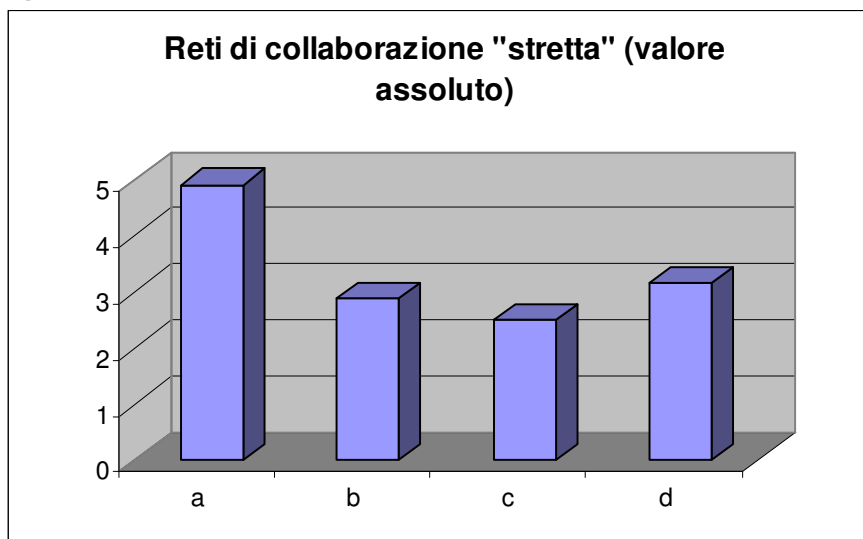
Quante sono **le persone, complessivamente parlando**, che lei ha conosciuto **attraverso** il suo coinvolgimento in questa associazione a cui lei

- | | | |
|---|-------|--------------|
| a. Parlerebbe di eventuali problemi famigliari | _ _ | PEPRO |
| b. Affiderebbe i propri famigliari (bambini/anziani) | _ _ | PEFAM |
| c. Chiederebbe un aiuto per gestire casa nel caso andasse in vacanza | _ _ | PEAIU |
| d. Assistenza reciproca o collaborazione in attività come fare la spesa, accompagnare bambini/anziani/malati a determinate attività, ecc... | _ _ | PEASS |

L'indice aggregato è la media dei valori standardizzati rilevati nelle risposte alle quattro domande descritte. Per una valutazione comparata tra le risposte alle singole domande utilizziamo il grafico in Figura 1 che presenta i valori medi delle risposte e mostra come il valore maggiore si abbia nel rapporto che si instaura in relazione al confidarsi rispetto ad alcuni problemi famigliari. In media, le altre 3 risposte (affidare i propri famigliari, chiedere aiuto per gestire casa in caso di vacanza e assistenza reciproca in attività varie come fare la spesa) assumono valori compresi tra 2 e 3. In particolare, appare interessante notare come:

- più del 90% dei volontari dichiarati di avere almeno una persona conosciuta attraverso l'associazione con cui parlerebbe dei proprio problemi famigliari
- più del 60% dichiarati di avere almeno una persona conosciuta attraverso l'associazione cui affiderebbe i propri famigliari
- circa il 50% dichiarati di avere almeno una persona conosciuta attraverso l'associazione cui chiederebbe aiuto per gestire casa nel caso andasse in vacanza o con cui vi è assistenza reciproca in attività di vario tipo.

Figura 1



a.2. proxy di capitale sociale in termini di collaborazione più generale (*coll_generale*)

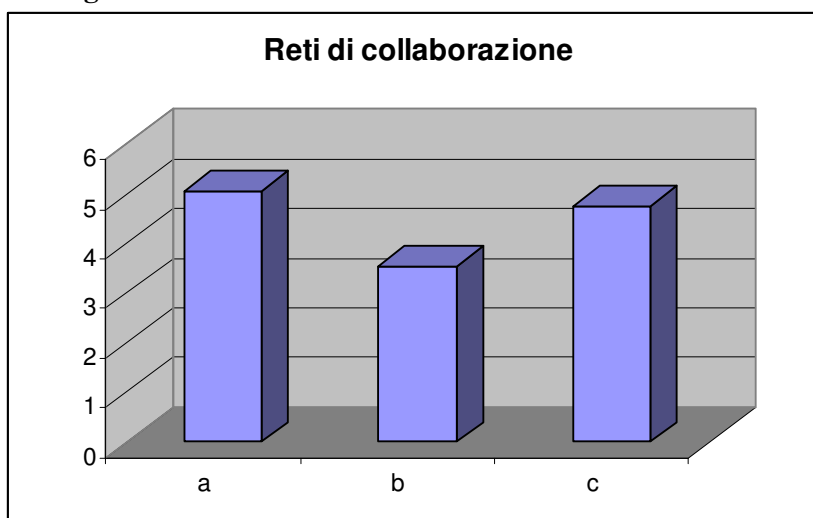
Per la costruzione di questo indice si è fatto riferimento alle risposte fornite alle seguenti domande:

Quante **sono le persone, complessivamente parlando**, che lei ha conosciuto **attraverso** il suo coinvolgimento in questa associazione, con cui esiste un rapporto di collaborazione abituale come

- | | | |
|--|--------|--------------|
| a. Telefonate per chiedere informazioni o consigli | __ __ | PETEL |
| b. Svolgere piccole commissioni | __ __ | PECOM |
| c. Chiederebbe un aiuto per trovare lavoro | __ __ | PELAV |

L'idea è che le forme di collaborazione previste nelle domande utilizzate per la costruzione di questo indice siano meno intense di quelle descritte al paragrafo precedente. Anche in questo caso, l'indice aggregato è la media dei valori standardizzati rilevati nelle risposte. La figura 2 mostra i valori medi delle risposte alle tre singole domande descritte ed evidenzia come il maggior numero di collaborazioni fra i volontari intervistati e soggetti conosciuti attraverso l'associazione riguardi le telefonate per chiedere informazioni e consigli (valore di poco inferiore a 6), seguito dal chiedere aiuto per trovare lavoro e dallo svolgere piccole commissioni.

Figura 2



Nuovamente, si può notare come

- più del 70% dei volontari dichiarati di avere almeno una persona conosciuta attraverso l'associazione cui farebbe telefonate per chiedere informazione e consigli
- circa il 60% dichiarati di avere almeno una persona conosciuta attraverso l'associazione cui chiederebbe aiuto per trovare lavoro o collaborerebbe per svolgere piccole commissioni

a3. proxy di capitale sociale in termini di creazione di network amicali (*numpers*)

Questo indice è costruito a partire dalla risposta alla seguente domanda:

B17 Quante **sono le persone, complessivamente parlando**, che lei ha conosciuto **dopo** essere entrato in associazione e che oggi lei frequenta abitualmente?

NUMPERS _____ (numero)

In media, le persone conosciute dopo essere entrati in associazione e che si frequentano abitualmente sono 8, con un valore massimo pari a 95, un valore minimo pari a 0 e *standard deviation* pari a 12,21. Il 75% dei soggetti dichiara di aver conosciuto almeno una persona attraverso l'associazione che ora si frequenta abitualmente, mentre per il 70% dei soggetti sono almeno 2 le persone conosciute attraverso l'associazione poi entrate nel giro delle frequentazioni abituali.

a4. proxy di capitale sociale in termini di fiducia che le persone conosciute tramite l'associazione sarebbero disposte a prestare aiuto in caso di necessità (*necessità*)

Per la costruzione dell'indice di capitale sociale in termini di fiducia che le persone conosciute tramite l'associazione sarebbero disposte a prestare aiuto in caso di necessità, si è utilizzata la seguente domanda:

A14 Giudichi le seguenti affermazioni:

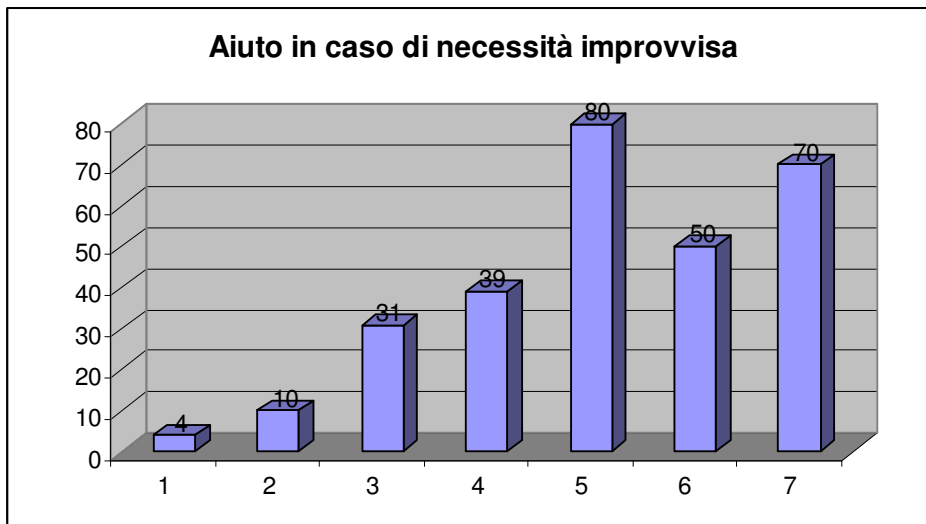
Da 1 (*totale disaccordo*) a 7 (*completamente d'accordo*)

1. le persone conosciute in associazione sarebbero disposte ad aiutarmi in caso di necessità improvvisa

1 2 3 4 5 6 7

L'idea è che questa domanda possa offrire una interessante indicazione circa la qualità dei rapporti che si instaurano grazie alla partecipazione all'associazione tra volontari e altri soggetti. La figura 3 mostra come la grande maggioranza degli intervistati (oltre il 70%) abbia dato risposte maggiori o uguali al 5 (80 persone hanno risposto 5; 50 hanno risposto 6 e 70 hanno risposto 7). Ciò sembra rivelare come gli intervistati abbiano la percezione di essere entrati in contatto, attraverso l'associazione, con soggetti che sarebbero disposti ad aiutarli in caso di necessità, rivelando quindi la percezione di aver avviato conoscenze basate su una qualche forma di fiducia e affidabilità.

Figura 3



B Capitale sociale in termini di fiducia e senso civico

La seconda accezione di capitale sociale considerata, rispetto alla quale vengono costruiti due indicatori sintetici, riguarda “*la fiducia, le norme che regolano la convivenza, le reti di associazionismo civico, elementi che migliorano l'efficienza dell'organizzazione sociale promuovendo iniziative prese di comune accordo*” (Putnam et al. 1993, p.196).

b1 proxy di capitale sociale in termini di fiducia generalizzata (*fiducia*)

Al fine di elaborare l'indice di capitale sociale in termini di fiducia generalizzata, si utilizza la voce del questionario in cui viene domandato, a livello soggettivo, quale sia la fiducia che si ritiene di avere sviluppato partecipando come volontario attivo e continuativo all'associazione.

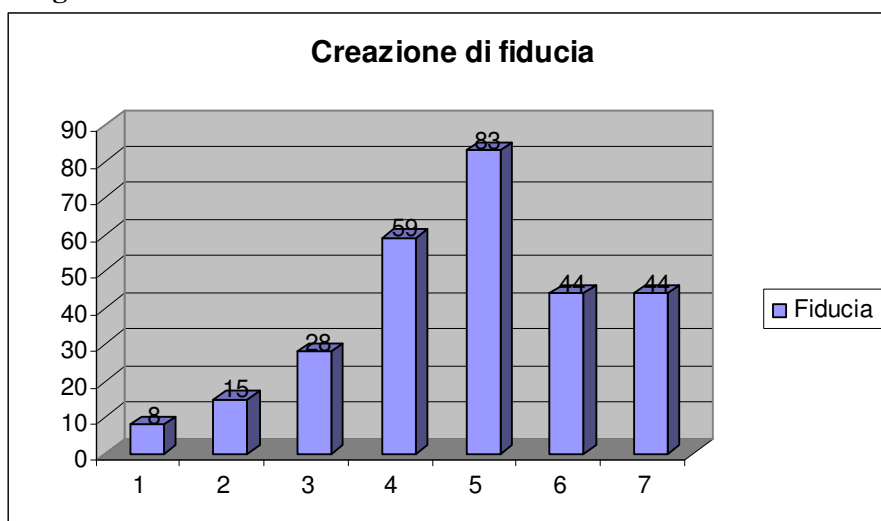
Tabella 1

Da 1 (pochissimo) a 7 (moltissimo), quanto ritiene di aver sviluppato le seguenti caratteristiche partecipando alla vita dell'associazione?	
5. Fiducia nel prossimo	1 2 3 4 5 6 7
media 4.8	

La scala di riferimento della domanda si basa su un valore di 7 gradi crescenti che va da 1 (pochissimo) a 7 (moltissimo). L'indice così individuato vuole dunque rappresentare una *proxy* del livello di capitale sociale in termini di fiducia generalizzata²² sviluppato dai volontari in associazione. Secondo questo approccio, "il capitale sociale è una risorsa che nasce dal prevalere della fiducia nella società o in una parte di essa" e "la fiducia è l'aspettativa, che nasce all'interno di una comunità, di un comportamento prevedibile, corretto e cooperativo, basato su norme comunemente condivise, da parte dei suoi membri" (Fukuyama 1996, p.40).

Da un'analisi descrittiva dell'indice di capitale sociale in termini di fiducia risulta come, nel campione complessivamente analizzato, la percezione predominante della fiducia sviluppata si colloca ad un livello medio-alto con un valore medio pari a 4.8. Come viene descritto in figura 4, l'82%, pari a 230 intervistati, attesta la fiducia generata nel corso dell'attività in associazione a un livello pari o superiore a 4. Se ci concentriamo sulle dichiarazioni pari o superiori a 5, il numero di risposte è pari a 170, ossia il 61% dei soggetti rispondenti.

Figura 4



²² In letteratura troviamo il riferimento ad un indice di fiducia generalizzata in diversi studi che si basano su analisi di dati del *World Value Survey* (Knack e Keefer, 1997; Zak e Knack 2001; Knack 2002).

b2 proxy di capitale sociale in termini di senso civico (*civiness*)

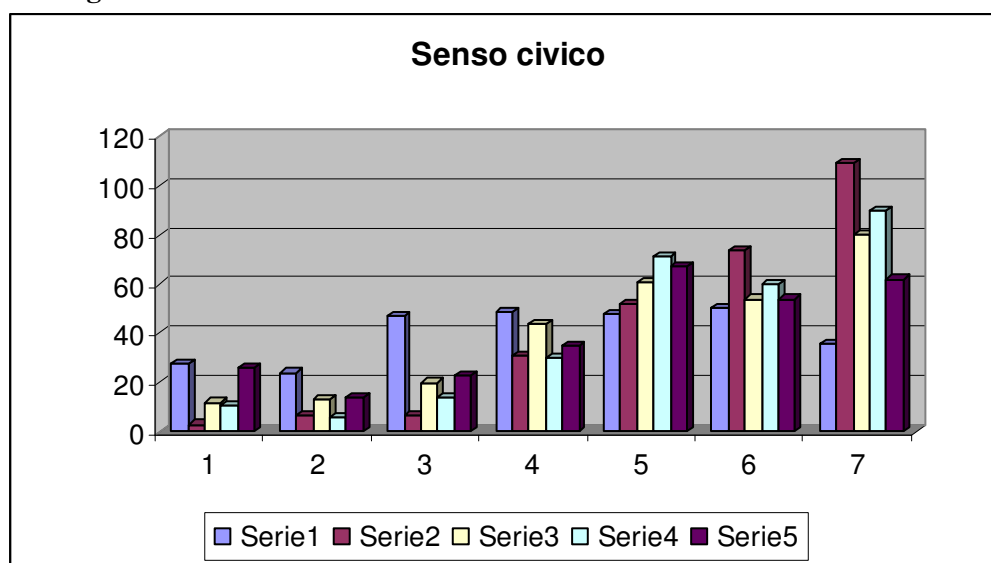
Al fine di elaborare l'indice di capitale sociale in termini di senso civico (*civiness*), si è calcolata la media aritmetica semplice delle seguenti domande.

Tabella 2

Da 1 (pochissimo) a 7 (moltissimo), quanto ritiene di aver sviluppato le seguenti caratteristiche partecipando alla vita dell'associazione?	
1. Attenzione ai problemi sociali e politici di carattere nazionale media 4.3	1 2 3 4 5 6 7
2. Desiderio di essere utile agli altri media 5.8	1 2 3 4 5 6 7
3. Convinzione che dei problemi comuni uno deve farsi carico in prima persona media 5.2	1 2 3 4 5 6 7
4. Interesse per i problemi della comunità in cui vivo media 5.4	1 2 3 4 5 6 7
5. Attenzione alle politiche sociali locali media 4.8	1 2 3 4 5 6 7

Le domande considerano la dichiarazione soggettiva del rispondente rispetto alla creazione, grazie alla partecipazione in associazione, di una serie di "virtù civiche" rappresentante dall'interesse verso la comunità e i problemi che la riguardano. La figura 5 mostra l'andamento delle risposte dei volontari alle singole domande utilizzate per costruire l'indice aggregato di *civiness*, mentre in tabella 2 si riportano i valori medi delle risposte fornite a ciascun quesito.

Figura 5



Tanto i valori medi, quanto l'andamento rivelato dalla figura 5 sembrano confermare la percezione di una crescita dell'indice di *civiness* legata alla partecipazione alla vita dell'associazione.

C. Capitale sociale in termini di competenze relazionali acquisite prestando attività volontaria in associazione (competenze relazionali)

Nella costruzione di questa *proxy* si fa riferimento alla definizione di capitale sociale inteso come competenza relazionale individuale in termini di caratteristiche personali che un soggetto acquisisce e utilizza nelle interazioni con gli altri. L'analisi che ha contribuito all'elaborazione di questa definizione di capitale sociale è quella proposta da Glaeser, Laibson e Sacerdote (2000) i quali parlano di "*individual social capital*" riferendosi a quella componente del capitale umano individuale che riguarda le interazioni con altri soggetti. In quest'ottica, il capitale sociale può essere definito come l'insieme di quelle caratteristiche personali, quali il carisma e le capacità relazionali, che un soggetto può sfruttare per ottenere benefici dalle interazioni con altri.

Sulla base di tale approccio, al fine di elaborare l'indice di capitale sociale in termini di competenze relazionali, si utilizza la domanda del questionario in cui viene chiesto, in termini soggettivi, il livello con cui si ritiene di aver sviluppato tre diverse capacità relazionali partecipando all'associazione (tabella 3).

Tabella 3

Da 1 (pochissimo) a 7 (moltissimo) con quale intensità ritiene di aver sviluppato le seguenti capacità partecipando alla vita dell'associazione?	
1. Capacità di lavorare in gruppo media 5	1 2 3 4 5 6 7
2. Capacità di capire i problemi degli altri media 5.2	1 2 3 4 5 6 7
3. Capacità di relazionarmi con gli altri media 5.4	1 2 3 4 5 6 7

Le abilità descritte in tabella 3, se rafforzate o create in associazione, sono poi potenziali qualità che entrano a fare parte del bagaglio di "esperienze e competenze individuali" che il soggetto ha sviluppato e possono essere apportate e trasferite nella vita quotidiana.

La scala di riferimento per ogni singola voce si basa su un valore di 7 gradi crescenti che va da 1 (pochissimo) a 7 (moltissimo). L'indice viene costruito come media aritmetica della somma dei tre valori rilevati.

Dall'analisi delle singole variabili che compongono l'indice *competenze relazionali* così costruito, emerge, una concentrazione delle risposte attorno ai valori medio alti (Tabella 3 e Figure 6, 7 e 8). La media delle risposte è pari a 5 per quanto riguarda la capacità di lavorare in gruppo, pari a 5.2 per la capacità di capire i problemi degli altri e pari a 5.4 per la capacità di relazionarsi con gli altri. Inoltre, per quanto riguarda la competenza relativa alla capacità di lavorare in gruppo, 191 soggetti, pari al 68%, hanno risposto con un valore maggiore o uguale a 5; per quanto riguarda la capacità di capire i problemi degli altri, 201 soggetti, pari al 71%, hanno risposto un valore maggiore o uguale a 5; nel caso della capacità di relazionarmi con gli altri sono stati 211 i soggetti, pari al 75%, che hanno risposto con una valutazione maggiore o uguale a 5.

Figura 6

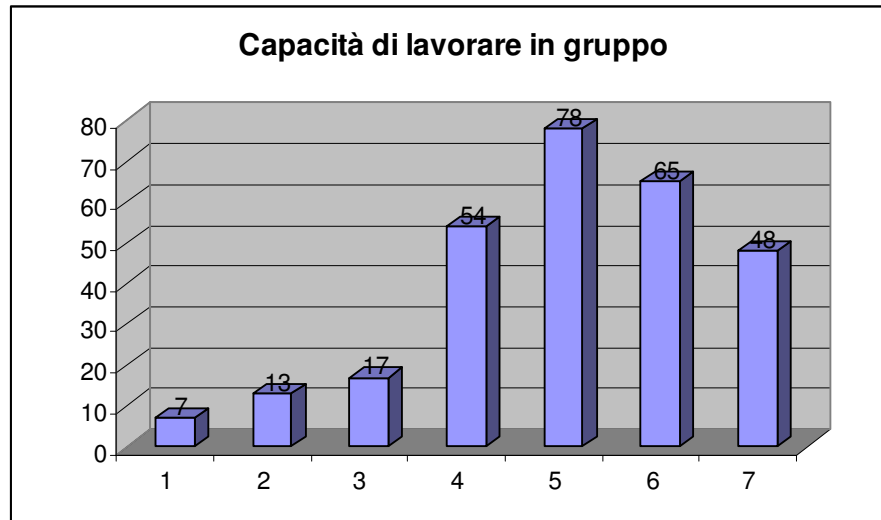


Figura 7

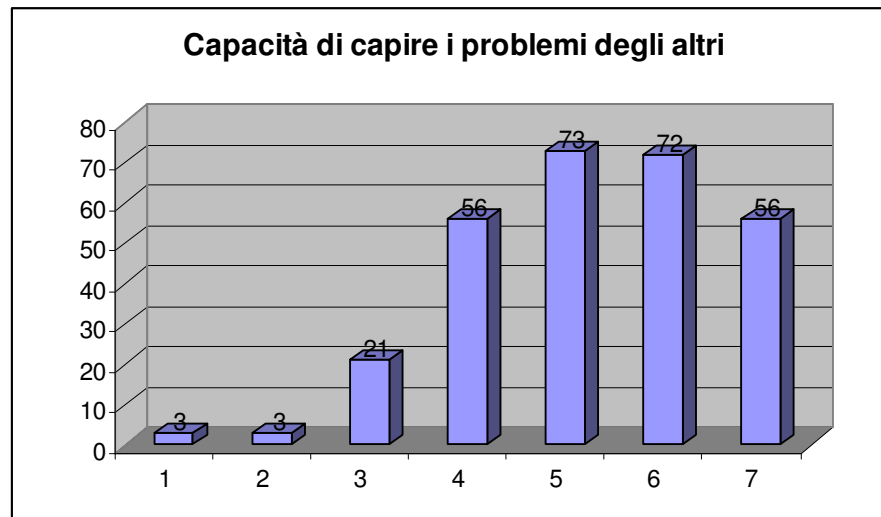
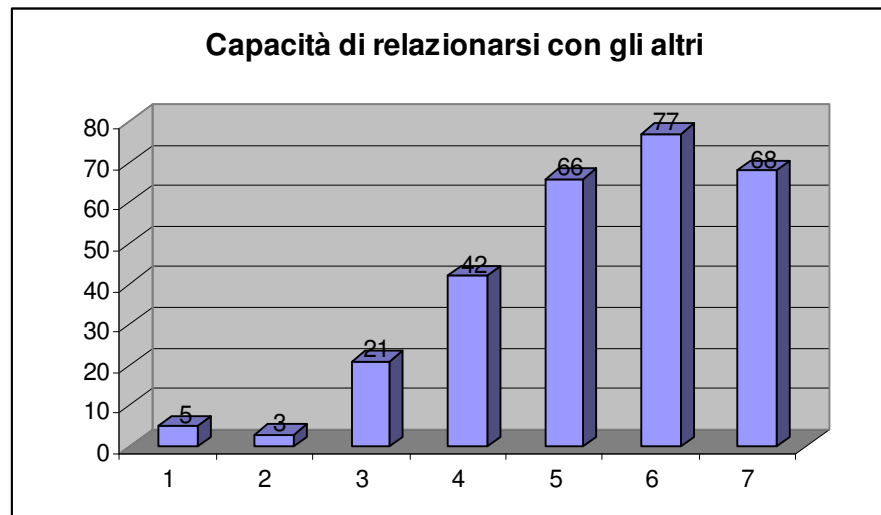


Figura 8



5.2. Variabili esplicative

Le variabili descritte in questa sezione fanno riferimento ai fattori che, a livello teorico, possono spiegare la creazione di capitale sociale dei soggetti attraverso la loro attività di volontariato. Di seguito si propone quindi una analisi descrittiva di queste variabili che, nella sezione 6, sono messe in relazione agli indici di capitale sociale al fine di valutare l'effettivo impatto statistico che esse hanno sulla produzione di capitale sociale.

Le variabili esplicative sono distinguibili in due principali categorie. Quelle misurate in relazione ai singoli volontari intervistati (variabili esplicative individuali), e quelle misurate a livello di associazione (variabili esplicative a livello di associazione).

5.2.1. Variabili esplicative individuali

Queste variabili si riferiscono alle risposte fornite da ogni singolo volontario sulle proprie condizioni personali o su valutazioni espresse a livello individuale in relazione alla propria attività o presenza in associazione. Le variabili considerate sono:

- a) età (*etavol*)
- b) titolo di studio (*studio*)
- c) sesso (*female*)
- d) valutazione relativa agli aspetti rilevanti nella scelta di diventare volontario distinguendo tra:
 - motivazioni di carattere ideale (*motideali*)
 - motivazioni connesse ad aspetti di socialità (*motsociali*)
 - desiderio di imparare a fare cose nuove (*motnuovo*)
- e) valutazione relativa al grado di motivazione attuale rispetto alla propria attività di volontario (*motivazioneattuale*)
- f) valutazione relativa a quanto i responsabili dell'associazione si siano impegnati per favorire l'ambientamento in associazione (*ambre*)
- g) partecipazione a corsi di formazione legati a specifici aspetti relazionali (*formazione*)
- h) valutazione circa la frequenza con cui si entra in contatto, attraverso l'attività di volontariato, con varie categorie di soggetti (altri volontari, destinatari ecc.) (*contatto*)

a) età (*etavol*)

Variabile costruita sulla domanda in cui viene chiesta la data di nascita del volontario. L'età viene calcolata prendendo come riferimento il 2007 (anno della somministrazione del questionario).

Anno di nascita	_ _ _ _
-----------------	------------

L'età media dei volontari è di 49 anni, con un minimo di 16, un massimo di 86 e *standard deviation* pari a 16.15.

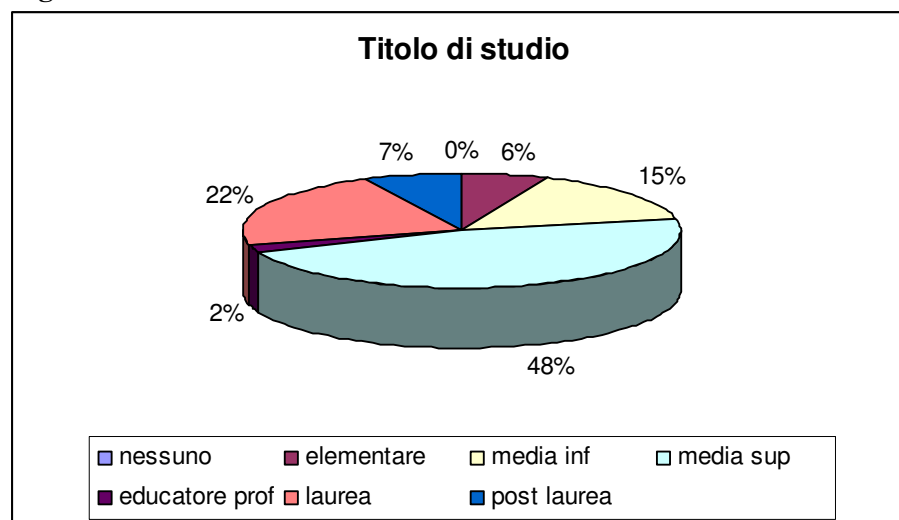
b) titolo di studio (*studio*)

Variabile che corrisponde alla seguente classificazione sulla base delle risposte dei volontari.

Titolo di studio	STUD
Nessuno	1
Licenza elementare	2
Licenza media inferiore	3
Licenza media superiore	4
Educatore/animatore professionale	5
Laurea	6
Specializzazione post-laurea	7

Come si osserva nella figura 9, la maggioranza di volontari è in possesso del diploma di scuola media superiore, mentre il 29% ha un titolo di studio pari o superiore alla laurea.

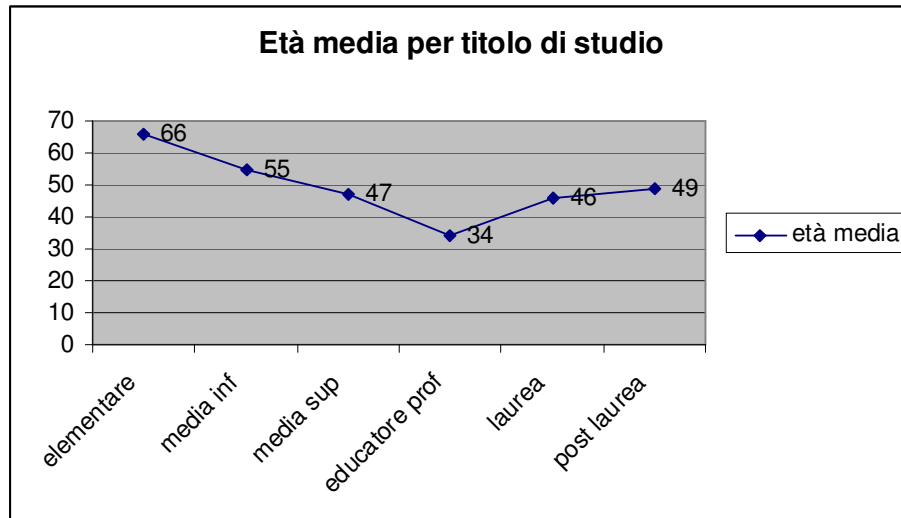
Figura 9



Come mostra la figura 10, il titolo di studio è significativamente associato alla struttura di età dei volontari. Il *trend* segnala una tendenza ad avere in futuro volontari con livelli di istruzione mediamente superiori a quelli attuali. Ciò presenta possibili conseguenze e potenzialità, in termini di gestione delle risorse umane (presumibilmente con più alto capitale umano), per le associazioni di volontariato, che dovrebbero entrare in contatto con soggetti in possesso di titoli di studio più elevati²³.

²³ Un valore particolare è quello assunto dal titolo di educatore professionale. Il basso valore della media di età in questo caso è presumibilmente spiegato dal fatto che tale qualifica è stata introdotta solo in anni recenti.

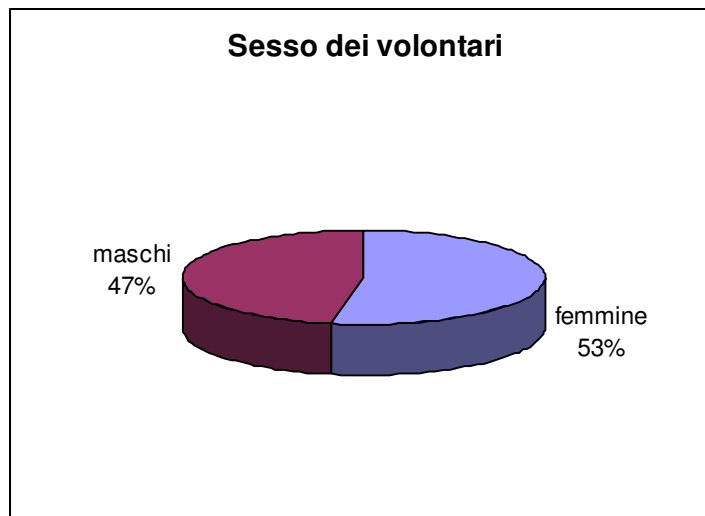
Figura 10



c) sesso (*female*)

Questa variabile è una *dummy* che assume valore 1 se il soggetto è una femmina. Complessivamente, i volontari intervistati sono in maggioranza femmine (152 contro 136 maschi) (Figura 11).

Figura 11



d) valutazione relativa agli aspetti rilevanti nella scelta di diventare volontario

Tre sono le variabili costruite in relazione alla valutazione offerta dai volontari rispetto alle loro motivazioni al momento di iniziare l'attività di volontariato. La domanda di riferimento al fine di comprendere le ragioni della scelta di divenire volontario è la seguente:

A05 Rispetto alla sua scelta di divenire volontario, quanto hanno contato i seguenti aspetti:
 Da 1 (*pochissimo*) a 7 (*moltissimo*)

Rispetto alla quale si sono considerate le seguenti opzioni:

	Pochissimo							Moltissimo	
	↓							↓	
1. Il desiderio di ampliare il numero delle mie conoscenze e/o amicizie	1	2	3	4	5	6	7		MOTAM
2. Motivazioni di carattere ideale	1	2	3	4	5	6	7		MOTID
3. Il fatto che altri miei amici siano volontari	1	2	3	4	5	6	7		MOTVO
4. Il desiderio di imparare a fare cose nuove	1	2	3	4	5	6	7		MOTNU
5. Il desiderio di sentirmi utile per gli altri	1	2	3	4	5	6	7		MOTUT
6. La ricerca di un riconoscimento sociale	1	2	3	4	5	6	7		MOTSO

In particolare, l'opzione 4 (il desiderio di imparare a fare cose nuove) è stata selezionata come variabile singola che assume il nome di *motnuovo*. Questa variabile assume quindi valori da 1 a 7.

Sulle altre 5 opzioni è stata condotta un'analisi fattoriale dalla quale sono emerse con chiarezza due componenti principali. La prima, altamente correlata con le opzioni 1 (desiderio di ampliare il numero delle mie conoscenze e/o amicizie), 3 (il fatto che altri miei amici siano volontari) e 6 (la ricerca di un riconoscimento sociale) è interpretata come una componente in grado di cogliere la scelta dei soggetti di diventare volontari connessa alla volontà di acquisire riconoscimento e prestigio all'interno del contesto sociale in cui si vive. La seconda componente, altamente correlata alle opzioni 2 (motivazioni di carattere ideale) e 5 (il desiderio di sentirmi utile per gli altri) è interpretata come una componente in grado di cogliere le motivazioni di carattere ideale che guidano la scelta dei soggetti di diventare volontari. I punteggi associati a queste due componenti sono quindi due variabili considerate nella verifica empirica denominate *mot sociali* e *motideali*.

Complessivamente, dunque, tre variabili esprimono le motivazioni che hanno caratterizzato la scelta dei soggetti di divenire volontari:

motnuovo: esprime la motivazione connessa al desiderio di imparare a fare cose nuove

mot sociali: esprime la motivazione legata ad aspetti di riconoscimento sociale e raccoglie le risposte date alle tre opzioni: desiderio di ampliare il numero delle mie conoscenze e/o amicizie e il fatto che altri miei amici siano volontari; la ricerca di un riconoscimento sociale

motideali: esprime la motivazione legata ad aspetti ideali e deriva dalla considerazione delle risposte alle opzioni: motivazioni di carattere ideale e il desiderio di sentirmi utile per gli altri.

e) valutazione relativa al grado di motivazione attuale rispetto alla propria attività di volontario (*motivazione attuale*)

Variabile costruita a partire dalla domanda:

D04 Da 1 (*Pochissimo*) a 7 (*Moltissimo*) quanto si sente motivato nella sua attività di volontario?
MOTTT

Pochissimo		Moltissimo				
↓		↓				
1	2	3	4	5	6	7

Tale variabile assume come valore medio 5.84 con valore minimo 2, valore massimo 7 e *standard deviation* pari a 1.07. I volontari intervistati dichiarano quindi tendenzialmente un elevato grado di motivazione nello svolgere la loro attività.

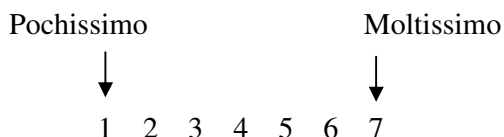
f) valutazione relativa a quanto i responsabili dell'associazione si siano impegnati per favorire l'ambientamento in associazione (*ambre*)

Variabile finalizzata a cogliere l'impegno che i responsabili dell'associazione di volontariato mettono nel far sentire a proprio agio e nel favorire l'integrazione di nuovi volontari.

Questa variabile è costruita sulla base delle risposte alla domanda:

C10 *Da 1 (pochissimo) a 7 (moltissimo) quanto i responsabili dell'associazione si sono impegnati per favorire il suo ambientamento in associazione (con presentazioni collettive, cene di benvenuto ecc.)*

AMBRE



In generale, le risposte a questa domanda indicano la percezione di un discreto impegno dei responsabili nel favorire l'ambientamento in associazione, avendo tale variabile media pari a 5.26, valore minimo 1, massimo 7 e *standard deviation* 1.66.

g) partecipazione a corsi di formazione legati a specifici aspetti relazionali (*formazione*)

Variabile che assume valore 1 se il volontario ha frequentato, durante la propria attività di volontariato in associazione, almeno un corso di formazione su temi legati a:

- | | |
|---|--------------------------------------|
| 1. Aspetti legati alla gestione delle relazioni con i destinatari | <input type="checkbox"/> FOR2 |
| 2. Gestione delle risorse umane | <input type="checkbox"/> FOR5 |
| 3. Mission dell'associazione | <input type="checkbox"/> FOR6 |

Questi tre aspetti di formazione sono quelli considerati fra le diverse opzioni relative ai tipi di corsi di formazione²⁴, in quanto sono quelli che maggiormente sembrano in grado, a livello teorico, di incidere sulla creazione di capitale sociale dei volontari. Fra i soggetti intervistati sono 98 i volontari che hanno frequentato almeno un corso all'interno di una delle 3 categorie considerate.

h) valutazione circa la frequenza con cui si entra in contatto, attraverso l'attività di volontariato, con varie categorie di soggetti (altri volontari, destinatari ecc.) (*contatto*)

Variabile ricavata come media aritmetica delle risposte fornite alle seguenti domande:

²⁴ La domanda relativa alla frequenza dei corsi di formazione prevede anche le opzioni relative a corsi su: Aspetti amministrativo/contabili, Formazione professionale legata al servizio erogato e Aspetti economici e finanziari.

B06 Nello svolgere la sua attività di volontario, con che frequenza lei:

	1) mai	2) qualche volta all'anno (meno di 6)	3) circa 1 volta ogni 2 mesi	4) 1 o più volte al mese (meno di 4)	5) Ogni settimana
1. realizza attività di gruppo con altri volontari attivi e continuativi GCONT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. realizza attività di gruppo con volontari saltuari GSALT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. entra in contatto diretto con destinatari dell'attività dell'associazione CDIRE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. entra in contatto con famigliari dei destinatari dell'attività dell'associazione CFAMI	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. entra in contatto con rappresentanti delle istituzioni locali (quali amministratori locali, dirigenti di enti pubblici, rappresentanti di quartiere ecc.) RAPPRLO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. entra in contatto con esponenti della comunità locale interessati a vario titolo all'attività dell'associazione (cittadini, membri di altre associazioni ecc.) CESPLO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. entra in contatto con dirigenti/amministratori di aziende private CPRIV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Data la caratteristica degli indici di capitale sociale costruiti, l'idea è che al crescere dei contatti che i volontari hanno con altri soggetti nell'ambito della loro attività di volontariato, crescono le possibilità di aumentare alcune dimensioni di capitale sociale (in particolare il capitale sociale in termini di *network*). Le figure 12, 13, 14, 15, 16, 17 e 18 danno un'idea della frequenza con cui i volontari intervistati entrano in contatto con le varie categorie descritte nella tabella ora introdotta.

In generale, i volontari entrano in contatto più frequentemente con due categorie: altri volontari continuativi (figura 12), e destinatari dell'attività dell'associazione (figura 14). Relativamente meno frequenti sono i rapporti con dirigenti di organizzazioni *for profit* (Figura 18).

Figura 12

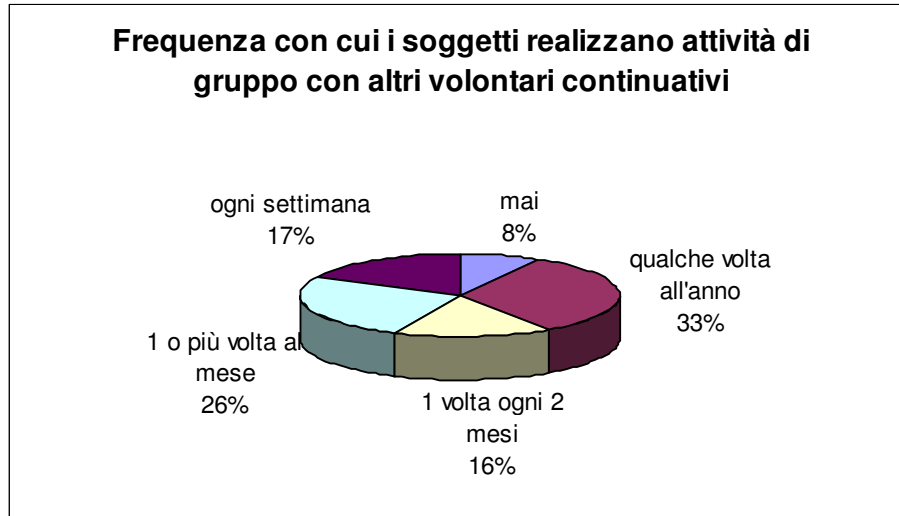


Figura 13

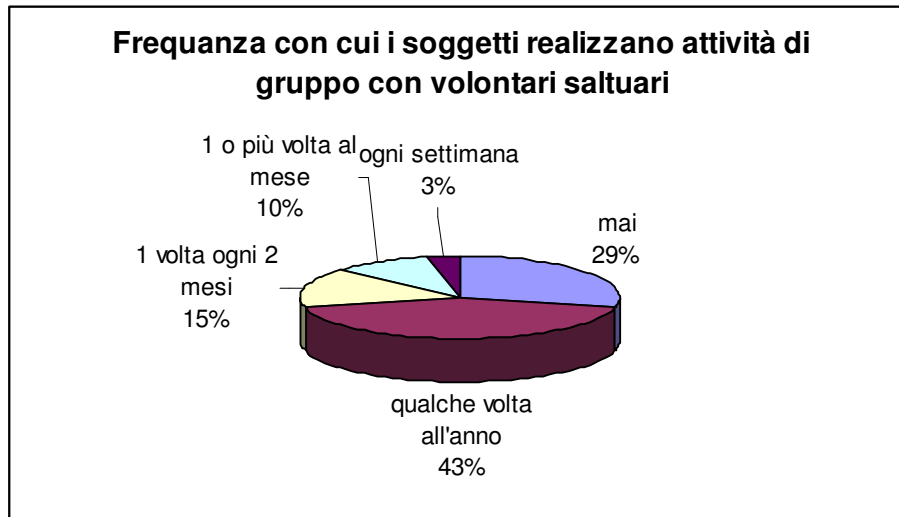


Figura 14

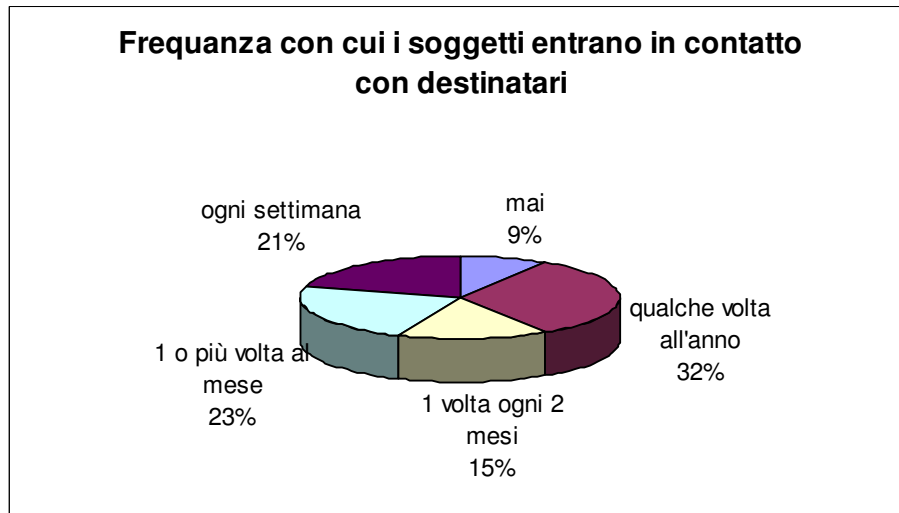


Figura 15

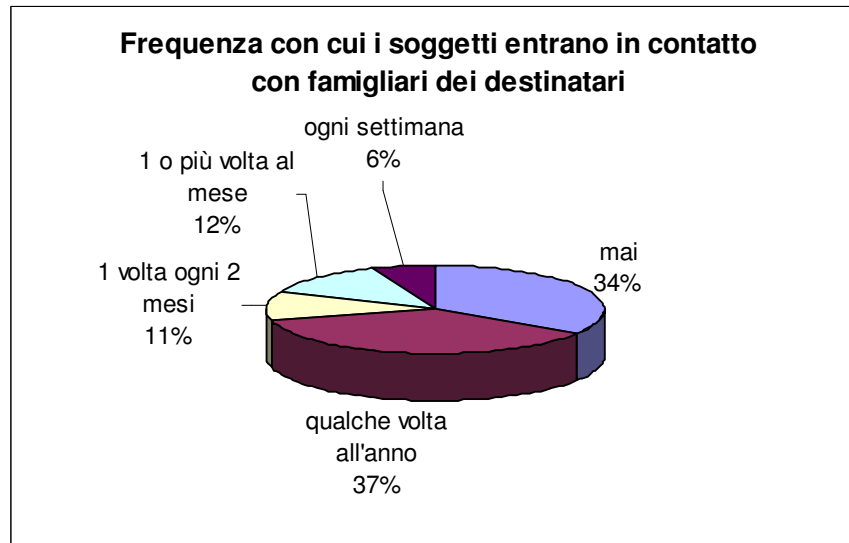


Figura 16

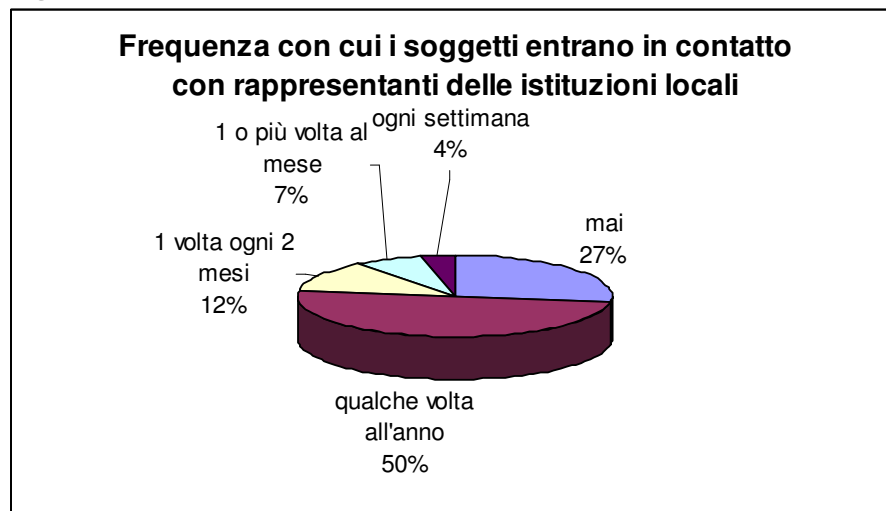


Figura 17

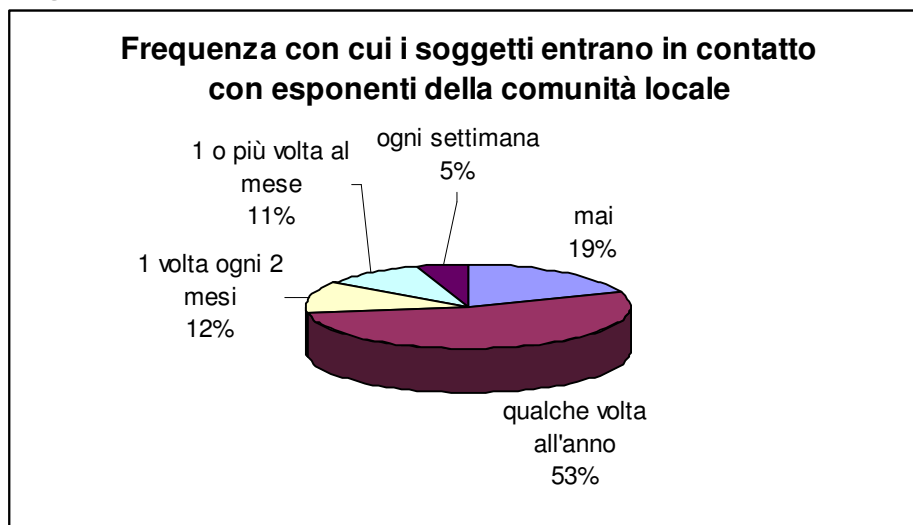
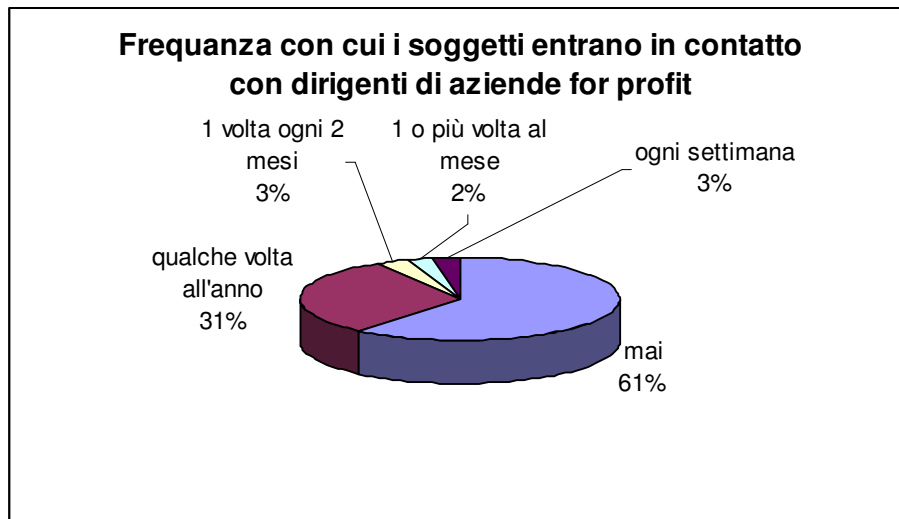


Figura 18



5.2.2. variabili esplicative a livello di associazione

Queste variabili si riferiscono a risposte fornite dai responsabili in relazione a caratteristiche strutturali e/o scelte operative delle associazioni.

In particolare 8 sono le variabili considerate:

- a) il numero di anni da cui è attiva l'associazione (*anniass*)
- b) l'ambito territoriale in cui l'associazione opera (*ambito*)
- c) numero di volontari che presta in associazione un impegno pari ad almeno un ora al mese (*volsalm*)
- d) numero di lavoratori retribuiti (*lavoratori*)
- e) numero di destinatari diretti dell'attività dell'associazione (*destinatari_diretti*)
- f) numero di soci, iscritti, tesserati non attivi (*soci*)
- g) frequenza con cui l'associazione promuove momenti di dialogo e sensibilizzazione fra i soggetti in essa coinvolti (*sensibilizzazione*)
- h) frequenza con cui l'associazione promuove incontri non istituzionali e informali per discutere aspetti legati in generale alle attività e/o alle strategie dell'associazione (*incontriinformali*)

a) numero di anni da cui è attiva l'associazione (*anniass*)

Variabile che coglie il numero di anni da cui l'associazione è attiva considerando come riferimento il 2007. In media, le associazioni incluse nel campione sono attive da 20.7 anni, con un minimo di 1 anno, un massimo di 81 e *standard deviation* pari a 14.08

b) ambito territoriale in cui l'associazione opera (*ambito*)

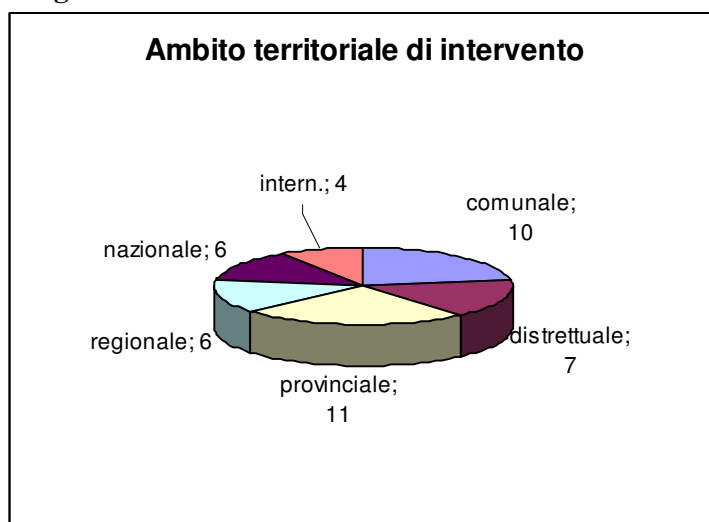
Questa variabile descrive l'area territoriale di intervento dell'associazione. La scala delle risposte rilevate è definita in valori crescenti da 1 a 6. La domanda di riferimento nel questionario dei responsabili è la seguente:

B03 Ambito territoriale di intervento:
AMBITO

- 1. Comunale
- 2. Distrettuale
- 3. Provinciale
- 4. Regionale
- 5. Nazionale
- 6. Internazionale

Come si vede dalla figura 19, la maggioranza delle associazioni (11) è attiva a livello provinciale, 10 sono attive a livello comunale e 7 a livello distrettuale.

Figura 19



c) numero di volontari che presta in associazione un impegno pari ad almeno un ora al mese (*volsalm*)

Questa variabile considera il numero di volontari che prestano in associazione almeno un ora al mese. In media le associazioni del campione hanno 42.26 volontari che prestano almeno un ora di attività volontaria al mese in associazione, ma tale valore è molto variabile a seconda delle associazioni, presentando un minimo pari a 2, un massimo pari a 350 e una *standard deviation* pari a 72.69.

d) numero di lavoratori retribuiti (*lavoratori*)

Variabile che rileva il numero di lavoratori retribuiti. Ben 38 associazioni non hanno lavoratori retribuiti. Sei associazioni hanno invece soggetti che prestano lavoro remunerato. Due associazioni occupano una sola persona, una associazione ne occupa 3, una 4, una 7 e una 14.

e) numero di destinatari diretti dell'attività dell'associazione (*destinatari_diretti*)

Variabile elaborata sulla base della domanda:

A11 Quanti sono i destinatari diretti dell'attività dell'associazione? (in media considerando l'attività a regime dell'associazione)
DESSTR _____ (numero)

Per destinatari diretti si intendono “soggetti cui è rivolta l'attività dell'associazione e che instaurano un rapporto non occasionale con l'associazione stessa es.: utenti continuativi dei servizi prodotti, soggetti che di frequente si recano in associazione per informarsi sull'attività svolta ecc.” I destinatari diretti sono stati distinti dai destinatari occasionali definiti come “soggetti raggiunti dall'attività dell'associazione in modo occasionale: es. perchè ricevono materiale informativo occasionalmente durante manifestazioni, convegni ecc., perchè contattati una tantum per attività annuale ecc.”.

In media le associazioni hanno 207.05 destinatari diretti, con un *range* di variazione che va da un minimo di nessun destinatario a un massimo di 2000 (*standard deviation* pari a 415.29)

f) numero di soci, iscritti, tesserati non attivi (soci)

Variabile che registra:

A07 Quanti sono i soci, iscritti, tesserati non attivi?
NONATT _____

Anche questa variabile, come quella relativa ai destinatari diretti, rivela notevoli differenze tra le associazioni del campione, assumendo un valore medio pari a 444, un valore minimo di 0, un massimo di 5.500 e una deviazione *standard* di 1036.75.

g) frequenza con cui l'associazione promuove momenti di dialogo e sensibilizzazione fra i soggetti in essa coinvolti (sensibilizzazione)

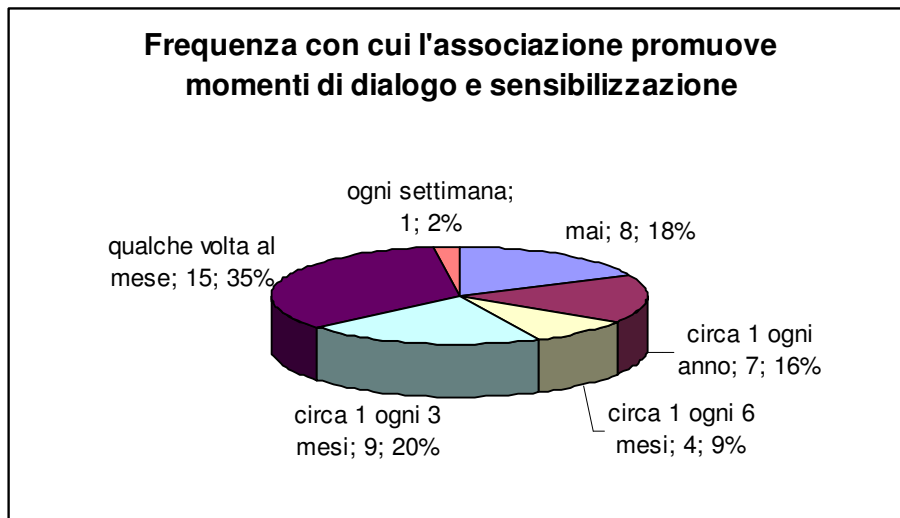
Variabile costruita a partire dalla domanda rivolta ai responsabili in cui si chiede:

A36 L'associazione promuove momenti di dialogo e sensibilizzazione fra i soggetti in essa coinvolti?
SENSPER

- | | | |
|--|--------------------------|--|
| 1. No | <input type="checkbox"/> | →(Se ha risposto No passi a domanda A38) |
| 2. Sì tutte le settimane | <input type="checkbox"/> | |
| 3. Sì, qualche volta al mese (meno di 4) | <input type="checkbox"/> | |
| 4. Sì, circa 1 ogni 3 mesi | <input type="checkbox"/> | |
| 5. Sì, circa 1 ogni 6 mesi | <input type="checkbox"/> | |
| 6. Sì, circa 1 ogni anno | <input type="checkbox"/> | |

I valori ricodificati di questa variabile sono 1=No; 2=Sì, circa 1 ogni anno; 3=Sì, circa 1 ogni 6 mesi; 4= Sì, circa 1 ogni 3 mesi; 5= Sì, qualche volta al mese (meno di 4); 6= Sì tutte le settimane. Come mostra la figura 20, 15 associazioni (pari al 35% del campione) promuovono momenti di dialogo e sensibilizzazione fra i soggetti in essa coinvolti qualche volta al mese (meno di 4 volte). Solo 1 associazione promuove questi momenti ogni settimana e 8 associazioni non ne organizzano in alcun momento.

Figura 20



h) frequenza con cui l'associazione promuove incontri non istituzionali e informali per discutere aspetti legati in generale alle attività e/o alle strategie dell'associazione (*incontri informali*)

Variabile elaborata a partire dalla domanda:

A19 A parte gli incontri formali previsti dall'associazione (assemblea), si realizzano altri incontri non istituzionali e informali per discutere aspetti legati in generale alle attività e/o alle strategie dell'associazione? [*Organizzazione di attività, modalità di conduzione dell'associazione etc.*]

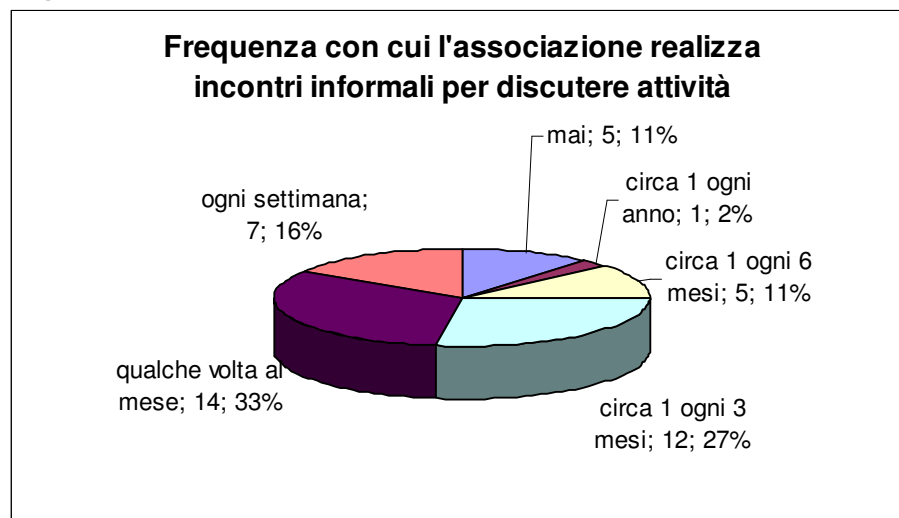
INCINF

1. No
2. Sì tutte le settimane
3. Sì, qualche volta al mese (meno di 4)
4. Sì, circa 1 ogni 3 mesi
5. Sì, circa 1 ogni 6 mesi
6. Sì, circa 1 ogni anno

<input type="checkbox"/>	→(Se ha risposto No passi a domanda A24)
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	

Anche i valori di questa variabile sono stati ricodificati nel modo seguente: 1=No; 2=Sì, circa 1 ogni anno; 3=Sì, circa 1 ogni 6 mesi; 4= Sì, circa 1 ogni 3 mesi; 5= Sì, qualche volta al mese (meno di 4); 6= Sì tutte le settimane.

Figura 21



Dalla figura 21 emerge che tutte le associazioni tranne 5 (pari all'11% del campione) organizzano incontri informali. Sette organizzazioni ogni settimana, 14 qualche volta al mese, 12 circa ogni 3 mesi, 5 circa ogni 6 mesi e 1 circa ogni anno.

6. Capitale sociale e volontariato: una verifica empirica su dati micro riferiti alla provincia di Parma

Una volta osservato come la partecipazione ad associazioni produca un sostanziale incremento nel capitale sociale dei volontari attivi e continuativi, in questa sezione ci si propone di indagare empiricamente se esistano specifiche caratteristiche individuali che possano favorire la produzione di capitale sociale e se vi siano scelte strategiche delle associazioni che possano incidere significativamente sulla loro capacità di generare diverse forme di capitale sociale. Come già evidenziato, tre principali dimensioni di capitale sociale sono state considerate: il capitale sociale in termini di reti di relazioni create fra i volontari attivi e continuativi e diversi soggetti coinvolti nell'attività dell'associazione, il capitale sociale in termini di fiducia generalizzata e senso civico sviluppati dai volontari all'interno dell'associazione e il capitale sociale in termini di competenze relazionali acquisite prestando la propria attività di volontario. Complessivamente, sette misure di capitale sociale sono state costruite a partire dai dati raccolti attraverso i questionari, in quanto la prima forma di capitale sociale – le reti di relazioni - è stata scomposta in quattro componenti. Tutte e sette le *proxy* sono elaborate in capo ai singoli soggetti intervistati. E' quindi rispetto a ciascun soggetto che viene valutato l'impatto che la partecipazione all'associazione ha avuto in termini di creazione di capitale sociale. Le sette *proxy* sono tutte costruite a partire da valutazioni soggettive espresse dagli intervistati all'interno del questionario loro somministrato. E' opportuno quindi avere presente come tali misure non abbiano carattere oggettivo, e non siano perciò esenti da alcune critiche generalmente rivolte agli indici soggettivi, per altro ampiamente usati nella letteratura sul capitale sociale.²⁵

L'analisi relativa alla creazione di capitale sociale attraverso l'attività di volontariato si focalizza dunque in prima istanza sul capitale sociale del volontario. Ciò che sembra rilevante evidenziare, tuttavia, è come il fatto di analizzare il capitale sociale dei singoli volontari non implichi necessariamente che l'effetto della partecipazione volontaria in associazioni si esaurisca impattando

²⁵ Le principali riserve avanzate a riguardo di indici ricavati da risposte a questionari sono connessi a problemi di interpretazione e di uniformità nel significato e nel valore attribuiti alle risposte dai singoli soggetti intervistati.

esclusivamente su questi soggetti. Caratteristica dei concetti di capitale sociale considerati, infatti, è l'esternalità²⁶ che essi producono a livello di collettività. Il fatto che i volontari, attraverso la loro attività in associazione, amplino i loro *networks* relazionali, acquisiscano fiducia e senso civico e incrementino le loro abilità relazionali, si può pensare produca riflessi a livello di comunità. Una collettività in cui sono più numerosi i soggetti propensi a fidarsi e capaci di gestire relazioni sociali, è una collettività in cui la creazione di rapporti sociali può avvenire con più facilità, è una collettività in cui gli scambi economici avvengono con costi di transazione inferiori e, in generale, è una collettività in cui è più facile avviare, da parte dei soggetti che vi si trovano a operare, relazioni basate su reciprocità e cooperazione.

La verifica econometrica che si presenta in questa sezione è condotta utilizzando sia il metodo OLS (minimi quadrati ordinari) sia il metodo *ordered logit*²⁷. Al fine di considerare che le osservazioni su cui si conducono le stime sono riferite a gruppi di volontari, di numerosità variabile, appartenenti a diverse associazioni, si applica una particolare tecnica dove gli *standard error* sono calcolati valutando che le osservazioni possono essere indipendenti tra i diversi gruppi (in questo caso costituiti dai soggetti appartenenti alle varie associazioni), ma non all'interno dei singoli gruppi.

Nei tre paragrafi seguenti si studia l'impatto che le variabili esplicative presentate nella sezione 5 possono produrre rispettivamente sulle reti di relazioni dei volontari, sulla loro fiducia generalizzata e senso civico e sulle loro competenze relazionali.

6.1. Volontariato e reti di relazioni sociali

Il primo indice di capitale sociale su cui si conduce l'analisi econometrica è l'indice definito, nella sezione 5, *coll_stretta*. Come precedentemente descritto, questo indice è la media dei valori standardizzati delle risposte alle seguenti domande:

Quante sono **le persone, complessivamente parlando**, che lei ha conosciuto **attraverso** il suo coinvolgimento in questa associazione a cui lei

- | | | |
|---|--------|--------------|
| a. Parlerebbe di eventuali problemi famigliari | __ __ | PEPRO |
| b. Affiderebbe i propri famigliari (bambini/anziani) | __ __ | PEFAM |
| c. Chiederebbe un aiuto per gestire casa nel caso andasse in vacanza | __ __ | PEAIU |
| d. Assistenza reciproca o collaborazione in attività come fare la spesa, accompagnare bambini/anziani/malati a determinate attività, ecc... | __ __ | PEASS |

La tabella 4 mostra i risultati dell'analisi econometrica condotta. Lo studio delle determinanti dell'indice di capitale sociale denominato *coll_stretta* è condotto su 6 diverse specificazioni. In tutte e sei le stime sono presenti le variabili: *Female*, *Etavol*, *Studio*, *Anniass*, *Ambito*, *Volsalm*, *Lavoratori*, *Destinatari_diretti* e *Soci*. Inoltre, tutte le stime includono le *dummy* riferite al distretto in cui l'associazione ha la sede e la *dummy* riferita al fatto se il questionario volontari sia stato compilato dal responsabile che ha compilato anche il questionario responsabili²⁸. Ciascuna stima si concentra poi sull'impatto che specifiche variabili esplicative hanno sull'indice di capitale sociale considerato. Nell'equazione 1 si studia l'impatto delle variabili, misurate a livello di associazione, *sensibilizzazione* e *incontriinformali*. Nell'equazione 2 si studia l'impatto sull'indice *coll_stretta*

²⁶ Si parla di esternalità quando l'azione di un agente economico, sia esso un produttore o un consumatore, produce effetti diretti su altri soggetti, senza che il mercato ne tenga in qualche modo conto.

²⁷ In primissima approssimazione, possiamo evidenziare come il primo metodo sia adeguato quando le variabili dipendenti (gli indici di capitale sociale) assumono valori continui, il secondo quando le variabili dipendenti assumono valori discreti ordinati su una scala crescente.

²⁸ Nel caso della disponibilità prestata dal responsabile, a esso veniva somministrato sia il questionario responsabili sia quello volontari (essendo i responsabili anche volontari attivi e continuativi). Per tenere conto di eventuali distorsioni dovute alla doppia compilazione si è inserita una *dummy*.

delle variabili relative alle motivazioni dei volontari, sia le motivazioni che hanno determinato la scelta di divenire volontario (*motsociali*, *motideali* e *motnuovo*), sia il grado di motivazione attuale (*motivazioneattuale*). L'equazione 3 prende in considerazione l'impegno che i responsabili dell'associazione mettono nel far sentire a proprio agio e nel favorire l'integrazione di nuovi volontari (variabile *ambre*). L'equazione 4 considera l'impatto sul capitale sociale dovuto all'aver frequentato specifici corsi di formazione (*formazione*). L'equazione 5 si concentra sull'impatto sul capitale sociale della frequenza con cui il volontario entra in contatto con altre categorie di soggetti nello svolgimento della propria attività. Infine, la sesta equazione considera simultaneamente tutte le variabili ora descritte. Gli asterischi segnalano la significatività delle diverse variabili nell'influenzare il livello di capitale sociale. Alcune evidenze sembrano emergere dalle stime proposte in tabella 4. Innanzitutto, la presenza di lavoratori retribuiti sembra, al netto della considerazione di tutte le altre variabili, incidere negativamente sulla creazione di capitale sociale (in termini di reti di collaborazione stretta) dei volontari delle diverse associazioni. Il numero dei destinatari diretti incide positivamente sulla variabile *coll_stretta*, anche se in termini quantitativi l'impatto sembra essere estremamente ridotto. Positivamente sulla creazione di reti di collaborazione fra i volontari e altri soggetti incide anche la frequenza con cui l'associazione promuove momenti di dialogo e sensibilizzazione fra i soggetti in essa coinvolti. Una positiva correlazione emerge poi tra il livello di capitale sociale e il grado di motivazione attuale del volontario (anche se la significatività sparisce nell'equazione 6) e l'intensità delle sue motivazioni ideali al momento della scelta di divenire volontario. Positivi e significativi sono poi gli effetti dell'impegno dei responsabili nel far ambientare i nuovi volontari (anche se la significatività scompare nella specificazione 6), la frequenza di corsi di formazione e la frequenza con cui si entra in contatto con altri soggetti nel fare la propria attività volontaria.

In termini di quantificazione dell'impatto delle variabili significative, nell'equazione 6, in cui sono presenti tutte le variabili, possiamo dire che: al crescere di una deviazione *standard* della variabile *lavoratori*, la variabile dipendente diminuisce di 0.256 deviazioni *standard*, al crescere di una deviazione *standard* della variabile riferita alle motivazioni ideali, abbiamo un impatto positivo sull'indice di capitale sociale pari a 0.15 deviazioni *standard* mentre seguire un corso di formazione aumenta il livello di capitale sociale di 1.2% rispetto al non seguirlo.

Tab.4 Capitale sociale e reti di relazioni in termini di stretta collaborazione

<i>Equazione</i>	<i>1 (OLS)</i>	<i>2(OLS)</i>	<i>3(OLS)</i>	<i>4(OLS)</i>	<i>5(OLS)</i>	<i>6(OLS)</i>
Variabile dipendente: coll_stretta						
Female	-0.011 (1.47)	-0.010 (1.39)	-0.011 (1.55)	-0.011 (1.36)	-0.007 (1.07)	-0.005 (0.74)
Etavol	0.000 (1.09)	-0.000 (0.37)	0.000 (0.32)	0.000 (0.36)	0.000 (0.67)	0.000 (0.08)
Studio	0.000 (0.08)	-0.000 (0.10)	0.000 (0.09)	-0.002 (0.35)	-0.000 (0.05)	-0.001 (0.41)
Anniass	0.000 (0.59)	-0.000 (0.56)	-0.000 (0.10)	-0.000 (0.38)	-0.000 (0.07)	-0.000 (0.01)
Ambito	0.001 (0.38)	0.006 (1.49)	0.005 (1.30)	0.006 (1.27)	0.008 (2.25)**	0.001 (0.18)
Volsalm	0.000 (0.47)	0.000 (0.84)	0.000 (1.23)	0.000 (0.62)	0.000 (0.71)	0.000 (0.54)
Lavoratori	-0.007 (2.71)**	-0.008 (2.89)***	-0.008 (2.83)***	-0.007 (2.38)**	-0.005 (1.91)	-0.007 (2.61)**
Destinatari_diretti	0.000 (4.05)***	0.000 (4.60)***	0.000 (2.90)***	0.000 (3.42)***	0.000 (3.09)***	0.000 (4.80)***
Soci	-0.000 (0.24)	-0.000 (0.95)	-0.000 (1.36)	-0.000 (1.07)	-0.000 (1.55)	0.000 (0.21)
Sensibilizzazione	0.010 (3.07)***					0.007 (2.00)*
Incontriinformali	0.003 (1.24)					0.002 (0.65)
Motsociali		0.003 (0.60)				0.002 (0.37)
Motideali		0.010 (3.54)***				0.012 (2.90)***
Motnuovo		-0.002 (1.00)				-0.003 (1.26)
Motivazioneattuale		0.007 (2.40)**				0.002 (0.88)
Ambre			0.005 (3.05)***			0.001 (0.65)
Formazione				0.018 (2.50)**		0.012 (2.18)**
Contatto					0.022 (4.17)***	0.017 (2.76)***
Constant	-0.030 (1.17)	0.001 (0.04)	-0.004 (0.16)	0.032 (1.39)	-0.033 (1.24)	-0.055 (2.65)**
R ²	0.24	0.24	0.18	0.18	0.25	0.35
Root MSE	0.049	0.051	0.051	0.051	0.245	0.048
Obs	199	189	196	197	193	182

Robust t statistics in parentesi. ***, ** e * indicano coefficienti significativi all' 1%, 5% e 10%. Tutte le stime includono le *dummy* di distretto e la *dummy* responsabile

La seguente tabella 5 presenta le stesse stime proposte in tabella 4 ma riferite alla variabile di capitale sociale *coll_generale*.

Tab.5 Capitale sociale e reti di collaborazione

<i>Equazione</i>	<i>1 (OLS)</i>	<i>2(OLS)</i>	<i>3(OLS)</i>	<i>4(OLS)</i>	<i>5(OLS)</i>	<i>6(OLS)</i>
Variabile dipendente: Coll_generale						
Female	-0.022 (2.06)**	-0.018 (1.77)*	-0.020 (1.94)*	-0.019 (1.73)*	-0.017 (1.99)*	-0.018 (1.96)*
Etavol	0.000 (0.35)	-0.000 (0.57)	-0.000 (0.31)	-0.000 (0.13)	0.000 (0.08)	-0.000 (0.57)
Studio	0.004 (0.74)	0.005 (0.95)	0.004 (0.75)	0.002 (0.33)	0.005 (1.02)	0.004 (1.08)
Anniass	0.001 (1.33)	0.000 (0.76)	0.001 (1.21)	0.000 (0.91)	0.001 (1.41)	0.000 (0.95)
Ambito	0.006 (1.12)	0.010 (1.66)	0.009 (1.46)	0.011 (1.53)	0.013 (2.38)**	0.004 (0.73)
Volsalm	0.000 (0.65)	0.000 (0.40)	0.000 (1.03)	0.000 (0.36)	0.000 (0.45)	0.000 (0.69)
Lavoratori	-0.010 (2.71)**	-0.009 (2.66)**	-0.010 (2.94)***	-0.009 (2.37)**	-0.007 (1.88)*	-0.009 (2.88)***
Destinatari_diretti	0.000 (4.37)***	0.000 (5.39)***	0.000 (3.60)***	0.000 (4.16)***	0.000 (3.83)***	0.000 (5.02)***
Soci	-0.000 (1.01)	-0.000 (0.81)	-0.000 (1.23)	-0.000 (1.05)	-0.000 (1.53)	-0.000 (0.58)
Sensibilizzazione	0.003 (0.65)					0.002 (0.32)
Incontriinformali	0.010 (1.68)					0.007 (1.11)
Motsociali		0.012 (1.03)				0.003 (0.45)
Motideali		0.017 (2.74)***				0.018 (2.72)**
Motnuovo		-0.004 (0.96)				-0.005 (1.24)
Motivazioneattuale		0.011 (2.45)**				0.005 (0.98)
Ambre			0.010 (4.76)***			0.005 (2.42)**
Formazione				0.018 (1.54)		0.019 (1.71)*
Contatto					0.028 (3.31)***	0.022 (2.77)***
Constant	-0.008 (0.21)	0.000 (0.01)	-0.015 (0.52)	0.050 (1.67)	-0.037 (1.11)	-0.064 (1.47)
R ²	0.19	0.23	0.19	0.16	0.26	0.34
Root MSE	0.084	0.084	0.084	0.085	0.085	0.085
Obs	198	188	195	196	192	181

Robust t statistics in parentesi. ***, ** e * indicano coefficienti significativi all' 1%, 5% e 10%. Tutte le stime includono le dummy di distretto e la dummy responsabile

La variabile *coll-generale* è costruita come media aritmetica dei valori standardizzati delle risposte alle domande:

Quante **sono le persone, complessivamente parlando**, che lei ha conosciuto **attraverso** il suo coinvolgimento in questa associazione, con cui esiste un rapporto di collaborazione abituale come

- | | | |
|--|--------|--------------|
| a. Telefonate per chiedere informazioni o consigli | __ __ | PETEL |
| b. Svolgere piccole commissioni | __ __ | PECOM |
| c. Chiederebbe un aiuto per trovare lavoro | __ __ | PELAV |

Quello che si evince dall'analisi della tabella 5 è una sostanziale conferma dei risultati emersi nella tabella 4. Nuovamente, le variabili *lavoratori*, *destinatari_diretti*, *motideali*, *ambre*, *formazione* e *contatto* sembrano incidere positivamente sulla creazione di capitale sociale dei volontari. Un ulteriore risultato di questa stima è che il capitale sociale sembra essere creato in misura maggiore nei maschi che non nelle femmine (negatività della variabile *female*).

Le tabelle 7 e 8 presentano rispettivamente le analisi econometriche relative alle variabili *numpers* e *necessità*.

Nel caso dell'indice *numpers*, le variabili che sembrano in grado di accrescere quella specifica forma di capitale sociale sono sostanzialmente: il numero di volontari che prestano attività almeno un ora alla settimana, l'intensità delle motivazioni sociali e la frequenza con cui si incontrano altri soggetti durante la propria attività di volontariato che ha un impatto molto elevato se si pensa che al crescere di una deviazione *standard* di questa variabile l'indice di capitale sociale *numpers* aumenta di circa 10 volte. Incidono poi negativamente, anche se non sempre in modo significativo, sul livello di capitale sociale il numero di soci e/o iscritti non attivi e il numero di lavoratori retribuiti. Incide positivamente, anche se non sempre significativamente, sul livello della variabile *numpers* l'ambito territoriale di attività dell'associazione.

Nel caso dell'indice *necessità*, risultano significative almeno in una specificazione le variabili *female* (con segno negativo), *ambito* (positivo), *etavol* (positivo), *lavoratori* (negativo), *destinatari_diretti* (positivo), *motideali* (positivo), *ambre* (positivo), *formazione* (positivo) e *contatto* (positivo). Di queste, le variabili esplicative *motideali* e *formazione* risultano significative anche nell'equazione 6 in cui si includono tutte le variabili indipendenti considerate.

Tab.6 Capitale sociale e creazione di network amicali

<i>Equazione</i>	<i>1 (OLS)</i>	<i>2(OLS)</i>	<i>3(OLS)</i>	<i>4(OLS)</i>	<i>5(OLS)</i>	<i>6(OLS)</i>
Variabile dipendente: numpers						
Female	1.594 (0.23)	1.774 (0.23)	1.899 (0.27)	1.934 (0.28)	4.429 (0.66)	5.453 (0.70)
Etavol	0.054 (0.36)	0.055 (0.33)	0.044 (0.30)	0.045 (0.30)	0.073 (0.53)	0.084 (0.49)
Studio	-0.938 (0.79)	0.002 (0.00)	-0.806 (0.63)	-1.593 (1.19)	-1.041 (0.80)	-1.150 (0.71)
Anniass	0.268 (1.28)	0.220 (1.05)	0.232 (1.31)	0.174 (0.87)	0.242 (1.34)	0.144 (0.65)
Ambito	2.473 (2.15)**	2.418 (2.36)**	1.835 (1.53)	2.189 (2.25)**	2.351 (2.02)*	2.144 (1.38)
Volsalm	0.153 (3.15)***	0.155 (2.70)**	0.191 (2.94)***	0.147 (2.58)**	0.153 (2.81)***	0.139 (1.94)*
Lavoratori	-2.286 (2.89)***	-2.029 (2.26)**	-2.667 (2.60)**	-2.387 (2.49)**	-1.178 (1.29)	-1.051 (0.99)
Destinatari_diretti	0.004 (1.97) *	0.002 (0.52)	0.003 (1.44)	0.007 (2.70)**	-0.005 (1.57)	-0.004 (1.23)
Soci	-0.007 (2.16)**	-0.006 (1.94)*	-0.008 (2.66)**	-0.007 (1.84)*	-0.007 (3.30)***	-0.003 (1.16)
Sensibilizzazione	0.882 (0.61)					-0.473 (0.29)
Incontriinformali	0.081 (0.06)					-1.156 (0.78)
Motsociali		7.813 (1.98)*				6.788 (1.92)*
Motideali		2.673 (1.24)				4.936 (1.53)
Motnuovo		-1.602 (1.01)				-1.939 (1.03)
Motivazioneattuale		2.046 (0.99)				-0.820 (0.40)
Ambre			2.928 (1.39)			0.943 (0.45)
Formazione				8.347 (1.66)	4.429 (0.66)	7.914 (1.51)
Contatto					13.140 (3.22)***	14.556 (2.84)***
Constant	-0.116 (0.01)	-4.845 (0.29)	-11.824 (0.53)	7.181 (0.52)	-28.612 (1.63)	-18.883 (0.76)
R ²	0.17	0.23	0.19	0.18	0.22	0.28
Root MSE	36.734	36.843	36.567	36.567	36.403	37
Obs	199	187	194	198	191	179

Robust t statistics in parentesi. ***, ** e * indicano coefficienti significativi all' 1%, 5% e 10%. Tutte le stime includono le dummy di distretto e la dummy responsabile

Tab.7 Capitale sociale e indice definito *necessità*

<i>Equazione</i>	<i>1(Ologit)</i>	<i>2(Ologit)</i>	<i>3(Ologit)</i>	<i>4(Ologit)</i>	<i>5(Ologit)</i>	<i>6(Ologit)</i>
Female	-0.476 (1.71)*	-0.610 (1.94)*	-0.584 (1.92)*	-0.578 (2.14)**	-0.529 (1.78)*	-0.500 (1.47)
Etavol	0.018 (1.75)*	0.009 (0.79)	0.017 (1.61)	0.016 (1.52)	0.018 (1.88)*	0.008 (0.65)
Studio	0.105 (1.08)	0.138 (1.25)	0.151 (1.35)	0.075 (0.87)	0.127 (1.27)	0.068 (0.76)
Anniass	0.007 (0.39)	-0.009 (0.71)	-0.001 (0.11)	-0.005 (0.40)	-0.002 (0.18)	-0.009 (0.52)
Ambito	0.221 (1.35)	0.139 (1.19)	0.185 (1.20)	0.241 (1.97)**	0.226 (1.67)*	0.089 (0.48)
Volsalm	-0.002 (0.26)	0.003 (0.53)	0.005 (0.75)	0.001 (0.17)	0.003 (0.47)	-0.000 (0.04)
Lavoratori	-0.157 (1.43)	-0.202 (1.99)**	-0.215 (2.11)**	-0.153 (1.41)	-0.146 (1.27)	-0.155 (1.22)
Destinatari_diretti	0.001 (1.79)*	0.001 (1.54)	0.001 (1.60)	0.001 (1.84)*	0.001 (0.90)	0.001 (1.39)
Soci	-0.000 (0.68)	-0.001 (1.32)	-0.001 (1.43)	-0.001 (1.33)	-0.001 (1.37)	-0.000 (0.86)
Sensibilizzazione	0.326 (2.53)**					0.190 (1.30)
Incontriinformali	-0.166 (0.98)					-0.153 (0.92)
Motsociali		-0.038 (0.21)				-0.127 (0.66)
Motideali		0.420 (1.84)*				0.487 (2.21)**
Motnuovo		-0.038 (0.32)				-0.034 (0.29)
Motivazioneattuale		0.207 (1.15)				0.132 (0.77)
Ambre			0.152 (1.70)*			-0.022 (0.22)
Formazione				0.542 (2.01)**		0.546 (1.88)*
Contatto					0.462 (1.66)*	0.413 (1.39)
Cut1	-2.949 [1.087]	-3.488 [1.514]	-2.767 [0.968]	-3.836 [0.890]	-2.485 [1.172]	-3.503 [1.544]
Cut2	-1.400 [0.875]	-2.031 [1.394]	-1.210 [0.851]	-2.280 [0.672]	-0.934 [1.004]	-2.017 [1.426]
Cut3	-0.011 [0.762]	-0.546 [1.405]	0.172 [0.755]	-0.889 [0.596]	0.421 [0.934]	-0.440 [1.361]
Cut4	0.999 [0.776]	0.491 [1.429]	1.056 [0.746]	0.083 [0.604]	1.385 [0.996]	0.471 [1.393]
Cut5	2.379 [0.775]	1.962 [1.408]	2.471 [0.766]	1.445 [0.613]	2.792 [1.030]	2.005 [1.332]
Cut6	3.245 [0.725]	2.895 [1.364]	3.331 [0.751]	2.302 [0.587]	3.687 [0.971]	2.991 [1.250]
Pseudo R2	0.068	0.094	0.064	0.062	0.068	0.111
Prob> χ^2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
obs	205	189	199	203	197	180

Robust z statistics in parentesi tonde. ***, ** e * indicano coefficienti significativi all'1%, 5% e 10%. Tutte le stime includono le dummy di distretto e la dummy responsabile. Robust standard errors in parentesi quadre

Rispetto agli indici di capitale sociale in termini di reti di relazioni sociali, è possibile trarre alcune prime indicazioni di sintesi. Alcune variabili sembrano avere effetti positivi ricorrenti su più di un indice di capitale sociale in termini di *network*. E' questo il caso:

- delle motivazioni ideali e sociali che spingono i volontari a iniziare la loro attività;
- dell'aver seguito corsi di formazione su aspetti connessi a: Aspetti legati alla gestione delle relazioni con i destinatari, Gestione delle risorse umane e Mission dell'associazione;
- dell'impegno messo dai responsabili nel far ambientare i nuovi volontari in associazione
- della frequenza con cui i volontari entrano in contatto con altre categorie di soggetti nel corso dello svolgimento della loro attività;
- della promozione di momenti di dialogo e sensibilizzazione da parte dell'associazione quali discussioni su temi di politiche sociali e ambientali, rapporto tra volontari ecc.
- del numero di destinatari diretti

La presenza di lavoratori retribuiti sembra invece incidere negativamente sul capitale sociale in termini di reti di relazioni

6.2. Volontariato e fiducia e senso civico

L'indice di fiducia generalizzata ci informa circa l'effetto che l'attività di volontariato avrebbe prodotto sui singoli individui sulla base della loro esperienza e secondo il loro giudizio. L'indice di capitale sociale denominato *fiducia*, secondo quanto descritto nella sezione 5, assume nei questionari valori compresi tra 1 e 7. La tabella 8 propone l'analisi dell'impatto che le caratteristiche individuali e di associazione già introdotte nelle sezioni precedenti hanno su tale indice di capitale sociale. Le variabili che sembrano incidere in modo sostanzialmente robusto e positivamente sulla creazione di fiducia generalizzata nei volontari sono l'ambito territoriale di attività dell'associazione, il livello di motivazioni ideali del volontario, il grado di motivazioni attuali nello svolgere la sua attività.

Tab.8 Capitale sociale e fiducia generalizzata

<i>Equazione</i>	<i>1 (Ologit)</i>	<i>2 (Ologit)</i>	<i>3 (Ologit)</i>	<i>4 (Ologit)</i>	<i>5 (Ologit)</i>	<i>6 (Ologit)</i>
Female	0.056 (0.16)	0.012 (0.03)	0.056 (0.15)	0.073 (0.21)	0.204 (0.63)	-0.025 (0.07)
Etavol	-0.004 (0.43)	-0.012 (1.13)	-0.006 (0.56)	-0.006 (0.64)	-0.007 (0.79)	-0.013 (1.19)
Studio	0.107 (0.92)	0.075 (0.70)	0.098 (0.82)	0.069 (0.61)	0.084 (0.78)	0.065 (0.58)
Anniass	0.005 (0.67)	-0.020 (2.08)**	0.002 (0.27)	-0.001 (0.12)	0.003 (0.37)	-0.023 (2.23)**
Ambito	0.416 (3.14)***	0.412 (3.17)***	0.468 (3.50)***	0.489 (3.96)***	0.546 (4.85)***	0.357 (2.04)**
Volsalm	-0.001 (0.23)	-0.003 (0.37)	-0.001 (0.24)	-0.003 (0.49)	-0.002 (0.34)	-0.003 (0.34)
Lavoratori	-0.016 (0.14)	0.008 (0.07)	-0.001 (0.01)	-0.010 (0.10)	0.024 (0.22)	0.024 (0.18)
Destinatari_diretti	-0.000 (0.23)	0.000 (0.23)	-0.000 (0.29)	0.000 (0.07)	-0.000 (0.57)	0.000 (0.08)
Soci	-0.001 (1.61)	-0.001 (1.04)	-0.001 (1.68)	-0.001 (1.69)	-0.001 (2.35)**	-0.000 (0.85)
Sensibilizzazione	0.086 (0.82)					-0.042 (0.32)
Incontriinformali	0.132 (1.32)					0.150 (1.09)
Motsociali		0.187 (0.73)				0.112 (0.46)
Motideali		0.682 (4.16)***				0.863 (4.32)***
Motnuovo		0.149 (1.50)				0.111 (1.09)
Motivazioneattuale		0.528 (3.09)***				0.426 (2.05)**
Ambre			0.170 (1.52)			0.006 (0.05)
Formazione				0.432 (1.26)		0.390 (1.13)
Contatto					0.558 (1.88)*	0.402 (1.08)
Cut1	-2.859 [0.805]	-0.927 [1.204]	-2.674 [1.066]	-3.839 [0.729]	-2.394 [0.935]	-0.428 [1.497]
Cut2	-1.534 [0.780]	0.528 [1.292]	-1.349 [0.961]	-2.506 [0.692]	-1.067 [0.975]	1.007 [1.587]
Cut3	-0.536 [0.773]	1.608 [1.267]	-0.347 [0.950]	-1.503 [0.677]	-0.047 [0.956]	2.117 [1.557]
Cut4	0.702 [0.762]	3.047 [1.383]	0.851 [0.955]	-0.293 [0.684]	1.180 [0.987]	3.594 [1.637]
Cut5	2.222 [0.741]	4.904 [1.407]	2.376 [0.907]	1.207 [0.588]	2.749 [0.974]	5.521 [1.669]
Cut6	3.245 [0.729]	6.124 [1.474]	3.395 [0.879]	2.248 [0.557]	3.842 [0.953]	6.817 [1.716]
Pseudo R2	0.051	0.126	0.050	0.047	0.062	0.146
Prob> χ^2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
obs	204	189	199	201	197	181

Robust z statistics in parentesi tonde. ***, ** e * indicano coefficienti significativi all'1%, 5% e 10%. Tutte le stime includono le dummy di distretto e la dummy responsabile. Robust standard errors in parentesi quadre

Se guardiamo alla creazione di senso civico (tabella 9), le variabili significative nell'equazione 6 sono: il sesso (i maschi sembrano sviluppare maggiore senso civico partecipando alla vita dell'associazione), il titolo di studio (al crescere del titolo di studio aumenta la variabile *civiness*), la frequenza con cui si organizzano momenti di dialogo e sensibilizzazione (più sono frequenti maggiore è l'impatto sul senso civico dei volontari), l'intensità delle motivazioni ideali e sociali che hanno guidato i volontari nella loro scelta, il grado di motivazione attuale e la frequenza con cui si entra in contatto con altri soggetti attraverso la propria attività di volontario. In termini di quantificazione dell'impatto delle variabili significative, nell'equazione 6, in cui sono presenti tutte le variabili, possiamo dire che: al crescere di una deviazione *standard* della variabile *sensibilizzazione*, si ha un aumento sulla variabile dipendente pari al 20%; al crescere di una deviazione *standard* della variabile riferita alle motivazioni sociali, abbiamo un impatto positivo sull'indice di capitale sociale pari al 18.6%; al crescere di una deviazione *standard* della variabile riferita alle motivazioni ideali, abbiamo un impatto positivo sull'indice di senso civico pari al 32.7%, al crescere di una deviazione *standard* della variabile riferita alle motivazioni attuali, abbiamo un impatto positivo pari al 34.7%.

Tab. 9 Capitale sociale e senso civico

<i>Equazione</i>	<i>1 (OLS)</i>	<i>2(OLS)</i>	<i>3(OLS)</i>	<i>4(OLS)</i>	<i>5(OLS)</i>	<i>6(OLS)</i>
Female	-0.237 (1.41)	-0.341 (2.70)**	-0.320 (2.20)**	-0.317 (1.92)*	-0.220 (1.33)	-0.275 (1.91)*
Etavol	0.004 (0.70)	0.003 (0.50)	0.003 (0.54)	0.004 (0.81)	0.005 (1.23)	0.005 (0.96)
Studio	0.029 (0.45)	0.093 (1.63)	0.044 (0.67)	0.044 (0.73)	0.031 (0.50)	0.116 (2.03)*
Anniass	0.011 (2.41)**	-0.004 (0.62)	0.003 (0.46)	0.006 (0.81)	0.005 (0.73)	0.002 (0.42)
Ambito	0.151 (1.86)*	0.118 (1.65)	0.145 (1.90)*	0.218 (2.61)**	0.199 (2.82)***	0.078 (1.22)
Volsalm	-0.002 (0.66)	-0.001 (0.53)	0.003 (0.98)	0.001 (0.33)	-0.000 (0.07)	-0.003 (1.13)
Lavoratori	-0.038 (0.93)	-0.010 (0.25)	-0.073 (1.93)*	-0.062 (1.45)	-0.007 (0.15)	0.034 (0.96)
Destinatari_diretti	0.000 (2.52)**	0.000 (1.15)	0.000 (1.46)	0.000 (1.56)	0.000 (0.14)	-0.000 (0.82)
Soci	-0.000 (0.71)	-0.000 (1.06)	-0.000 (2.19)**	-0.000 (2.25)**	-0.000 (2.32)**	-0.000 (0.05)
Sensibilizzazione	0.222 (4.07)***					0.128 (1.93)*
Incontriinformali	-0.071 (0.76)					-0.029 (0.39)
Motsociali		0.162 (1.90)*				0.186 (2.18)**
Motideali		0.307 (4.00)***				0.327 (3.92)***
Motnuovo		0.032 (0.58)				0.010 (0.18)
Motivazioneattuale		0.400 (4.87)***				0.324 (4.11)***
Ambre			0.183 (3.02)***			0.067 (1.41)
Formazione				-0.152 (0.65)		-0.254 (1.30)
Contatto					0.470 (3.37)***	0.350 (2.61)**
Constant	4.036 (8.30)***	2.388 (5.13)***	3.584 (8.01)***	4.583 (16.33)***	3.467 (6.64)***	0.982 (1.39)
R ²	0.14	0.41	0.17	0.11	0.17	0.48
Root MSE	1.138	0.923	1.090	1.126	1.100	0.890
Obs	205	190	200	202	197	181

Robust t statistics in parentesi. ***, ** e * indicano coefficienti significativi all'1%, 5% e 10%. Tutte le stime includono le dummy di distretto e la dummy responsabile

6.3. Volontariato e competenze relazionali

In questo paragrafo si presentano i risultati relativi al capitale sociale in termini di competenze relazionali sviluppate dai soggetti all'interno delle associazioni (tabella 10). Il grado di motivazione attuale dei volontari sembra favorire lo sviluppo di competenze relazionali. Lo stesso vale per la frequenza con cui in associazione si organizzano momenti di dialogo e sensibilizzazione su varie tematiche sociali e non solo. Interessante appare inoltre notare come la tabella 10 evidenzia un ruolo dei corsi di formazione nel favorire la creazione di competenze relazionali. Il coinvolgimento dei

volontari in corsi di formazione riferiti alla gestione delle relazioni con i destinatari, alla gestione delle risorse umane e alla *mission* della associazione sembra effettivamente in grado di incrementare le competenze relazionali nei volontari che vi prendono parte. Un effetto positivo è infine legato all'ambito territoriale di attività e negativo (e difficilmente interpretabile) sia al numero di volontari sia alla frequenza con cui si organizzano incontri informali in cui discutere dell'attività dell'associazione. In termini di quantificazione dell'impatto delle variabili significative, nell'equazione 6, in cui sono presenti tutte le variabili, possiamo dire che: al crescere di una deviazione *standard* della variabile *sensibilizzazione*, si ha un aumento sulla variabile dipendente pari al 26.2%; al crescere di una deviazione *standard* della variabile riferita alle motivazioni attuali, abbiamo un impatto positivo sull'indice di competenze relazionali pari al 41%, mentre seguire un corso di formazione aumenta il livello di capitale sociale del 26.5% rispetto al non seguirlo.

Tab.10 Capitale sociale e competenze relazionali

<i>Equazione</i>	<i>1 (OLS)</i>	<i>2(OLS)</i>	<i>3(OLS)</i>	<i>4(OLS)</i>	<i>5(OLS)</i>	<i>6(OLS)</i>
Female	-0.038 (0.24)	-0.113 (0.80)	-0.115 (0.72)	-0.073 (0.48)	-0.026 (0.16)	-0.071 (0.46)
Etavol	0.003 (0.64)	-0.003 (0.62)	0.002 (0.33)	0.002 (0.45)	0.004 (0.79)	-0.002 (0.36)
Studio	0.059 (0.92)	0.084 (1.43)	0.068 (1.05)	0.026 (0.48)	0.077 (1.23)	0.066 (1.22)
Anniass	0.015 (2.99)***	-0.000 (0.01)	0.009 (2.02)*	0.007 (1.50)	0.010 (2.18)**	0.002 (0.54)
Ambito	0.258 (3.83)***	0.166 (3.46)***	0.265 (4.23)***	0.257 (5.08)***	0.250 (4.52)***	0.104 (1.85)*
Volsalm	-0.007 (2.88)***	-0.004 (2.15)**	-0.003 (1.24)	-0.005 (2.23)*	-0.004 (1.70)	-0.006 (2.73)**
Lavoratori	-0.012 (0.32)	0.011 (0.32)	-0.038 (0.97)	-0.032 (0.87)	-0.023 (0.63)	0.017 (0.50)
Destinatari_diretti	0.000 (2.16)**	0.000 (0.41)	0.000 (1.28)	0.000 (2.40)**	0.000 (0.88)	0.000 (1.27)
Soci	0.000 (0.49)	-0.000 (0.97)	-0.000 (1.65)	-0.000 (1.08)	-0.000 (1.59)	0.000 (1.11)
Sensibilizzazione	0.211 (2.85)***					0.168 (2.63)**
Incontriinformali	-0.113 (1.68)					-0.093 (1.99)*
Motsociali		0.055 (0.55)				0.048 (0.44)
Motideali		0.093 (1.06)				0.120 (1.42)
Motnuovo		0.080 (1.46)				0.080 (1.48)
Motivazioneattuale		0.425 (5.22)***				0.383 (4.42)***
Ambre			0.083 (1.28)			-0.033 (0.77)
Formazione				0.424 (2.87)***		0.265 (1.92)*
Contatto					0.241 (2.01)*	0.047 (0.35)
Constant	4.282 (8.05)***	2.242 (3.54)***	4.218 (8.07)***	4.904 (12.93)***	4.010 (7.20)***	2.209 (3.74)***
R ²	0.19	0.38	0.17	0.18	0.17	0.42
Root MSE	1.013	0.902	1.031	1.018	1.027	0.894
Obs	204	189	200	202	197	181

Robust t statistics in parentesi. ***, ** e * indicano coefficienti significativi all'1%, 5% e 10%. Tutte le stime includono le dummy di distretto e la dummy responsabile

7. Effetti economici del capitale sociale sviluppato in associazione – analisi esplorativa

Al fine di realizzare una prima esplorativa indagine degli effetti economici che il capitale sociale sviluppato in associazioni può produrre a livello individuale e collettivo nel territorio parmense, si sono introdotte nel questionario un serie di domande che indagano l'impatto che la partecipazione in associazioni ha avuto sulla storia lavorativa dei volontari intervistati.

In particolare, si è cercato di verificare quale impatto l'attività di volontariato potesse avere sulla riuscita nel trovare un lavoro, nel caso di soggetti disoccupati al momento del loro ingresso in associazione, e sulla possibilità di migliorare le proprie condizioni lavorative per i soggetti già occupati. I riferimenti nella letteratura sono, a questo proposito, diversi e rilevanti. Per quanto concerne la ricerca del lavoro, il pionieristico contributo di Granovetter del 1974 si focalizza proprio sul ruolo che i contatti personali possono avere nella ricerca e nell'ottenimento di una occupazione. Granovetter definisce contatti personali "individui conosciuti personalmente dal rispondente²⁹, con cui egli è divenuto conoscente in un qualche contesto non legato alla ricerca di informazioni relative al lavoro, e da cui egli è venuto a sapere del suo posto di lavoro attuale o che lo hanno raccomandato a qualcuno che poi lo ha contattato" (Granovetter, 1974, p.11 mia traduzione). L'autore evidenzia come i contatti personali siano il principale canale attraverso cui le persone trovano lavoro. Inoltre, egli evidenzia che i lavori trovati tramite contatti personali hanno mediamente salari più alti dei lavori trovati tramite mezzi formali (colloqui, pubblicità) o tramite "direct applications" (quando si arriva all'impresa direttamente senza mezzi formali o senza esservi introdotti da conoscenti). I già citati contributi di Burt mostrano poi che *managers* (Burt 2004) e banchieri (Burt 2003) che sono in comunicazione con differenti gruppi di individui che condividono idee e modi di pensare alternative sono maggiormente capaci di realizzare vantaggi individuali quali promozioni, salari più elevati, idee brillanti.

Ovviamente, la conoscenza di soggetti che possano introdurre una persona a un nuovo lavoro o che gli permettano di acquisire nuove idee o informazioni che gli consentono di ottenere promozioni, sono espressione di quello che abbiamo definito capitale sociale in termini di reti di relazioni sociali.

Per verificare se il capitale sociale sviluppato in associazione avesse impatti positivi sulla ricerca di un lavoro nel caso di soggetti disoccupati, si è introdotta nel questionario la seguente domanda:

C01 Rispondere solo se disoccupato prima di entrare in associazione:

Dopo essere entrato in associazione ha trovato lavoro?

DISLAV

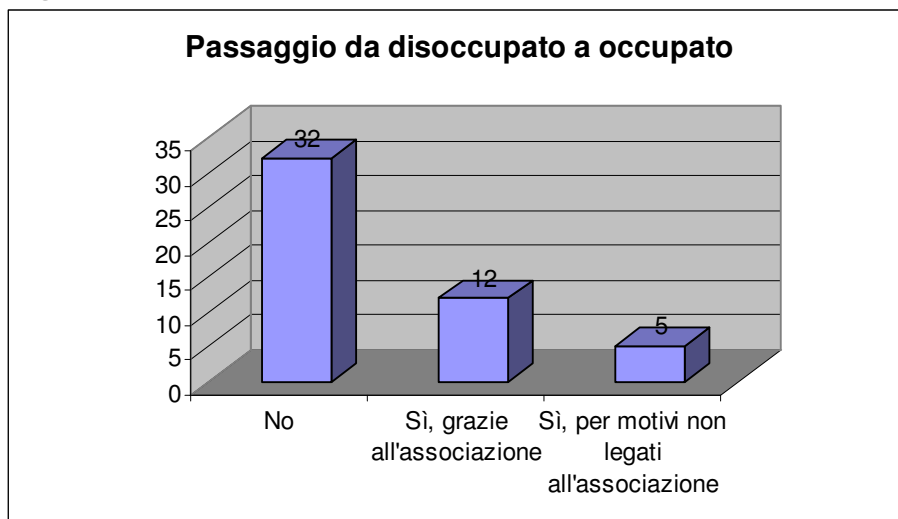
- | | |
|---|--------------------------|
| 1. No | <input type="checkbox"/> |
| 2. Sì grazie a informazioni ricevute da persone conosciute in associazione | <input type="checkbox"/> |
| 3. Sì grazie alle competenze sviluppate lavorando in associazione che mi hanno permesso di trovare un posto di lavoro | <input type="checkbox"/> |
| 4. Sì, per altri motivi legati all'associazione (specificare se possibile)_____ | <input type="checkbox"/> |
| 5. Sì, per motivi non legati all'associazione (specificare se possibile)_____ | <input type="checkbox"/> |

Si indaga quindi se sia stato utile per trovare lavoro, nel caso di soggetti disoccupati, o il capitale sociale in termini di reti di relazioni sviluppate in associazione (opzione 2) o la creazione di competenze acquisite facendo volontariato (opzione 3). I risultati emersi dalle risposte fornite appaiono estremamente interessanti.

Quarantanove sono i volontari che hanno dichiarato di essere stati disoccupati al momento del loro ingresso in associazione. Di questi, 17 hanno trovato lavoro dopo essere entrati in associazione. 12 di questi 17, ossia oltre il 24% dei quarantanove disoccupati, ha trovato lavoro grazie a canali attivati dall'associazione (Figura 22).

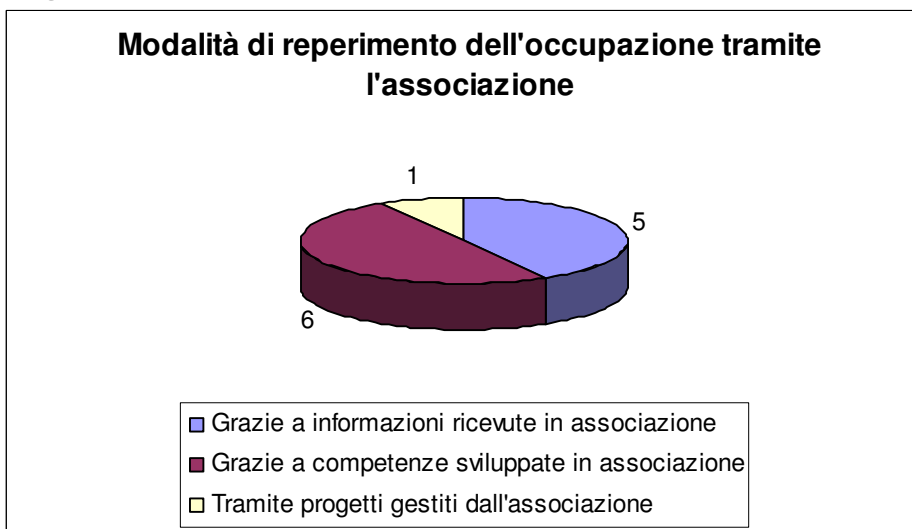
²⁹ Nello studio di Granovetter, i rispondenti sono lavoratori che hanno trovato lavoro negli ultimi 5 anni.

Figura 22



In particolare, 5 disoccupati dichiarano di aver trovato lavoro grazie a informazioni ricevute in associazioni, 6 grazie alle competenze sviluppate prestando attività di volontariato in associazione e 1 tramite progetti gestiti dall'associazione (Figura 23).

Figura 23



Dunque, l'ingresso in associazione ha prodotto per 12 volontari disoccupati su 49 la possibilità di trovare un lavoro. Possibilità in particolare collegata alla creazione di capitale sociale in termini di network (raccolta informazioni) o alla creazione di competenze. Ovviamente, questo risultato ha risvolti sia privati sia in termini di collettività. Infatti, la creazione di *network* che favoriscono la circolazione di informazioni permette un miglioramento nell'incontro fra domanda e offerta di lavoro, riducendo il tasso di disoccupazione frizionale³⁰ dovuto alla impossibilità di un perfetto incontro fra posti vacanti e soggetti disposti a lavorare per quei posti. Inoltre, la creazione di competenze che favoriscono l'assunzione implica effetti positivi per le imprese (che si trovano a

³⁰ Disoccupazione relativa alle imperfezioni nell'incontro tra lavoratori e imprese che può attestarsi anche a livelli pari al 3-4%.

fronteggiare disoccupati che acquisiscono competenze spendibili sul posto di lavoro senza costi diretti per l'impresa) e per la collettività, che può beneficiare degli *output* prodotti da soggetti maggiormente dotati di capitale umano.

Per quanto riguarda il miglioramento del posto di lavoro, si sono sottoposte ai volontari intervistati le seguenti domande:

C02 Rispondere solo se occupato prima di entrare in associazione:

Dopo essere entrato in associazione ha migliorato la sua posizione occupazionale all'interno del suo luogo di lavoro?

OCCMI

1. No
2. Sì grazie a informazioni ricevute da persone conosciute in associazione
3. Sì grazie alle competenze sviluppate lavorando in associazione che mi hanno permesso di migliorare posto di lavoro
4. Sì, per altri motivi legati all'associazione (specificare se possibile) _____
5. Sì, per motivi non legati all'associazione (specificare se possibile) _____

C03 Rispondere solo se occupato prima di entrare in associazione:

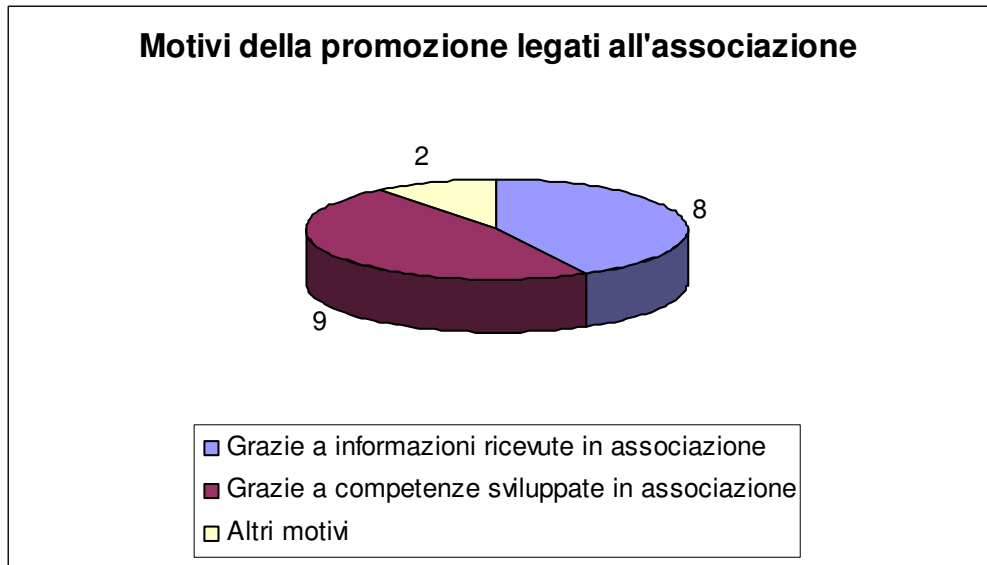
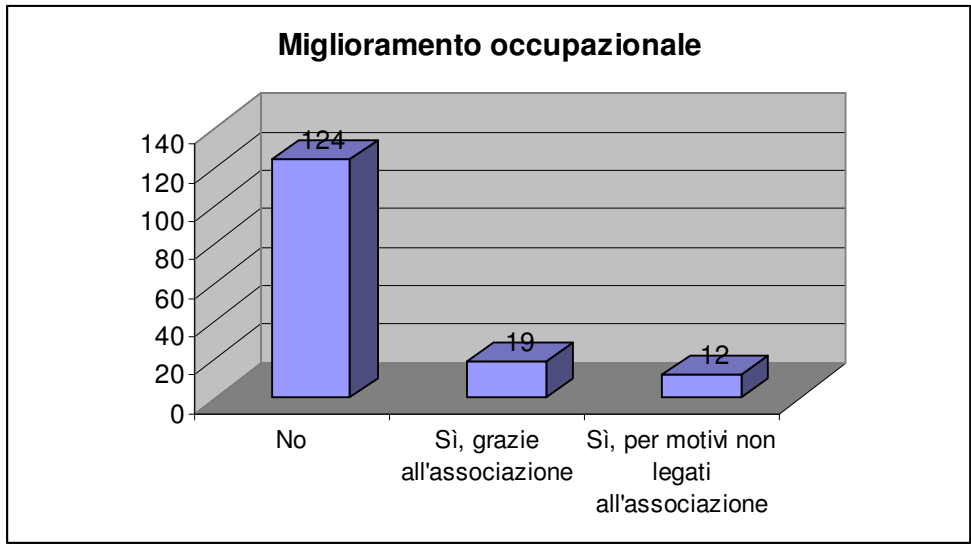
Dopo essere entrato in associazione ha cambiato lavoro migliorando la sua occupazione?

OCCAMB

1. No
2. Sì grazie a informazioni ricevute da persone conosciute in associazione
3. Sì grazie alle competenze sviluppate lavorando in associazione che mi hanno permesso di migliorare posto di lavoro
4. Sì, per altri motivi legati all'associazione (specificare se possibile) _____
5. Sì, per motivi non legati all'associazione (specificare se possibile) _____

Complessivamente³¹, su 155 volontari che si sono dichiarati occupati al momento del loro ingresso in associazione, 31 dichiarano di aver migliorato la propria posizione occupazionale e di questi 31, ben 19 dichiarano che il miglioramento è dovuto a motivi legati all'ingresso in associazione. In particolare, 8 dichiarano di aver migliorato la propria posizione occupazionale grazie a informazioni raccolte attraverso l'associazione e 9 grazie a competenze sviluppate in associazione (Figura 25).

³¹ Si sono considerate in modo aggregato le risposte alle due domande.



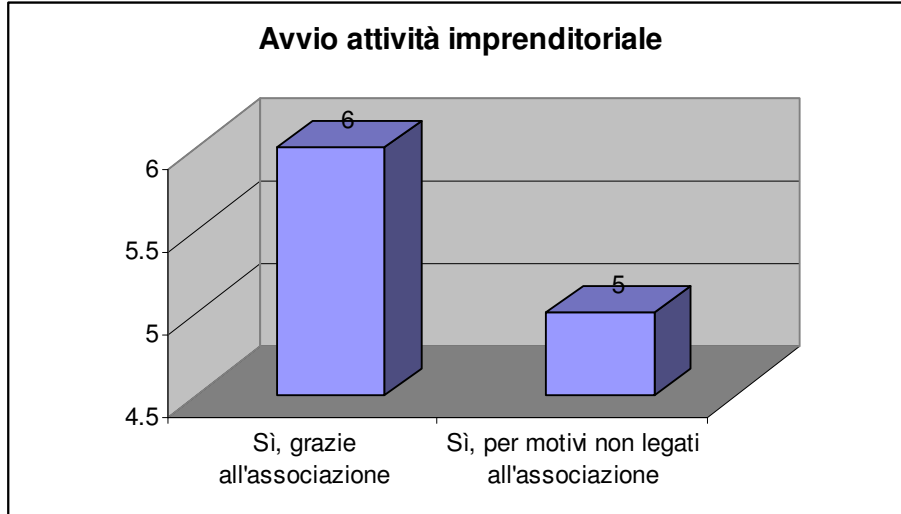
Da ultimo, si è domandato ai volontari in relazione all'avvio, dopo essere entrati in associazione, di attività imprenditoriali.

C04 Dopo essere entrato in associazione ha avviato una nuova attività imprenditoriale?
IMPRE

- 1. No
- 2. Sì grazie a informazioni ricevute da persone conosciute in associazione
- 3. Sì grazie alle competenze sviluppate lavorando in associazione che mi hanno permesso di avviare l'attività
- 4. Sì, insieme a persone conosciute tramite l'associazione
- 5. Sì, per altri motivi legati all'associazione (specificare se possibile) _____
- 6. Sì, per motivi non legati all'associazione (specificare se possibile) _____

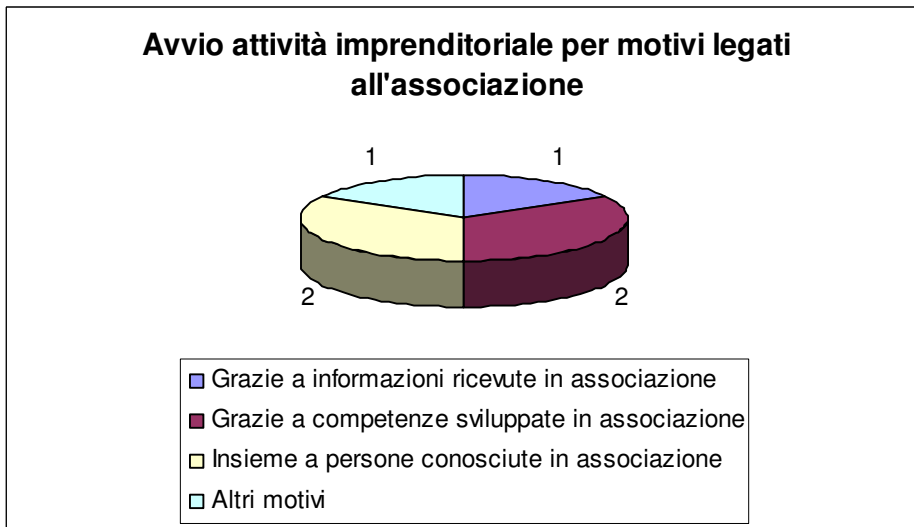
In questo caso, 11 soggetti hanno risposto di aver avviato, dopo essere entrati in associazione, una attività imprenditoriale, e di questi, 6 hanno avviato l'attività per motivi legati all'associazione (Figura 26)

Figura 26



In particolare, un soggetto ha avviato un'attività imprenditoriale grazie a informazioni ricevute in associazione, 2 grazie a competenze sviluppate in associazione, 2 insieme a persone conosciute in associazione e 1 per altri motivi non specificati (Figura 27).

Figura 27



8. Considerazioni conclusive

Obiettivo della presente ricerca era indagare il ruolo che le associazioni di volontariato possono avere nel generare capitale sociale nel contesto in cui operano. E' oggi opinione condivisa che elementi quali fiducia, affidabilità, competenze relazionali e *networks* basati su cooperazione e reciprocità, generalmente riconducibili alla nozione di capitale sociale, possano avere un ruolo determinante nel favorire lo sviluppo socio-economico del territorio. Diversi studi segnalano come la presenza di capitale sociale, nelle sue diverse dimensioni, possa promuovere: l'efficienza delle istituzioni (Putnam 1993, La Porta et al.1999 e Knack 2002), la *performance* a livello d'azienda (Chiesi 2005 e Sabatini 2006b), il tasso di crescita del PIL pro-capite (Knack e Keefer nel 1997, Narayan e Pritchett 1999 e Zak e Knack 2001), la diffusione e la creazione di conoscenza sia a livello di apprendimento individuale (Loury 1977, Bourdieu 1986 e Coleman 1988) sia in ambito organizzativo (Nonaka e Takeuchi 1997 e Nahapiet e Ghoshal 2002), lo sviluppo del sistema finanziario (Guiso Sapienza e Zingales 2004), vari indicatori di benessere o di "qualità dello sviluppo economico" quali lo sviluppo umano, la qualità dell'ambiente, e un indice composito di "qualità sociale" (Sabatini, 2006 a,c) e la riduzione del tasso di criminalità (Buonanno, Montolio e Vanin 2006). Secondo l'approccio adottato in questo studio, la presenza di associazioni di volontariato avrebbe un ruolo rilevante nel favorire lo sviluppo socio-economico di un territorio, non solo in via diretta, ad esempio realizzando attività rivolte in prevalenza a "fasce deboli" della popolazione, ma anche in forma indiretta, incrementando la dotazione di capitale sociale dei soggetti coinvolti e, di conseguenza, della collettività.

L'analisi proposta è prevalentemente di carattere empirico e si è basata su dati raccolti presso 45 associazioni di volontariato della provincia di Parma attraverso questionari somministrati a 290 volontari attivi e continuativi e 45 responsabili delle associazioni. In particolare, ci si è concentrati su tre forme di capitale sociale: il capitale sociale in termini di reti di relazioni sociali, di fiducia generalizzata e di competenze relazionali. Complessivamente si sono costruite 7 *proxy* di capitale sociale: quattro *proxy* di capitale sociale in termini di *networks*, una di capitale sociale in termini di fiducia generalizzata sviluppata dai soggetti all'interno dell'associazione, una di capitale sociale in termini di senso civico sviluppato dai soggetti nelle associazioni e una *proxy* di capitale sociale in termini di competenze relazionali acquisite prestando attività di volontariato.

L'analisi proposta evidenzia 3 principali risultati.

Innanzitutto si registra un positivo effetto della partecipazione in associazioni di volontariato sul capitale sociale degli intervistati. Tutte le dimensioni di capitale sociale considerate sembrano sostanzialmente essere positivamente influenzate dalla partecipazione dei soggetti in associazioni di volontariato.

In secondo luogo, emerge come alcuni fattori, sia a livello individuale sia a livello di associazione, possano favorire la creazione di capitale sociale nei volontari. Fra le variabili misurate a livello individuale che con maggiore regolarità sembrano incidere (e positivamente) sulle diverse forme di capitale sociale spiccano:

- l'intensità delle motivazioni ideali e legate alla volontà di essere apprezzato socialmente che contraddistinguono i soggetti al momento della loro decisione di iniziare il volontariato;
- il grado di motivazione attuale con cui si svolge la propria attività di volontariato;
- il fatto di aver frequentato corsi di formazione riferiti alla gestione delle relazioni con i destinatari, alla gestione delle risorse umane e alla *mission* della associazione;
- l'impegno dei responsabili nel favorire l'ambientamento in associazione
- la frequenza con cui si entra in contatto, durante lo svolgimento della propria attività di volontariato, con altri soggetti quali, destinatari, rappresentanti delle istituzioni pubbliche, altri volontari ecc.

Fra le variabili misurate a livello di associazione che sembrano incidere con una certa costanza sulle diverse forme di capitale sociale si registrano:

- la presenza di lavoratori retribuiti, che riduce il livello di capitale sociale creato in associazione
- l'ampiezza del territorio cui l'associazione rivolge la propria attività che incide positivamente sul capitale sociale
- la frequenza con cui le associazioni promuovono momenti di dialogo e sensibilizzazione (quali la discussione su tematiche di carattere sociale, sulla mission dell'associazione) che influisce positivamente sul capitale sociale
- il numero di destinatari diretti che accresce il capitale sociale sviluppato.

Da questi risultati sembrano quindi anche emergere alcune indicazioni interessanti che potrebbero favorire la creazione di capitale sociale da parte delle associazioni. In particolare sembra rilevante:

- avere cura delle motivazioni che caratterizzano il volontario sia al momento della scelta di iniziare il volontariato, sia durante tutto il corso della propria attività. Colloqui, confronti, discussioni legate alle motivazioni ideali e in termini di impegno profuso che guidano l'attività dell'associazione e che dovrebbero caratterizzare i propri membri sembrano poter configurarsi quali fattori utili per promuovere la creazione di capitale sociale nei soggetti coinvolti.
- promuovere la partecipazione a corsi di formazione riferiti alla gestione delle relazioni con i destinatari, alla gestione delle risorse umane e alla *mission* della associazione che generano non solo un presumibile aumento di competenze nei volontari, ma sono anche un volano per far incrementare il loro *stock* di capitale sociale
- l'attenzione con cui i responsabili delle associazioni si prodigano per far ambientare e far sentire a proprio agio il volontario in associazione. Una accoglienza positiva e supportata dal lavoro di responsabili già inseriti nell'organizzazione, sembra poter favorire la futura creazione di legami fra il volontario e altri soggetti conosciuti in associazione;
- favorire il contatto dei volontari con altre categorie di soggetti (ad esempio attraverso lavori di gruppo con altri volontari, attività in comune con destinatari e loro famigliari ecc.)
- promuovere momenti di dialogo e sensibilizzazione (quali la discussione su tematiche di carattere sociale, sulla mission dell'associazione) che si prestano ad accrescere tanto le reti di relazioni dei volontari, quanto il loro senso civico e le loro competenze relazionali.

Infine, la creazione di capitale sociale in termini di reti, che favorisce la trasmissione di informazioni, nonché lo sviluppo di competenze durante lo svolgimento della propria attività di volontariato, hanno effetti positivi e sostanziali sulla vita lavorativa dei volontari. Dall'analisi realizzata emerge infatti che:

- il 24% dei 49 soggetti che erano disoccupati al momento del loro ingresso in associazione ha trovato lavoro: grazie a informazioni ricevute da persone conosciute in associazione (in 5 casi), grazie alle competenze sviluppate lavorando in associazione (6 casi) o tramite progetti sviluppati in associazione (1 caso).
- il 12% dei soggetti che hanno dichiarato di essere occupati al momento del loro ingresso in associazione ha migliorato la propria posizione occupazionale grazie a informazioni ricevute da persone conosciute in associazione (in 8 casi), grazie alle competenze sviluppate prestando attività di volontariato (9 casi) o per altre ragioni legate all'associazione (2 casi).

La presenza di associazioni di volontariato, dunque, sembra favorire la creazione di capitale sociale nei loro membri e, di conseguenza, nella collettività. Il fatto che i volontari, attraverso la loro attività in associazione, amplino i loro *networks* relazionali, acquisiscano fiducia e senso civico e incrementino le loro abilità relazionali, si può pensare produca riflessi a livello di comunità. Una collettività in cui sono più numerosi i soggetti propensi a fidarsi e capaci di gestire relazioni sociali, è una collettività in cui la creazione di rapporti sociali può avvenire con più facilità, è una collettività in cui gli scambi economici avvengono con costi di transazione inferiori e, in generale, è una collettività in cui è più facile avviare, da parte dei soggetti che vi si trovano a operare, relazioni basate su reciprocità e cooperazione.

Alla luce dell'ampia letteratura teorica ed empirica esistente sul concetto di capitale sociale, sembra quindi lecito affermare che la presenza di associazioni di volontariato possa rappresentare un elemento rilevante per favorire lo sviluppo non solo sociale, ma anche economico di un territorio. L'analisi relativa all'impatto che la partecipazione in associazioni ha sulla vita lavorativa dei volontari e sul favorire l'incontro fra domanda e offerta all'interno del mercato del lavoro sembra proporre alcune prime, seppur parziali, conferme di questa interpretazione.

Riferimenti bibliografici

- Bourdieu P. (1986), *The Forms of Capital*, in Richardson J. (ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Westport, CT, Greenwood Press
- Brehm J. e Rahn W. (1997), Individual-Level Evidence for the Causes and Consequences of Social Capital, *American Journal of Political Science*, Vol. 41, N.3, pp.999-1023
- Buonanno P., Montolio D. e Vanin P. (2006), *Does Social Capital Reduce Crime?*, mimeo
- Burt, R. (1992). *Structural Holes*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Burt, R. (2002). "The Social Capital of Structural Holes." in M.F. Guillen, R. Collins, P. England, and M. Meyer (eds.), *The New Economic Sociology*, New York: Russell Sage Foundation.
- Burt, R. (2003). Bridge Decay, *Social Networks*. 24: 333-363
- Burt, R. (2004). Structural holes and Good Ideas, *American Journal of Sociology*. 110: 349-399
- Chiesi (2005), Capitale sociale degli imprenditori e performance aziendale in aree omogenee, *Rassegna italiana di sociologia*, XLVI, n.1
- Claibourn M.P.e Martin P.S. (2000), Trusting and Joining? An Empirical Test of the Reciprocal Nature of Social Capital, *Political Behavior*, Vol. 22, N. 4, pp.267-291
- Coleman J.S. (1988), Social Capital in the Creation of Human Capital, in "American Journal of Sociology", vol. 94, pp. 95-120
- Coleman J.S. (1990), *Foundations of Social Theory*. Cambridge, Harvard University Press
- Degli Antoni G. (2006), Capitale sociale e crescita economica: una verifica empirica a livello regionale e provinciale, *Rivista Italiana degli Economisti*, n.3, pp.363-393
- Fukuyama F. (1995), *Trust. The Social Virtues and the Creation of Prosperity*, London, Penguin (tr. it. Fukuyama F., *Fiducia*, Milano, Rizzoli, 1996)
- Fukuyama (1999), *Social Capital and Civic Society*, Paper prepared for delivery at the IMF Conference on Second Generation Reforms
- Gittell R., Vidal A. (1998), *Community Organizing: Building Social Capital as a Development Strategy*. Thousand Oaks, CA: Sage Books

- Glaeser E.L., Laibson D., Sacerdote B. (2000), *The Economic Approach to Social Capital*, NBER (Cambridge MA) Working Paper Series, n. 7728
- Glaeser E., Laibson D., Scheinkman J., Soutter C. (2000), *Measuring Trust*, in "The Quarterly Journal of Economics", vol.CXV, 3, pp.811-846
- Granovetter, M. (1974), *Getting a Job: A Study of Contacts and Careers*, The University of Chicago Press
- Guiso, L., Sapienza, P, and Zingales, L, (2004), "The Role of Social Capital in Financial Development", *The American Economic Review*. Vol. 94, No. 3: 526-556.
- Hanifan L.J. (1916), *The Rural School Community Centre*, in "Annals of the American Academy of Political and Social Sciences", 67, pp.130-138
- Knack S., Keefer P. (1997), *Does Social capital have an economic payoff? A cross country investigation*, in "The Quarterly Journal of Economics", CXII, pp.1251-1287
- Knack, S. (2002), [Social Capital and the Quality of Government: Evidence From the U.S. States](#), *American Journal of Political Science*, 46, pp. 772-785
- Knack P. (2003), *Groups, growth and trust: Cross-country evidence on the Olson and Putnam Hypotesis*, in "Public Choice", 117, pp. 341-355
- La Porta R., Lopez-de-Silanes F., Shleifer A., Vishny R. (1999), *The Qualità of Government*, in "Journal of Law, in "Economics and Organization", 15(1), pp.222-279
- Loury G. (1977), *A Dynamic Theory of Racial Income Differences*, in Wallace P.A., LeMund P.A. (eds.), *Women, Minorities and Employment Discrimination*, Lexington, M.A., Lexington Books
- Mayer N. (2003), *Democracy in France: Do Associations Matter?*, in Hooghe M. e Stolle D. (2003) (a cura di) *Generating Social Capital Civi Society and Institutions in Comparative Perspective*, Palgrave Macmillan
- Nahapiet J., Ghoshal S. (2002), *Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage*, in Chun Wei Choo and Bonitis N. (2002) (a cura di), *The Strategic Management of Intellectual Capital and Organizational Knowledge*, Oxford University Press, New York
- Narayan (1999), *Bonds and Bridges: Social Capital and Poverty*, Poverty Group, PREM, The World Bank
- Narayan D., Pritchett (1999), *Cents and Sociability: Housolde Income and Social Capital in Rural Tanzania*, in "Economic Developmente and Cultural Change", Vol.47, n.4, pp.871-897
- Nonaka I., Takeuchi H. (1995), *The Knowledge-creating company*, Oxford University Press (tr. it. *The Knowledge-creating company Guerini e Associati*, Milano, 1997)
- Olson M. (1965), *The Logic of Collective Action*, Cambridge, MA: Harvard University Press
- Olson M. (1982), *The Rise and Decline of Nations*, New Haven: Yale University Press

- Paldam M. (2000), Social Capital: one or many? Definition and Measurement, in *Journal of Economic Survey*, 14, 5, pp.629-653
- Putnam R. Leonardi R. e Nanetti R. (1993), *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press, (tr. it. *La tradizione civica nelle regioni italiane*, Milano, Arnoldo Mondadori Editore, 1994)
- Sabatini, F. (2005), Social capital as social networks. A new framework for measurement, Working Paper No. 83, University of Rome La Sapienza, Department of Public Economics.
- Sabatini, F. (2006a), Social capital, public spending and the quality of economic development. The case of Italy, Nota di Lavoro FEEM 14.06, Fondazione Eni Enrico Mattei, Milano.
- Sabatini, F. (2006b), Social capital and labour productivity in Italy, Nota di Lavoro FEEM 30.06, Fondazione Eni Enrico Mattei, Milano
- Sabatini, F. (2006c), The role of social capital in economic development. Investigating the causal nexus through structural equations models, University of Rome La Sapienza, Department of Public Economics, mimeo
- Saxton G.D. e Benson M.A., Social Capital and the Growth of the Nonprofit Sector (2005), *Social Science Quarterly*, Volume 86, 1
- Stolle D. e Rochon T. (1998), Are all associations alike?: Member diversity, associational type and creation of social capital, *American Behavioral Scientist*, 42, pp. 47-65
- Van der Meer J. (2003), Rain or Fog? An Empirical Examination of Social Capital's Rainmaker Effects, in Hooghe M. e Stolle D. (2003) (a cura di) *Generating Social Capital Civi Society and Institutions in Comparative Perspective*, Palgrave Macmillan
- Wollebæk D. e Selle P. (2003), The Importance of Passive Membership for Social Capital Formation, in Hooghe M. e Stolle D. (2003) (a cura di) *Generating Social Capital Civi Society and Institutions in Comparative Perspective*, Palgrave Macmillan
- World Bank (2004), What Is Social Capital, <http://www.worldbank.org/poverty/scapital/whatsc.htm>
- Woolcock M., Narayan D. (2000), Social Capital: Implications for Development Theory, Research, Policy, *The World Bank Research Observer*, 15, pp.225-251
- Zak P.J., Knack S. (2001), Trust and Growth, in "Economic Journal", 111, pp. 295-321