

Alma Mater Studiorum – Università di Bologna

DOTTORATO DI RICERCA IN

Sociologia

Ciclo XXV

**Settore Concorsuale di appartenenza: 14/C2**

**Settore Scientifico disciplinare: SPS/08**

TITOLO TESI

**Reti sociali e realtà aumentata: la digitalizzazione  
della vita quotidiana**

Presentata da: Michele Bonazzi

**Coordinatore Dottorato**  
Professore Ivo Colozzi

**Relatore**  
Professoressa Paola Parmiggiani

**Esame finale anno 2012**

## Indice

<b>Introduzione .....</b>	<b>4</b>
<b>1. Il tempo e lo spazio nella dimensione filosofica e sociologica .....</b>	<b>7</b>
1.1 Il concetto del tempo in filosofia .....	7
1.2 Il concetto dello spazio in filosofia .....	15
1.3 Spazio e tempo nella letteratura sociologica moderna .....	18
1.4 Spazio e tempo nella letteratura sociologica postmoderna .....	34
<b>2. Le dinamiche di interazione sociale e il luogo della comunicazione intersoggettiva delimitata.....</b>	<b>45</b>
2.1 La relazionalità io-tu e il processo di costruzione dell'identità .....	46
2.2 La maschera e il volto .....	55
2.3 La piazza come espressione del senso del confine .....	64
<b>3. Media tradizionali e società di massa.....</b>	<b>70</b>
3.1 L'invenzione dei media elettronici: un lungo cammino .....	74
3.2 I media potenti.....	83
3.3 Gli effetti limitati dei media .....	91
3.4 I media tradizionali e la trasformazione del mondo .....	97
<b>4. Spazio, tempo e identità nella piazza digitale .....</b>	<b>101</b>
4.1 Origini di un fenomeno .....	101
4.2 I media digitali: rivoluzione ed evoluzione .....	104
4.3 Spazio e tempo nell'universo digitale .....	116
4.4 L'identità in rete .....	124
4.5 Realtà aumentata versus dualismo digitale.....	132

<b>5. Ipotesi e metodologia della ricerca</b> .....	<b>137</b>
5.1 Analisi di un fenomeno: Facebook .....	140
5.2 Metodologia: i motivi di una scelta .....	142
5.3 Origini dell'etnografia digitale .....	144
5.3.1 The WELL e le prime comunità virtuali.....	145
5.3.2 La vita sullo schermo e i M.U.D.....	147
5.3.3 Vita offline e online all'alba del nuovo secolo.....	150
5.3.4 Un antropologo in Second Life .....	155
5.4 Gli strumenti della ricerca .....	159
<b>6. Nuove forme di realtà</b> .....	<b>161</b>
6.1 Framework analitico della ricerca .....	162
6.1.1 Facebook e le sue dinamiche di utilizzo.....	162
6.1.2 Osservazione partecipante e aree semantiche .....	166
6.2 Le linee guida delle interviste in profondità .....	168
6.3 La voce degli utenti .....	171
6.4 Al di là dello steccato.....	186
<b>Conclusione</b> .....	<b>190</b>
<b>Bibliografia</b> .....	<b>193</b>
<b>Sitografia</b> .....	<b>203</b>

## INTRODUZIONE

*Non dirmi che la luna splende, mostrami il riflesso della sua luce nel vetro  
infranto.*

Anton Cechov

Il mio progetto di ricerca è nato da una riflessione concernente una domanda fondamentale che si pongono gli studiosi della comunicazione digitale: le attuali tecnologie mediali che hanno creato nuovi modelli comunicativi e inaugurato inedite modalità di interrelazione sociale conducono a un dualismo digitale o a una realtà aumentata?

Il senso e la ragione della ricerca è racchiuso nell'interrogativo sull'influenza che esercita la dinamica instaurata dalle reti digitali sui processi identitari e di rappresentazione del sé, e quindi sulle ipotesi antitetiche che propongono due visioni del mondo contrapposte: secondo l'una la frequentazione quotidiana dei network comporterebbe un dimidiamento dell'io che vedrebbe la sua identità spezzata in due dimensioni, reale contro virtuale, secondo l'altra le potenzialità insite in ogni ampliamento delle occasioni semantiche si tradurrebbero in un processo di socializzazione più ricco e complesso a cui parteciperebbero il digitale e il reale in un rapporto di implicazione reciproca.

Si è cercato di dare una risposta a questo interrogativo attraverso un'indagine compiuta su un social network, Facebook, che è la piattaforma digitale e interattiva più diffusa nel mondo.

L'analisi su Facebook, sulle dinamiche relazionali che si attuano sul web, sui processi di condivisione semantica che influenzano la costruzione e la rappresentazione del sé è stata preceduta da uno studio intorno alle trasformazioni dello spazio della comunicazione e dei luoghi e dei tempi del suo farsi che sono un

portato delle innovazioni tecnologiche a seguito della nascita e della diffusione dei mezzi elettronici prima e dei mezzi digitali poi.

Una rassegna della letteratura filosofica e sociologica sui concetti dello spazio e del tempo è stata propedeutica all'analisi volta a cogliere l'impatto che ha avuto sulla relazionalità intersoggettiva la nascita e l'affermazione del cyberspazio come luogo della comunicazione.

Lo spazio e il tempo sono le due dimensioni in cui si intrecciano i rapporti interpersonali, in cui l'io mette alla prova se stesso nei confronti dell'altro da sé, in cui il soggetto, più o meno faticosamente, costruisce e sperimenta la propria identità.

Se la visione e la percezione dello spazio e del tempo mutano a seguito dei cambiamenti intervenuti nel tessuto sociale e comunicativo, mutano anche le modalità di relazione intersoggettiva e di sviluppo dei processi identitari.

Gli individui agiscono infatti all'interno di un tempo sociale e di uno spazio socioculturale che costituiscono la cornice del loro porsi come soggetti sociali che manifestano la loro identità e dichiarano la propria appartenenza in un continuo rapporto di reciprocità con l'altro da sé.

La riflessione sulle dinamiche che presiedono alla realizzazione dell'io nella costante interazione con gli altri e sulla letteratura sociologica che le ha interpretate secondo diverse ipotesi teoretiche ha comportato anche una disamina delle diverse modalità spazio-temporali che condizionano il farsi dell'individuo come membro della società.

La piazza tradizionale, la piazza massmediale e la piazza digitale sono i luoghi della comunicazione sui quali si è esercitata la mia attenzione per capire come l'evolversi degli strumenti comunicativi influisca sugli spazi e sui tempi in cui si sviluppa la comunicazione, sui processi di socializzazione e sul ruolo ricoperto da coloro che intervengono come emittente e ricevente nel rapporto dialogico.

Se la peculiarità della piazza tradizionale è nel farsi dei rapporti *face to face* e quella della piazza massmediale nella funzione rilevante della fonte rispetto al destinatario, la caratteristica della piazza digitale consiste nella creazione autonoma di un orizzonte inclusivo che comprende ogni soggetto che si collega con la rete il quale, all'interno del network, riveste il doppio ruolo di consumatore e di produttore di messaggi.

Questa possibilità semantica offerta a ogni utente di intervenire in prima persona nelle dinamiche comunicative che si costruiscono attraverso le piattaforme digitali si

traduce in un ampliamento dei rapporti sociali che si attuano nell'online e che contribuiscono a generare input che influenzano l'immaginario collettivo e quindi anche i meccanismi edificatori dell'identità individuale.

Con l'avvento dell'online nella prassi della relazionalità sociale si producono e si attuano due piani di interazioni comunicative, uno relativo all'online e l'altro relativo all'offline.

Facebook, il terzo "paese" più grande del mondo la cui popolazione è inferiore solo a quelle della Cina e dell'India, è stato il terreno in cui si è esercitata la mia volontà di capire quanto la vita digitale influenzi la vita reale e se queste due dimensioni comunicative convivano in una condizione di separatezza estraniante oppure se i soggetti fruiscono dell'uno e dell'altro orizzonte comunicativo che entrano pariteticamente a far parte del loro vissuto relazionale.

L'ipotesi di lavoro che è stata guida della mia ricerca è che la pervasività dell'online conduca all'integrazione dei due segmenti comunicativi: l'esperienza della comunicazione digitale si inserisce nella prassi sociale quotidiana arricchendo i rapporti semantici propri della relazione *face to face* e influenzandoli profondamente.

## CAPITOLO I

*Il tempo è un bimbo che gioca, con le tessere di una scacchiera: di un bimbo è il regno.*

Eraclito

### **Il tempo e lo spazio nella dimensione filosofica e sociologica**

Il mio progetto di ricerca ha avuto come obiettivo quello di analizzare le modificazioni della percezione dello spazio e del tempo nell'età postmoderna e gli inediti rapporti sociali che nascono in relazione al mutamento della dimensione spaziale e di quella temporale all'interno delle nuove modalità di comunicazione originate dall'avvento dell'era digitale.

Il punto di partenza della mia riflessione è una panoramica della letteratura riguardante la concezione del tempo e dello spazio osservata attraverso gli occhi della riflessione filosofica e della letteratura sociologica tradizionale e contemporanea che si è occupata delle dimensioni temporali e spaziali nella loro ricaduta sulla società.

#### **1.1 Il concetto del tempo in filosofia**

Il tempo e le domande relative alla sua realtà, alla sua natura, alle sue dimensioni, passato, presente e futuro, costituiscono forse il problema filosofico più originale, più affascinante e più enigmatico che sia stato posto ai filosofi dalle origini ai giorni nostri.

Lo stesso S. Agostino confessava: «Che cos'è il tempo? Chi saprebbe spiegarlo in forma piana e breve? Chi saprebbe formarsene anche solo il concetto nella mente, per poi esprimerlo a parole? Eppure, quale parola più familiare e nota del tempo ritorna nelle nostre conversazioni? Quando siamo noi a parlarne, certo intendiamo, e intendiamo anche quando ne udiamo parlare altri. Se nessuno m'interroga, lo so; se volessi spiegarlo a chi mi interroga, non lo so»<sup>1</sup>.

Già nella filosofia dei pre-socratici il problema del divenire e dell'essere, del dinamismo della realtà o della sua negazione implicitamente alludeva al problema del tempo, del suo scorrere inesorabile o della sua apparenza.

Eraclito di Efeso (VI-V secolo a. C.) rappresenta nei pochi frammenti che ci sono rimasti la posizione filosofica che propone il divenire come caratteristica strutturale di tutta la realtà.

Eraclito nel frammento 16 dice: «Nello stesso fiume entriamo e non entriamo, siamo e non siamo»<sup>2</sup>; nel 17: «Si separa e di nuovo si aduna, e sorge e vien meno, si avvicina e si allontana»<sup>3</sup>; nel 52: «Il fiume in cui entriamo è lo stesso, ma sempre altre sono le acque che scorrono verso di loro: e anche le anime sono evaporazioni delle acque»<sup>4</sup>; nel frammento 48 Eraclito asserisce: «Il tempo è un bimbo che gioca, con le tessere di una scacchiera: di un bimbo è il regno»<sup>5</sup>. Platone nel *Cratilo* ci lascia questa testimonianza: «Eraclito dice che tutto è in movimento e nulla sta fermo, e paragonando le cose alla corrente di un fiume afferma che non si può entrare due volte nello stesso fiume»<sup>6</sup>.

Parmenide di Elea (VI-V secolo a. C.) è il portavoce dell'assolutezza dell'essere come puro positivo e del non-essere come puro negativo, dell'identità dell'essere e del capire, e del tempo nelle sue dimensioni passato, presente e futuro come pura parvenza e non assoluta realtà.

Nel *Poema della natura* Parmenide afferma nel frammento 2: «Ecco che ora ti dico, e tu fa' tesoro del detto, quelle che sono le sole due vie di ricerca pensabili: l'una com' «è», e come impossibile che sia che «non sia», di persuasione è la strada, ché a

---

<sup>1</sup> Agostino, (1984), *Confessioni XI*, Einaudi, Torino, pp. 327-328.

<sup>2</sup> Eraclito (1998), *I frammenti e le testimonianze*, Mondadori, Milano, p. 13.

<sup>3</sup> Ibidem.

<sup>4</sup> Ibidem, p. 27.

<sup>5</sup> Ibidem, p. 25.

<sup>6</sup> Ibidem, p. 73.



verità s'accompagna, l'altra come «non è», come sia necessario «non sia», che ti dichiaro sentiero del tutto estraneo al sapere: mai capiresti ciò che «non è», è cosa impossibile, né definirlo potresti...»<sup>7</sup>; nel frammento 3: «... Lo stesso è capire ed «essere»<sup>8</sup>; e infine nel frammento 19: «Ecco, secondo parvenza, come furono e stanno le cose, come da questo evolute andranno a finire in futuro: segno a ciascuna gli uomini imposero loro un nome»<sup>9</sup>.

Le risposte alla domanda cruciale “Che cosa è il tempo?” sono state molteplici, ma è possibile riunire le concezioni del tempo attorno alle quali si è concentrata la riflessione dei filosofi in tre filoni fondamentali in cui trovano posto delle teorie che hanno attraversato i secoli creando delle relazioni tra pensatori lontani perché appartenenti a epoche diverse, ma vicini per contiguità concettuale.

La concezione più antica del tempo è quella che considera il tempo come la misura del movimento. La sua enunciazione più aderente e sistematica la dobbiamo ad Aristotele (384/83 a.C.-322 a. C.). Aristotele affermò decisamente la connessione tra tempo e movimento e tra movimento ed estensione. Il tempo non poteva rivendicare una realtà oggettiva e indipendente. Se la proprietà dell'estensione è il continuo, il tempo è una successione costante prodotta attraverso il movimento e quindi qualificabile, come il movimento, secondo un'antiorità e una posteriorità. Da qui l'affermazione di Aristotele: «E' evidente che il tempo è numero del movimento secondo prima e poi, ed è continuo – esso infatti appartiene ad un continuo»<sup>10</sup>.

Questa rappresentazione del tempo fu sottoscritta nel Medio Evo sia dai realisti, come Alberto Magno (1193/1206 – 1280) e Tommaso d'Aquino (1221-1274), sia dai nominalisti come Ockham (1280-1349), e giunse, pur con qualche puntualizzazione, sino a Hobbes (1588-1679), Cartesio (1596-1650), Locke (1632-1704) e Berkeley (1685-1753).

Isaac Newton (1642-1727) ereditò il concetto del tempo come misura del movimento e lo pose alla base della sua meccanica, concependo però uno spazio e un tempo con la funzioni di contenitori che godono di un'esistenza indipendente dalla materia e dal movimento. Egli operò una distinzione tra tempo assoluto e tempo relativo, ma

---

<sup>7</sup> Parmenide (2006), *Poema sulla natura*, BUR, Milano, p. 149.

<sup>8</sup> Ibidem.

<sup>9</sup> Ibidem, p. 161.

<sup>10</sup> Aristotele (1995), *Fisica*, Rusconi, Milano, p. 219.

ascrisse a entrambi ordine e uniformità. Celebri e anche contestate - ricordiamo per inciso la critica di Ernest Mach (1838-1916) che, nel suo *La meccanica nel suo sviluppo storico-critico*, giunse ad affermare che lo spazio e il tempo assoluto di Newton sono “mostruosità concettuali”-, sono le definizioni del tempo assoluto e del tempo relativo che ci ha lasciato Newton nel testo *Naturalis philosophiae principia*: «Il tempo assoluto, vero, matematico, in sé e per sua natura senza relazione ad alcunché di esterno, scorre uniformemente, e con altro nome è chiamato durata; quello relativo, apparente e volgare, è una misura (esatta o inesatta) sensibile ed esterna della durata per mezzo del moto, che comunemente viene impiegata al posto del vero tempo: tali sono l'ora, il giorno, l'anno»<sup>11</sup>.

Egli quindi concepì uno spazio e un tempo senza movimento né materia che di conseguenza godono di un'esistenza indipendente.

L'uniformità è il comune denominatore del fluire della durata assoluta e del movimento considerato come misura del tempo. Questo è uno dei contributi importanti di Newton alla riflessione filosofica sul tempo.

Lo stesso Leibniz (1646-1716) nella terza lettera indirizzata a Clarke definiva il tempo come «un ordine delle successioni»<sup>12</sup>. Per Leibniz infatti il tempo è la risultanza fenomenica della successione delle cose, è, come lo spazio, fenomeno conseguente all'esistenza di altre realtà. Come lo spazio è l'ordine che permette il posizionamento dei corpi e la loro relazione spaziale esistendo insieme, analogamente il tempo è un ordine in rapporto alla loro posizione successiva. Se non esistessero le creature, ci dice Leibniz, il tempo non esisterebbe che nelle idee di Dio.

A questo concetto del tempo come un ordine delle successioni, formulato da Leibniz e fatto proprio da Wolff (1679-1754) e da Baumgarten(1714-1762), si riferì Kant (1724-1804) quando anche affrontò il problema del tempo nella *Critica della ragion pura*.

Kant rivendicò nella *Estetica trascendentale* la forma pura dello spazio e del tempo individuati come modi e funzioni propri del soggetto e non quindi realtà assolute come ipotizzava Isaac Newton.

La rivoluzione copernicana operata da Kant era consistita nel porre al centro della riflessione filosofica non l'oggetto, ma il soggetto. Secondo Kant non è il soggetto che,

---

<sup>11</sup> I. Newton (1989), *Principi matematici della filosofia naturale*, UTET, Torino, pp. 105-106.

<sup>12</sup> G. W. Leibniz (1988), *Scritti di metafisica. Saggi di teodicea*, in *Scritti filosofici*, UTET, Torino, p. 312.

nel processo di conoscenza, scopre le leggi dell'oggetto, ma è l'oggetto che si adegua al soggetto che lo conosce e lo iscrive nelle leggi che sono proprie del soggetto stesso.

Il soggetto possiede due forme di conoscenza: quella del senso attraverso il quale gli oggetti ci sono dati e quella dell'intelletto grazie alla quale gli oggetti sono pensati.

Nell'Estetica trascendentale Kant studia le strutture della sensibilità; queste strutture sono lo spazio e il tempo individuate come forme a priori dell'intuizione sensibile: lo spazio forma del senso esterno, il tempo forma del senso interno.

Lo spazio e il tempo hanno una "realtà empirica" e "una idealità trascendentale", "realtà empirica" in quanto nessun oggetto può essere percepito dai nostri sensi senza assoggettarsi alle forme a priori della sensibilità, "idealità trascendentale" in quanto spazio e tempo non ineriscono alle cose, ma al soggetto che percepisce gli oggetti secondo modalità a priori che dipendono da una sensibilità così configurata.

Il tempo diviene allora, assieme allo spazio, una "forma a priori della sensibilità".

Se nell'Estetica Kant pone l'accento sull'impossibilità di ascrivere al tempo e allo spazio una realtà che possa venire legittimata indipendentemente dal suo essere trascendentale, nell'*Analitica dei principi* egli si concentrò sulla riduzione dell'ordine di successione all'ordine causale. Egli differenziò l'immaginazione che può rovesciare l'ordine degli eventi dalla percezione reale del tempo che è guidata dal principio della serie temporale che diviene secondo la legge della causalità.

La riduzione del tempo a causalità proposta da Kant nella sua *Critica della ragion pura* è un lascito importante nell'ambito della concezione del tempo come ordine.

Come Kant si fece promotore di una rappresentazione del tempo come causalità mentre la teoria prevalente del suo periodo storico si ispirava alla fisica newtoniana che individuava nel tempo un ordine di successione, così Reichenbach (1891-1953) fu portavoce della tesi kantiana sull'identità del tempo come causalità nei confronti dell'affermazione di Einstein (1879-1955) il quale, pur negando che l'ordine di successione fosse unico e assoluto attraverso l'introduzione nella scienza del concetto di relatività che metteva in crisi la condivisione positivista delle teorie newtoniane, non aveva invalidato il principio del tempo come ordine di successione.

La seconda concezione del tempo è quella del tempo percepito dal soggetto come dimensione del divenire. Questa rappresentazione del tempo ha trovato nella filosofia di S. Agostino la migliore espressione.

Agostino (354-430) sosteneva che il tempo era opera di Dio: non esiste il tempo prima della creazione del cielo e la terra, e Dio è altro dal tempo. Il tempo dunque è stato creato insieme all'universo, ma la sua natura è enigmatica.

Per l'uomo le tre dimensioni del tempo sono passato, presente e futuro, ma in realtà, secondo Agostino, il passato non è più, il futuro non è ancora e il presente esiste solo nella misura in cui è nello spirito dell'uomo in quanto è in esso che vivono il presente del passato come memoria, il presente del presente come intuizione, il presente del futuro come attesa.

E' la percezione del soggetto che fonda il tempo e dà senso al suo divenire.

Il tempo quindi secondo Agostino fa tutt'uno con la vita dell'anima che si estende verso il passato o verso il futuro tra memoria, intuizione e attesa.

E' stato Henri Bergson (1859-1941) a riproporre nella filosofia moderna questa concezione del tempo che si pone in antitesi al suo concetto scientifico.

Partendo dallo studio della teoria evoluzionistica di Spencer (1820-1903) che egli voleva perfezionare soprattutto per ciò che riguardava la meccanica come affermò egli stesso, Bergson approdò a una critica nei confronti del Positivismo che veniva meno alla sua promessa di attenersi con fedeltà ai fatti. Ad esempio nella trattazione del problema del tempo la meccanica non teneva in alcuna considerazione il tempo dell'esperienza concreta.

Per la meccanica, egli sostenne nel *Saggio sui dati immediati della coscienza*, il tempo è indipendente dal soggetto umano, essendo costituito da istanti sempre uguali, posti l'uno accanto all'altro, esterno l'uno all'altro. E' tempo spazializzato in quanto misurabile attraverso la dimensione spaziale, quantitativo in quanto la sequenza degli istanti non presenta diversità qualitative, reversibile in quanto ogni esperimento può essere ripetuto, geometrico in quanto pensabile come una successione infinita di spazi uniformi e omogenei.

Bergson utilizzò l'immagine di una collana formata da perle perfettamente uguali per rappresentare visivamente il concetto del tempo proprio della scienza. Ma il tempo vissuto all'interno della coscienza non è spazialità, non è astrattezza, non è

discontinuità, non è omogeneità, ma è durata concreta, interiore, qualitativa, eterogenea, irreversibile, cioè corrente fluida in cui non c'è separazione di stati poiché ogni istante si compenetra in quello successivo senza soluzione di continuità, come avviene in un gomitolo di filo che conserva se stesso pur incrementando il suo spessore o come in una valanga che precipitando a valle accumula neve su neve crescendo su se stessa, ma mantenendo la sua identità.

Le due caratteristiche che Bergson individuò come fondamentali nella sua concezione del tempo come durata sono la continuità del processo creativo di istanti sempre nuovi e nello stesso tempo l'integralità e l'infallibilità della salvaguardia del passato come memoria di ciò che è stato che si accompagna alla proiezione verso il futuro come anticipazione di ciò che verrà.

Questa stessa capacità di conservare la singola esperienza che è inserita in una corrente infinita di esperienze vissute la troviamo nella concezione del tempo fenomenologico di Edmund Husserl (1859-1938).

La terza concezione del tempo è quella del tempo come possibilità.

E' la concezione del tempo di Martin Heidegger (1889-1976).

Di fronte ai teologi di Marburgo nel 1924 Heidegger fece una conferenza in cui egli si pose la domanda basilare: "Che cosa è il tempo?" La risposta più articolata è contenuta nel suo testo fondamentale *Essere e tempo* del 1927 in cui egli affronta il problema del senso dell'essere con il fine di fondare un'ontologia che sia capace di stabilirlo in maniera adeguata. Ma per fare questo è necessario interrogarsi su colui che si pone la domanda sul senso dell'essere. L'uomo che si pone tale domanda, ci dice Heidegger, è sempre in situazione, cioè è *Dasein*, esser-ci, esistenza, poter-essere, progetto, proiezione verso il futuro. Il senso primario del *Dasein* è l'avvenire.

Se nella concezione del tempo di Bergson è il presente che ingloba il passato nel ricordo e che anticipa l'avvenire, per Heidegger il primato spetta al futuro in quanto il tempo viene interpretato come possibilità e progettazione: il tempo è sempre l'avvenire.

Le tre determinazioni del tempo, passato, presente e futuro, mutano nella misura in cui il tempo dell'esserci è tempo autentico o tempo inautentico.

Il tempo inautentico è quello caratterizzato dalla preoccupazione per le cose, per il successo, è l'attenzione per la riuscita sociale, mentre il tempo autentico è un vivere

per la morte in quanto la morte viene assunta come possibilità qualificante dell'esistenza.

Il passato autentico è un ritornare e rifare proprie le possibilità autentiche che sono già state, il presente autentico è l'istante in cui l'uomo sceglie il proprio destino rifiutando il tempo inautentico fatto di impegni, di cose da fare che da mezzo si trasformano in fine, di chiacchiere, di curiosità, di arrendersi al "si dice" e al "si fa". Se l'uomo cade al livello delle cose e del mondo qualsiasi progetto è equivalente: studio, lavoro, ricchezza, successo sono opzioni analoghe; in ogni caso l'uomo *decide per* e si *disperde in* un'esistenza inautentica, nella banalità dell'affaccendarsi quotidiano.

Tra le varie possibilità che si prospettano all'uomo ve ne è una che è diversa da tutte le altre: è la possibilità della morte che rende impossibili tutte le altre possibilità. La voce della coscienza ci richiama al senso della morte che rivela la vanità di ogni progetto umano. Non la morte come concetto astratto, ma la "mia" morte, approdo ineludibile di ogni esistenza umana.

L'esistenza autentica è un "essere per la morte" e il tempo autentico è un vivere per la morte, è accettare l'essere finito dell'uomo, è rifiuto dei concetti del tempo elaborati dalla scienza e dal pensiero comune che sono frutto dell'esistenza inautentica per cui l'uomo è gettato tra le cose del mondo.

La consapevolezza della morte come possibilità suprema dell'uomo non è opera dell'intelletto, ma del sentimento dell'angoscia che rivela il non senso di ogni progetto, di ogni possibilità e della stessa esistenza umana. L'uomo che vive autenticamente continua a vivere la sua vita banale, ma con distacco poiché attraverso il sentimento dell'angoscia è approdato alla consapevolezza della nullità della sua esistenza.

La ricerca di fondare un tempo eterno, svincolato dalla morte che ha sedotto tanti pensatori è per Heidegger una evasione, un tentativo di sfuggire alla coscienza della propria finitezza e della finitezza del tempo.

## 1.2 Il concetto dello spazio in filosofia

La concezione dello spazio ha fatto nascere nella storia della filosofia una problematica concernente due temi fondamentale: la *natura* dello spazio e la sua *realtà*.

Sulla *natura* dello spazio sono state elaborate tre teorie fondamentali, due di esse si sono affrontate nel corso dei secoli.

La prima teoria considera lo spazio come un luogo, cioè come la situazione di un corpo tra gli altri corpi, e asserisce la non esistenza del vuoto.

E' la teoria aristotelica che prevedeva il movimento degli oggetti non nel non-essere, ma in un luogo che Aristotele definisce, nella *Fisica*, "il limite del corpo contenente": «Se dunque il luogo non è nessuna di queste tre cose – cioè né forma, né materia, né superficie, che è qualcosa di sempre differente rispetto alla cosa che viene spostata –, allora il luogo è necessariamente l'ultima delle quattro che resta, e cioè il limite del corpo contenente, mentre affermo che il corpo che è contenuto è ciò che si muove secondo il movimento locale»<sup>13</sup>.

Secondo la teoria aristotelica il luogo non va assolutamente confuso con il contenitore all'interno del quale stanno i corpi e che esiste indipendentemente dai corpi stessi, in quanto lo spazio non c'è dove non ci sono oggetti materiali. Quindi Aristotele postulava l'inesistenza del vuoto.

Questa concezione del vuoto fu ereditata dal Medioevo che la fece propria.

Nel Rinascimento fu Tommaso Campanella (1568-1639) a farsene promotore e Cartesio la utilizzò nell'ambito della sua geometria, dichiarando che tra luogo e spazio la differenza è solo nominale.

Fattori della non esistenza del vuoto con Cartesio furono Spinoza (1632-1677) e Leibniz il quale asserì che egli riteneva lo spazio come un *ordine delle coesistenze*<sup>14</sup> allo stesso modo in cui il tempo era un *ordine delle successioni*.

Per Leibniz lo spazio è un modo di apparire della realtà, esso nasce dalla relazione tra le cose, non è un ente reale di per sé. Leibniz, in polemica con Newton e i suoi seguaci che erano sostenitori dello spazio assoluto esistente indipendentemente dagli

---

<sup>13</sup> Aristotele (1995), *op. cit.*, p. 175.

<sup>14</sup> G. W. Leibniz (1988), *op. cit.*, p. 312.

oggetti che lo abitano, giunse a dire che lo spazio come veniva concepito da “certi inglesi moderni”, alludendo a Newton e a Clarke, è un “idolo” in senso baconiano, cioè una falsa nozione che sbarrava la strada verso la verità e quindi deve essere rimossa radicalmente.

«Questi signori sostengono, dunque, che lo spazio è un essere reale assoluto, cosa che li conduce a gravi difficoltà. Sembra, infatti, che un tale essere dovrebbe essere eterno, ed infinito. E perciò ci sono alcuni che hanno creduto che sia Dio stesso o il suo attributo, la sua immensità. Ma siccome consta di parti non è una cosa che possa convenire a Dio. Per me, ho osservato più di una volta che considero lo spazio come qualcosa di puramente relativo, così come il tempo: è un ordine delle coesistenze, al pari del tempo, che è un ordine delle successioni. Infatti lo spazio segna, in termini di possibilità, un ordine di quelle cose che esistono nello stesso tempo, in quanto insieme, senza entrare nei loro modi particolari d’essere, e quando si vedono più cose insieme, si percepisce questo ordine di cose tra loro»<sup>15</sup>.

Con la rivoluzione copernicana di Kant lo spazio diviene, come il tempo, forma pura dell’intuizione sensibile come principio della conoscenza: lo spazio del senso esterno, il tempo del senso interno. Noi non creiamo gli oggetti che ci sono dati, ma li conosciamo attraverso le forme a priori che dipendono da noi. Lo spazio è dunque un modo proprio del soggetto che ci fa cogliere le cose spazialmente configurate.

La posizione leibniziana non fu mai abbandonata dalla riflessione filosofica posteriore.

Chi l’ accettò *in toto* fu Martin Heidegger che in *Essere e tempo* sostenne che lo spazio non è nel soggetto come il soggetto non è nello spazio. Il soggetto stesso è esser-ci, quindi è spaziale per sua natura, La spazialità dell’esserci è determinata dal fatto che il soggetto nel suo essere nel mondo è in relazione con le cose, instaura con loro rapporti di vicinanza e di lontananza. Lo spazio quindi, come il tempo, è una modalità dell’esistenza.

La seconda concezione sulla natura dello spazio è quella che lo considera come un recipiente che gode di vita propria e che esiste indipendentemente dagli oggetti che può contenere.

---

<sup>15</sup> Ibidem.



Questa tesi risale alla dottrina atomistica di Leucippo (V secolo a. C) e del suo geniale discepolo Democrito (460 a. C.-385 a. C.). Secondo gli atomisti la nascita è data dall'aggregarsi di cose, la morte è data dal loro disgregarsi. Queste realtà originarie che si aggregano e si disgregano provocando la vita e la morte sono gli atomi, i non-divisibili, ingenerabili ed eterni, non soggetti al mutamento o alla distruzione. Gli atomi si muovono nel vuoto che è infinito: dal loro incontro nasce la vita, dal loro allontanarsi l'un l'altro deriva la morte. Epicuro (341 a.C.-271/70 a. C.) ereditò questa dottrina che fu fatta propria anche da Tito Lucrezio Caro (96 a. C.-55 a. C.).

La concezione aristotelica offuscò per lungo tempo questa teoria che acquistò nuova dignità filosofica con il Rinascimento, ma si deve a Isaac Newton la sua consacrazione a dottrina della scienza. Come il tempo è assoluto, così è assoluto lo spazio: per Newton è possibile concepire uno spazio senza materia come una stanza non sparisce se i mobili che contiene vengono portati via.

Nonostante la stroncatura di questa teoria da parte di Leibniz, essa ebbe successo e straordinaria diffusione.

La terza teoria sulla natura dello spazio è quella di Einstein. Egli, elaborando la sua teoria della relatività nel 1905, avanzò l'ipotesi in base alla quale se pensiamo che l'energia totale sia una costante universale, il mutamento delle dimensioni relative tra spazio e tempo deve corrispondere a una variazione della massa dei corpi. Da questa ipotesi di lavoro scaturì la famosissima equazione della relatività:  $E=mc^2$  secondo cui, in prossimità della velocità della luce, la massa di un corpo si trasforma in energia.

I modi di pensare lo spazio e il tempo vengono drasticamente cambiati: con l'equazione della relatività viene stabilito che, a seconda della velocità della luce, varia la massa dei corpi in movimento, quindi si ipotizza che nuove dimensioni dello spazio e del tempo siano definite dalle interazioni della massa che è variabile con il campo di energia.

Spazio e tempo non possono più essere considerati come entità assolute, ma come quantità intrinsecamente relative per cui spazio e tempo non sono distinguibili l'uno dall'altro: sono i processi di influenza reciproca tra energia e materia che determinano le dimensioni variabili dello spazio-tempo nell'universo.

Il problema della *realtà* dello spazio ha portato alla formulazione di tre diverse ipotesi esplicative.

Risale alla filosofia antica la teoria in base alla quale lo spazio possenga una realtà fisica in quanto i pensatori antichi lo reputavano un elemento o una condizione del mondo oppure un attributo di Dio.

Per inciso si può ricordare che lo stesso Newton<sup>16</sup> attribuì allo spazio la funzione di organo mediante il quale Dio muove le cose.

La seconda teoria è quella della soggettività dello spazio. Fu l'empirismo inglese i cui maggiori esponenti furono Hobbes, Locke, Berkeley e Hume (1711-1776) a ridurre lo spazio a un'idea provocata da sensazioni.

La stessa riduzione soggettivistica fu operata da Leibniz e dai filosofi leibniziani i quali però considerarono lo spazio come un concetto universale.

Con Kant, come abbiamo visto, lo spazio assume il ruolo di condizione assoluta della possibilità degli oggetti esterni di essere percepiti.

La soggettività dello spazio viene ribadita dalla filosofia idealistica che considera lo spazio una forma di un'astrazione in quanto lo spazio è semplice apparenza.

Lo stesso Bergson, concependo lo spazio come il venir meno o l'esteriorizzarsi della durata reale della coscienza, vive lo spazio come qualcosa di illusorio.

La terza risposta al quesito sulla realtà dello spazio consiste nel rifiuto del problema stesso e nell'ammissione che lo spazio non è né reale né irreale, anche se può essere utile strumento per la rappresentazione della realtà. E' stata la formulazione delle teorie non euclidee a mettere in discussione la geometria tradizionale nella sua funzione di unico schema geometrico incorporato nella struttura fisica del mondo.

### **1.3 Spazio e tempo nella letteratura sociologica moderna**

E' venuto il momento di abbandonare le aree rarefatte della filosofia, per rivolgere l'attenzione alla letteratura sociologica che ha indagato le dimensioni dello spazio e del tempo per avvicinarsi alla concretezza del mondo sociale, alle sue relazioni e alle sue istituzioni.

---

<sup>16</sup> I. Newton (1978), *Scritti di ottica*, Utet, Torino.

Il primo sociologo che ha affrontato tale problematica è stato Emile Durkheim.

Egli, già nel 1912, getta le prime basi teoriche di una sociologia del tempo e dello spazio nell'Introduzione alla sua opera *Le forme elementari della vita religiosa*.

Il modo di concepire lo spazio e il tempo, secondo Durkheim, è da ricercarsi nella vita sociale.

Le classificazioni spazio-temporali risalgono alle credenze religiose dell'uomo primitivo, e, afferma Durkheim, «la religione è cosa eminentemente sociale»<sup>17</sup>.

Alla base del pensiero umano, secondo Durkheim, sono rimaste quelle categorie fondamentali che operarono quando le società primitive, attraverso la costituzione delle credenze religiose, compirono un'opera di catalogazione e classificazione dell'esistente; tra queste categorie ci sono anche quelle dello spazio e del tempo che sono state create e trasmesse dalla società.

«Alla base dei nostri giudizi, dice Durkheim, esiste un certo numero di nozioni essenziali che dominano tutta la nostra vita intellettuale; sono quelle che i filosofi, da Aristotele in poi, chiamano le categorie dell'intelletto — le nozioni di tempo, di spazio, di genere, di numero, di causa, di sostanza, di personalità ecc. Esse corrispondono alle proprietà più universali delle cose, racchiudendo saldamente il pensiero; questo non sembra poterne fare a meno senza distruggersi, perché non possiamo pensare oggetti che non siano collocati nel tempo o nello spazio, che non siano numerabili ecc. Le altre nozioni sono contingenti e mobili: noi concepiamo come esse possano mancare a un uomo, a una società, a un'epoca, mentre quelle ci sembrano quasi inseparabili dal funzionamento normale dello spirito. Esse costituiscono l'ossatura dell'intelligenza»<sup>18</sup>.

Secondo Durkheim dunque tutte le rappresentazioni mentali collettive elaborate dall'uomo sul mondo (tempo, spazio, genere, numero, causa - "l'ossatura dell'intelligenza") sono un prodotto del pensiero religioso, nel senso che le credenze religiose primitive racchiudevano le principali tra queste nozioni.

L'uomo primitivo era dunque un animale sociale creatore di un pensiero religioso che racchiudeva *in nuce* tutte le forme culturali.

Quindi il modello per l'organizzazione spaziale derivava dall'organizzazione sociale della comunità primitiva e la suddivisione del tempo dalla necessità di garantire la regolarità di ogni attività collettiva come ad esempio le cerimonie rituali.

---

<sup>17</sup> E. Durkheim (1963), *Le forme elementari della vita religiosa*, Comunità, Milano, p.11.

<sup>18</sup> Ibidem.

Dal momento che per Durkheim la società è un insieme indipendente di fatti sociali i cui fenomeni non sono riducibili a quelli della coscienza individuale, il tempo e lo spazio devono essere considerati come tempo e spazio sociali. Per comprenderne le caratteristiche non bisogna considerare la natura o la coscienza individuale, ma la natura della società, i suoi concetti e i suoi simboli collettivi.

Il tempo sociale è tempo collettivo, quindi si trova al di fuori della coscienza individuale, non in senso spaziale, ma in una prospettiva trascendentale, nella misura in cui esso esercita una costrizione esterna sugli individui. In tal modo l'autore riesce a giustificare l'indipendenza del tempo sociale e allo stesso tempo a rivendicarne la sua determinazione e variabilità socioculturale.

I concetti di spazio e tempo in questa prospettiva sociologica non sono riconducibili alla concezione newtoniana del tempo e dello spazio, tempo assoluto, meccanico e spazializzato, misurato tramite la dimensione spaziale, ad esempio il quadrante di un orologio in cui si muovono le lancette, e spazio assoluto, omogeneo, per sua natura senza relazione ad alcunché di esterno, sempre uguale ed immobile, ma sono ascrivibili a una dimensione socioculturale.

Questo significa che con il mutare della società muta anche la percezione della dimensione spaziale e di quella temporale.

I concetti di tempo e spazio non sono un portato di natura, ma espressione di cultura e quindi risultati dell'agire sociale collettivo.

Furono gli studi compiuti da due allievi particolarmente dotati, Henri Hubert e Marcel Mauss, a fornire gli input per lo sviluppo delle teorie di Durkheim sul tempo e sullo spazio.

Nel saggio di Hubert, *Étude sommaire de la représentation du temps*, del 1905, ripubblicato integralmente nel 1909 a firma di Hubert e Mauss, viene affrontato il tema della distinzione tra tempo sacro e tempo profano, tra tempo qualitativo e tempo quantitativo e si suggerisce l'ipotesi che il calendario presso le popolazioni primitive non servisse tanto a misurare il tempo quantitativo, quanto a dettare il ritmo delle cerimonie rituali, quel tempo carico di valore in quanto dedicato alle funzioni religiose. Tempo quantitativo e tempo qualitativo sono distinti, ma non si negano reciprocamente e comunque sono entrambi tempi sociali e collettivi.

Scrivono Hubert e Mauss: « Come regola generale non sono i fatti che fissano le date. Le date sono i tempi segnati da un ritmo il quale taglia in durate finite la durata indefinita. Un ritmo, di egual natura, determina la ripetizione all'infinito delle date stabilite, qualunque esse siano. La rappresentazione del tempo è essenzialmente ritmica. Ma, non abbiamo già dimostrato che nel lavoro, nella poesia e nel canto il ritmo era la notazione dell'attività collettiva, e tanto più fortemente marcato quanto più estesa e intensa era la collaborazione sociale? Ciò stando, è lecito congetturare che il ritmo del tempo non assunse quali necessari modelli le periodicità naturali constatate dall'esperienza, ma che le società avevano in se stesse il bisogno e il mezzo di istituirlo»<sup>19</sup>.

Proseguendo la strada tracciata da Durkheim e dai suoi discepoli, Sorokin e Merton nella loro opera fondamentale *Il tempo sociale* rivendicarono decisamente la legittimità del tempo come oggetto della sociologia dimostrando il suo carattere socio-culturale.

Per Sorokin e Merton non era di primaria importanza elaborare una teoria sociologica del tempo, ma affermare la categoria del tempo come specifico fatto sociale. Testimonianza di questo sono le analisi riguardanti il computo delle unità di tempo come le settimane, i mesi, gli anni, che Sorokin e Merton dimostrano essere costrutti sociali e non unità naturali.

Sorokin non solo propone il tempo come categoria sociologica, ma introduce anche il concetto di spazio socioculturale, uno spazio che è costituito, oltre che dagli individui, dai gruppi in cui questi si trovano e dai "veicoli" di cui essi si servono per comunicare, lavorare, interagire e infine da tutti i principali sistemi di significato, il linguaggio, la scienza, la filosofia, la religione, le arti, l'etica, il diritto, la tecnica.

Lo spazio socioculturale è un territorio in cui si attuano rapporti concreti fra gli uomini, scambi economici e culturali, doni reciproci, in cui si interrelano le conoscenze e le competenze, in cui si attuano prassi sociali segnate dall'agonismo e dalla solidarietà, è un territorio le cui dinamiche sociali sono dipendenti dalle caratteristiche che lo contraddistinguono e che variano nei tempi e nei luoghi.

Georg Simmel, tra la fine dell'Ottocento e gli inizi del Novecento, ha studiato il territorio delle metropoli, di cui Berlino rappresentava uno dei modelli più eloquenti, e l'organizzazione del tempo che ne scandiva i ritmi sociali. Le sue intuizioni risultano

---

<sup>19</sup> H. Hubert e M. Mauss (1965), *La rappresentazione del tempo nella religione e nella magia*, in E. Durkheim, H. Hubert, M. Mauss, *Le origini dei poteri magici*, Bollati Boringhieri, Torino, p.118.

valide ancor oggi per interpretare le caratteristiche dello spazio metropolitano, delle modalità del tempo che l'organizzazione sociale del lavoro richiede per funzionare, e per spiegare il rapporto esistente tra l'esperienza spaziale e alcuni aspetti importanti del mondo moderno come, ad esempio, la razionalità strumentale e l'economia monetaria.

L'esegesi interpretativa di Simmel del ruolo della grande città nel processo di pianificazione della vita del singolo si situa nel panorama storico, politico e sociale in cui i mutamenti intervenuti fra la fine dell'800 e la prima guerra mondiale avevano fatto nascere la consapevolezza di appartenere a un'epoca di cambiamenti radicali e nello stesso tempo all'acquisizione della certezza della propria superiorità intellettuale rispetto a coloro che erano vissuti nelle epoche passate e a coloro che vivevano in altre zone del mondo.

«Sembra che il termine “modernità” sia stato usato per la prima volta dal poeta francese Charles Baudelaire in un articolo del 1861. Quando comparve, dovette suonare come un neologismo sorprendente. L'aggettivo, “moderno”, infatti significava “nuovo”, “recente”, ed evidentemente ciò che nuovo ad un dato momento sarà meno nuovo più tardi, e l'indomani non sarà più nuovo per nulla: la novità non può essere una caratteristica permanente di niente. Trasformare l'aggettivo in un sostantivo — in una “cosa” che perdura nel tempo, o nel nome di un'epoca intera — è dunque paradossale. Il termine tuttavia ebbe fortuna. Venne a significare l'*epoca del nuovo*, l'epoca in cui il nuovo è la norma, ed è un valore in se stesso. “Modernità” è così il nome che ha assunto la costellazione economica, politica e sociale del mondo occidentale alla fine dell'800: è termine in cui si esprime l'autocoscienza di un'epoca che riconosce di essere dominata dal mutamento e di essere — per questo, anche se non solo per questo — radicalmente diversa da ogni altra formazione sociale del passato»<sup>20</sup>.

La prima guerra mondiale mise in crisi queste certezze soprattutto per coloro che non avevano previsto questa catastrofe umana e sociale, ma alcuni sociologi avevano già intuito il carattere ambiguo e complesso della modernità, tra questi sociologi è da annoverare Georg Simmel.

---

<sup>20</sup> P. Jedlowski (2009), *Il mondo in questione*, Carocci, Roma, p. 97.

Se la modernità ha nel mutamento il suo principio cardine è anche vero che, come ogni altra formazione storica, possiede delle caratteristiche peculiari che la distinguono da ogni altra epoca e la percezione delle quali offre un quadro interpretativo della vita sociale che gli individui sono chiamati a svolgere interrelandosi reciprocamente.

La fecondità del pensiero di Simmel per l'analisi del concetto di spazio consiste nella sua definizione dello spazio kantianamente come un a-priori logico e percettivo; quindi lo spazio non è un dato di cui si fa esperienza, ma una modalità di esperire il reale, non è un aspetto oggettivo, ma un'attività dell'anima.

Sulla scia di Kant, Simmel identifica la capacità relazionale come la qualità fondamentale dello spazio nella sua funzione trascendentale: lo spazio è il luogo in cui si intessono relazioni, si codificano gruppi, si realizzano associazioni, si oggettivano i sentimenti.

Lo spazio come luogo della coesistenza sociale possiede diversi attributi, che sono qualità costanti, ma che si traducono, attraverso l'agire umano, in configurazioni spaziali specifiche che variano di forma modificando la stessa esperienza spaziale.

Lo scorrere della vita nella concretezza del suo farsi "si addensa" in forme sociali che sono frutto di una dinamica di consolidamento di azioni reciproche che perdurano nel tempo e che sono influenzate dalla dimensione spaziale.

Le proprietà individuate da Simmel come elementi distintivi della qualità generale dello spazio, cioè della sua capacità relazionale, sono l'esclusività, l'esistenza di confini, la fissazione, la vicinanza e la lontananza, la mobilità. Sulla base di queste caratteristiche fondamentali dello spazio si sviluppano e prendono forma le relazioni spaziali.

Sul presupposto dell'attributo dell'esclusività, cioè dell'unicità di ogni punto spaziale, si concretizzano le forme sociali che si riconoscono in un determinato pezzo di territorio, il tipo puro di formazione sociale per eccellenza è lo Stato, o le forme sociali sovra-spaziali come la Chiesa che per vocazione ecumenica si sviluppa al di là di ogni spazio e potenzialmente include ogni spazio.

La città è un fenomeno aggregativo che si situa in una posizione intermedia fra lo Stato e la Chiesa: essa dichiara la propria esclusività rispetto al suo territorio, ma non si tratta di un' esclusività così totale come quella dello Stato. La città, infatti, può esercitare la sua influenza al di là del confine geografico che la delimita, giungendo a

influire con lo spirito che la contraddistingue su una zona molto più vasta in ambito nazionale e internazionale.

La metropoli possiede una vita interiore, ci dice Simmel, e indagando nella vita interiore della metropoli è possibile cogliere le forme dell'esperienza proprie della modernità.

La prima proprietà che, secondo Simmel, caratterizza la vita metropolitana è «*l'intensificazione della vita nervosa, che è prodotta dal rapido e ininterrotto avvicinarsi di impressioni esteriori e interiori*»<sup>21</sup>.

Se l'esistenza in una città di provincia o in un villaggio di campagna è segnata da relazioni affettive che sono state costruite giorno dopo giorno su abitudini lentamente consolidate, la vita della città invece è condizionata dall'alternanza di impressioni, da contrasti bruschi, da un fluire ininterrotto di mutamenti e di contraddizioni.

Per difendersi dalla percezione della perdita di un fondamento su cui basare la propria esistenza quotidiana l'abitante della metropoli si affida all'intelletto che è la facoltà più adattabile della nostra psiche e la cui caratteristica principale è la sua attitudine logico-combinatoria che la rende particolarmente adatta alla calcolabilità.

L'inclinazione dell'intelletto verso il calcolo tra costi e benefici di ogni azione sociale rende la vita metropolitana congruente con l'economia monetaria. Il denaro è un mezzo di scambio che azzerava la qualità dei beni che per suo tramite vengono scambiati; questo fenomeno fa sì che l'individuo che vive nella città sia meno sensibile alla qualità delle cose che divengono indifferenti, dal momento che possono essere scambiate mediante un equivalente universale, il denaro, che è neutro dal punto di vista qualitativo.

L'esistenza stessa del tipo metropolitano viene monetizzata: tutte le città hanno bisogno per funzionare di un tempo misurabile in maniera infallibile per sincronizzare le azioni di individui inseriti in una complessa organizzazione sociale. La puntualità diviene un valore imprescindibile: sono l'orologio e il suo tempo spazializzato a misurare e a scandire la vita sociale della città.

Il calcolo del tempo che misura accuratamente ogni istante della vita di relazione, la divisione e la specializzazione del lavoro, l'elevato numero di abitanti, le distanze che nella metropoli separano le persone e i luoghi dove le persone vivono, lavorano, si

---

<sup>21</sup> G. Simmel (1995), *Le metropoli e la vita dello spirito*, Armando, Roma, p. 36.



incontrano e che trasformano ogni attesa o ogni incontro non realizzato in uno spreco di tempo e di denaro, rendono i rapporti interpersonali spesso anonimi e improntati a una razionalità strumentale piuttosto che all'espressività.

Il secondo significato sociologico dello spazio è quello del confine, non solo confine naturale, ma anche e soprattutto confine psichico.

Ne *Gli ordinamenti spaziali* Simmel costruisce un parallelo tra il confine e la cornice di un quadro: come la cornice di un quadro delimita rigorosamente il territorio di senso che ingloba le cose rappresentate e le trasforma in parti di un insieme che dà significato alle parti stesse, così il confine dona significato alle relazioni che si intrecciano in un gruppo sociale e alle azioni che ne conseguono tracciando delle linee di demarcazione che le regolano, conferendo loro unità e nello stesso tempo facendo nascere nei membri del gruppo sociale la consapevolezza di essere parti di un tutto.

E' la delimitazione dello spazio che dà senso a ciò che viene racchiuso: lo spazio assume così una funzione sociale dal momento che le espressioni spaziali che scaturiscono dal processo di circoscrizione di un territorio naturale o psichico sono frutto della "potenza formativa della connessione sociale", cioè della capacità aggregativa dello spazio stesso sociologicamente orientato che attribuisce oggettività e riconoscibilità sociale alle relazioni e alle appartenenze.

Il terzo significato sociologico dello spazio è quello della fissazione, cioè della modalità in cui le relazioni sociali individuano nello spazio un punto di riferimento.

La struttura della relazione sociale può assumere forme diverse a seconda della misura della fissazione del gruppo: l'insieme di individui possono essere totalmente fissati o indefinibili rispetto allo spazio; a seconda dell'esigenza più o meno sentita di avere un centro di rotazione, un punto di riferimento garantito che dia fondamento alle relazioni: vi sono rapporti sociali che sentono l'esigenza cogente di ancorarsi a un centro la cui stabilità li garantisca, altri rapporti che, al contrario, si strutturano meramente mediante la progressione nel tempo; e infine a seconda dell'aspetto dell'individualizzazione del luogo la cui formalizzazione è legata all'atteggiamento sociologico del singolo: l'individualista vuole decidere in proprio la fissazione del suo luogo e non accetta che i significati della sua vita siano intercambiabili, dove invece

prevale una struttura organizzativa che non lascia spazio decisionale all'individuo, è un sistema esterno che fissa la sua posizione.

Le proprietà della vicinanza e della lontananza determinano i modi di rapportarsi dei soggetti sociali nello spazio, modi che influenzano l'impronta delle società.

Le relazioni che si instaurano tra gli individui sulla base della vicinanza sono fortemente segnate dall'emotività. Il significato della vicinanza sta infatti nella possibilità che questa dimensione spaziale offre di entrare in contatto sensoriale con l'altro da sé: i cinque sensi che sono strumento del nostro atteggiarsi e dell'atteggiarsi dell'altro da noi e le loro manifestazioni sono elementi che interferiscono, condizionandoli, con gli esiti relazionali dei nostri legami all'interno dei gruppi.

La lontananza al contrario inibisce i processi sensoriali scatenati dalla vicinanza e favorisce le dinamiche scandite dalle proprietà dell'intelletto, agevolando l'astrazione nelle relazioni umane. Simmel però sottolinea la relatività della differenza tra vicinanza e distanza che si presentano dal punto di vista logico come concetti antitetici in quanto possono assumere significati diversi a seconda, ad esempio, del luogo in cui i rapporti sociali si instaurano, la metropoli con le sue dimensioni spaziali inficia la stretta relazione tra vicinanza e trasporto affettivo.

L'ultimo attributo del tempo come trascendentale a priori è la mobilità, cioè la facoltà che l'uomo ha in dote di muoversi da luogo a luogo.

I concetti di mobilità e modernità sono per Simmel strettamente interconnessi: nel suo saggio su Rodin, come ricorda Frisby<sup>22</sup>, egli indica nella dinamicità l'autentico senso dell'essere moderno. E' il divenire la dimensione fondamentale della modernità.

Una delle caratteristiche della modalità moderna di essere nel mondo è la compresenza di movimento e differenziazione, mentre nelle società pre-moderne questi due termini prendono l'uno il posto dell'altro: all'interno di una società stabile si attuano dei processi di forte differenziazione, mentre società che migrano sentono l'esigenza di uguaglianza sociale.

Nella prima opera sociologica di Simmel, *La differenziazione sociale*, egli aveva affrontato il tema del rapporto tra la differenziazione sociale che si attua all'interno della metropoli e l'aumento della libertà dell'individuo.

---

<sup>22</sup> D. Frisby (1992), *Frammenti di modernità. Simmel, Kracauer, Benjamin*, il Mulino, Bologna.

Simmel che ha teorizzato l'anonimità delle relazioni all'interno della grande città, la monetizzazione della vita, l'attenuarsi della sensibilità verso il valore qualitativo delle cose e delle persone, ha anche sottolineato come il carattere anonimo dei rapporti che si instaurano nelle metropoli convivono con la propensione a cercare legami a forte impronta personale, come l'amicizia o l'amore e con la possibilità di sperimentare, sia pure in maniera vicaria, la dinamica delle emozioni in un mondo segnato dall'intellettualismo, quando ci si dedica a forme di intrattenimento come il cinema che ai tempi di Simmel iniziava a guadagnare un proprio pubblico di appassionati fruitori.

La complessità della vita moderna è segnata anche dalla compresenza di una forte organizzazione della società e di una spinta morale verso la libertà di ogni individuo, libertà che si esplica nell'affermazione della propria unicità, nella richiesta di poter assumere in proprio una responsabilità personale, nella convinzione che all'uomo sia dato di costruire un destino che sia frutto di una scelta individuale, nell'esigenza della realizzazione di sé come valore imprescindibile e scopo dell'essere umano.

Secondo Simmel vi è uno stretto rapporto tra una cerchia sociale limitata, dotata di pochi componenti e indifferenziata al suo interno e una minore presa di coscienza della propria individualità e autonomia da parte dei suoi membri, presa di coscienza che invece è retaggio di una cerchia più allargata.

La metropoli che è il luogo della differenziazione e della concentrazione di persone in uno stesso spazio sociale è anche luogo della mobilità, e quindi della libertà di muoversi non solo geograficamente, ma anche psichicamente alla ricerca della realizzazione del sé.

Simmel ha dedicato i suoi studi in particolar modo alla dimensione spaziale, ma quella temporale non viene dimenticata in quanto viene trattata all'interno dell'analisi dello spazio sociologicamente orientato. Nella descrizione dell'esperienza della modernità, ad esempio, il tempo è una variabile da cui non si può prescindere. Spazio e tempo sono, per Simmel, sociologicamente legati e quindi forme a priori la cui interdipendenza è strumento per la definizione e la comprensione del reale in tutta la sua complessità.

La fecondità del pensiero di Simmel si può misurare anche dall'influenza che egli esercitò sulla nascente sociologia americana, in particolare sulla scuola di Chicago. La città di Chicago divenne negli anni tra la fine dell'Ottocento e i primi del Novecento un

laboratorio sociologico in cui William Thomas e Robert E. Park sperimentarono quella metodologia di indagine che verrà poi definita metodologia qualitativa.

La ricerca sul campo, basata teoricamente sull'assioma di Thomas per cui l'attribuzione dei connotati di realtà a una situazione la rende reale nelle sue conseguenze, ascoltava le voci degli attori per comprendere il loro comportamento e le loro scelte di vita.

Il territorio in cui si svolgevano queste ricerche era la città, meta in quegli anni cruciali di un'immigrazione dal sud e dall'est dell'Europa che creava rilevanti problemi di integrazione per la differenza del bagaglio linguistico e culturale dei nuovi immigrati rispetto a quelli che provenivano dall'Europa centro-settentrionale; e la città e le dinamiche sociali che in essa avvenivano erano studiate dall'interno, attraverso un'osservazione partecipante che metteva il ricercatore a contatto diretto e per un lungo periodo di tempo con i gruppi che erano oggetto della sua indagine.

Dal pensiero di Simmel la scuola di Chicago assorbì il concetto che l'essenza della città è nella mobilità, mobilità geografica e mobilità sociale, ma soprattutto propensione verso il cambiamento non solo del luogo in cui vivere, ma anche dei propri sistemi di conoscenza e di lettura del reale e persino delle proprie strutture assiologiche.

La mobilità può dare esiti diversi: da un lato favorire la concretizzazione delle capacità individuali che nella mobilità trovano terreno fertile per esprimersi, dall'altro può causare una maggiore scomposizione sociale. Park ipotizzò un modello di sviluppo della città moderna ad aree concentriche abitate da gruppi diversi e destinate a diverse funzioni. Come sostiene Jedlowski: «Questo modello risente ovviamente dell'esperienza americana (è difficile applicarlo immediatamente a una città europea) e lo stesso Park avverte del resto che nessuna città concreta vi corrisponde perfettamente. Ma l'idea che lo spazio di ogni città tenda a suddividersi in aree socialmente e funzionalmente dissimili è tuttora valida, così come lo è quella secondo cui le diverse zone possono essere occupate successivamente da gruppi diversi, in una dinamica che vede individui e famiglie spostarsi periodicamente nel tentativo di soddisfare al meglio i propri bisogni e di avvicinarsi ai membri dei gruppi in cui si sentono più affini»<sup>23</sup>.

---

<sup>23</sup> P. Jedlowski (2009), *op cit.*, p. 159.

Se per Simmel e per la Scuola di Chicago la città è il luogo della differenziazione sociale, il luogo della mobilità e quindi anche il luogo in cui può realizzarsi la libertà del singolo individuo nell'affermazione della propria unicità, per Marx la città è il luogo in cui, dopo lo sviluppo del modo di produzione capitalistico, maturerà la crisi violenta e quindi la morte del capitalismo stesso e la fine dello sfruttamento dell'uomo sull'uomo. Ne *Il capitale* Marx afferma: «Ogni capitalista ne ammazza molti altri» e, corrispondentemente, «cresce la massa della miseria, della pressione, dell'asservimento, della degenerazione, dello sfruttamento, ma cresce anche la ribellione della classe operaia che sempre più s'ingrossa ed è disciplinata, unita, organizzata dallo stesso meccanismo di produzione capitalistico. Il monopolio del capitale diventa un vincolo del modo di produzione, che è sbocciato assieme ad esso. La centralizzazione dei mezzi di produzione e la socializzazione del lavoro raggiungono un punto in cui diventano incompatibili col loro involucro capitalistico. Ed esso viene spezzato. Suona l'ultima ora della proprietà privata capitalistica. Gli espropriatori vengono espropriati»<sup>24</sup>.

Marx ed Engels ne *L'ideologia tedesca* avevano sostenuto che con la separazione tra la città e la campagna si era sviluppata la divisione tra lavoro intellettuale e lavoro manuale in quanto con l'affermarsi della città si era affermata anche la necessità di un'organizzazione sociale e politica che aveva portato alla divisione della popolazione in due grandi classi, divisione fondata a sua volta sulla divisione del lavoro e sugli strumenti di produzione.

Lo spazio urbano, secondo Marx ed Engels, si contrappone a quello della campagna in un antagonismo che nasce con il passaggio dall'organizzazione in tribù allo Stato e attraversa tutta la storia dell'uomo fino al momento in cui scomparirà la proprietà privata e con essa la divisione degli uomini in classi sociali.

Nel modo di produzione della "*comunità primitiva*", la cui base economica era fondata sulla raccolta, sulla caccia, sulla pesca e sull'allevamento nomade, e in cui i rapporti di produzione erano determinati dalla proprietà comunitaria della terra e dall'accesso alla terra tramite l'appartenenza alla comunità, il luogo sociale era costituito dal villaggio; non essendoci accumulazione e divisione in classi sociali mancavano i presupposti per la creazione della città.

---

<sup>24</sup> K. Marx (1964), *Il capitale*, Editori Riuniti, Roma, p. 825.

Con l'aumento della popolazione e il parallelo aumento della produzione al di là delle necessità determinate dalla sussistenza, con l'esigenza di una nuova forza-lavoro, con lo sviluppo delle relazioni esterne alla comunità, si profilano la divisione in classi sociali e la prima manifestazione della proprietà privata.

E' con il modo di produzione *asiatico* che la città assume un ruolo fondamentale nell'organizzazione del lavoro.

Il progresso delle forze di produzione permette la formazione di un'eccedenza costante rispetto ai bisogni determinati da ciò che è necessario per la sopravvivenza e quindi consente la formazione di uno Stato che diviene proprietario della terra.

L'esistenza di un prodotto eccedente concentrato nelle mani dello Stato è ciò che consente la creazione delle città insieme alla progettazione e alla edificazione di grandi opere, ad esempio l'arginamento e la canalizzazione idraulica nelle valli fluviali del Nilo, del Tigri e dell'Eufrate, dell'Indo, e la diffusione del commercio con l'estero.

Sono questi i luoghi dove sorgono le città accanto ai villaggi. La città diviene lo spazio dove veniva consegnato e registrato il prodotto sociale, dove aveva luogo la pianificazione del lavoro sociale e l'impiego del surplus. La separazione tra città e campagna è il riflesso, per ciò che concerne l'insediamento umano, della separazione tra il lavoro e la sua direzione, e della separazione nell'ambito della società di due distinte classi sociali, quella dei lavoratori e quella della classe dominante che organizzava il loro lavoro.

Si afferma così una società complessa e articolata in cui la pianificazione dell'economia, la divisione sociale del lavoro e una rigida divisione castale erano fondate sul sapere che, permettendo il controllo delle condizioni di lavoro, divenne il supporto del potere di classe.

Nel modo di produzione *antico* la proprietà della terra è divisa in due parti: esiste una parte che appartiene per diritto alla comunità, a Roma era l'*ager publicus*, che diviene il fondamento di un ente distinto dalla comunità stessa, lo Stato, e una parte che è divisa in porzioni che sono di proprietà privata dei membri della comunità.

«La storia dell'antichità classica – ci dice Marx – è storia di città, ma di città fondate sulla proprietà terriera e sull'agricoltura»<sup>25</sup>. La città è sede dei proprietari terrieri, la superficie destinata all'agricoltura si presenta come territorio della città.

---

<sup>25</sup> K. Marx (1970), *Forme economiche precapitalistiche*, Editori Riuniti, Roma, p. 80.

Se nel modo di produzione antico la centralità economica è rappresentata dalla città con il suo territorio rurale, nel modo di produzione *germanico* è costituita dall'abitazione isolata e indipendente di una famiglia che è in rapporto con altre abitazioni di famiglie appartenenti alla stessa tribù garantite reciprocamente da riunioni che vengono indette in occasione di guerre, cerimonie religiose o per la necessità di amministrazione della giustizia.

Nel mondo germanico non abbiamo quindi la riunione di proprietari terrieri all'interno di un territorio urbano, ma la famiglia come totalità autosufficiente: nella comunità germanica è la proprietà individuale della terra che costituisce il prerequisito per l'appartenenza alla comunità stessa; la proprietà comune, ad esempio il territorio destinato al pascolo, alla caccia o al legnatico, appare come proprietà comunitaria in quanto indivisibile nel suo ruolo di mezzo di produzione, non come proprietà di un organismo al di sopra della comunità, lo Stato.

Nel modo di produzione *feudale* la centralità risiede ancora nella campagna. I contadini dipendono dal loro signore che può concedere o negare l'accesso alla terra che è legato alla loro sottomissione, così il diritto di proprietà del signore feudale è condizionato alla sua sottomissione al sovrano che detiene la proprietà eminente della terra.

I contadini solo legati alla terra che lavorano, sono soggetti a obblighi nei confronti del loro signore, come ad esempio prestazioni in natura o in lavoro, a cui non possono sottrarsi; l'unico modo per liberarsi dalla loro servitù è quello di fuggire e di rifugiarsi nelle città, dove prestano la loro opera come lavoratori salariati e dove inizia lo sviluppo dell'accumulazione originaria del capitale e quindi la nascita della classe borghese.

Come afferma Marx ne *Il capitale*: «La struttura economica della società capitalistica è derivata dalla struttura economica della società feudale. La dissoluzione di questa ha liberato gli elementi di quella»<sup>26</sup>.

La crisi del modo di produzione feudale, causata dall'antagonismo tra la campagna governata dal regime feudale e la città rinata a nuova vita a causa del bisogno di associarsi dei suoi abitanti per difendersi dal potere della nobiltà, per l'esigenza di

---

<sup>26</sup> K. Marx (1964), *op. cit.*, p. 779.

proteggere i mercati comuni, per l'afflusso dei servi della gleba che aspiravano alla libertà, aprì la strada al modo di produzione capitalistico.

Il modo di produzione *capitalistico* si contraddistingue per la separazione del lavoratore dai mezzi di produzione, per la mercificazione di ogni aspetto della produzione, compresa la forza-lavoro che diviene essa stessa una merce, per la propensione all'accumulazione del plusvalore che diviene il fine ultimo e la motivazione fondamentale del processo di produzione.

La separazione tra capitale e lavoro porta alla divisione della società in classi: da una parte i detentori dei mezzi di produzione, i proprietari del capitale e i proprietari fondiari, dall'altra i proprietari della forza lavoro, il proletariato.

L'antagonismo tra città e campagna si sviluppa dallo sfruttamento della campagna da parte della città e dall'espulsione dei contadini deprivati delle loro terre e trasformati in forza lavoro a disposizione dell'industria. L'affermazione della grande proprietà fondiaria e la parallela disintegrazione della piccola proprietà favoriscono un eccesso di lavoratori nella campagna e quindi una maggiore possibilità di sfruttamento da parte dei grandi proprietari fondiari e un dilagare del pauperismo.

Il modo di produzione capitalistico innesca un processo di separazione tra la città e la campagna fondato sull'inurbamento di lavoratori della terra ridotti in miseria dalla rendita fondiaria che vanno a formare il proletariato urbano e sulla industrializzazione dell'agricoltura che diviene un settore dell'industria e quindi viene assoggettata alle esigenze del capitale.

Nell'analisi della società del suo tempo Marx intravede il conflitto tra lo sviluppo della città, dei processi produttivi e la natura. La metropoli diviene per Marx allo stesso tempo spazio di socializzazione, ma anche spazio di alienazione, di scontro tra i soggetti sociali e di conflitto fra quest'ultimi e la natura.

Come osserva acutamente Enzo Scandurra: «Anche all'occhio attento di Benjamin non sfuggiva la straordinaria capacità del capitalismo di consumare rapidamente le innovazioni da lui stesso prodotte. Nei *Passages* si parla di strade, piazze, grandi magazzini, panorami, esposizioni mondiali, moda, pubblicità, prostituzione. Si parla cioè dei nuovi fenomeni urbanistici che all'occhio dei più apparivano la novità, mentre per quelli attenti di Benjamin, e del suo disincantato *flaneur*, rappresentavano già l'alienazione urbana e il contrassegno complessivo della prima modernità. Egli



interpreta la modernità come “età dell’inferno” proprio in quanto ciò che appare di più nuovo non può che confermare il non cambiamento del tutto»<sup>27</sup>.

Secondo la legge fondamentale del materialismo dialettico anche il modo di produzione capitalistico è predestinato inevitabilmente a produrre delle contraddizioni interne che porteranno alla sua crisi: lo sviluppo tecnologico farà diminuire sensibilmente il numero dei capitalisti nelle cui mani si accentreranno i mezzi di produzione e nello stesso tempo farà aumentare lo sfruttamento e la miseria dei salariati, ma anche la capacità di ribellione della classe operaia che diviene consapevole della propria miseria e del proprio sfruttamento e comincia a sentirsi come un’unità, come una classe capace di lottare per la propria liberazione. Ed è la città il palcoscenico in cui prende vita il conflitto sociale. La città è lo spazio in cui i movimenti dei lavoratori nascono e si affermano e in cui essi prendono coscienza del loro stato e della possibilità di combattere contro la borghesia.

Anche la campagna viene investita da questo processo di consapevolezza della propria condizione sulla base di un’alleanza tra operai e contadini. La rottura operata dal modo di produzione capitalistico della società agricola patriarcale, l’impoverimento della terra, l’oppressione delle masse contadine creano i presupposti per una nuova sintesi che superi l’antagonismo tra città e campagna. L’appropriazione indebita del plusvalore ad opera dell’agricoltura capitalistica unisce operai e i contadini in una lotta comune.

Il compito che la storia assegna al socialismo è quello di mettere fine all’antagonismo tra città e campagna in quanto determina il superamento dello sfruttamento sociale dell’uomo e della natura.

Se con Simmel lo spazio urbano veniva rivendicato come luogo della possibile liberazione dell’individuo, del raggiungimento della consapevolezza e della successiva affermazione della propria identità, in Marx lo spazio urbano è il luogo della liberazione della classe dei proletari che prendono coscienza di essere parti di un tutto e che solo come parti di un tutto possono innescare il loro processo di liberazione: la città nella visione materialistica è quindi il territorio sociale in cui nascono i primi albori dell’avverarsi della profezia sulla costituzione di una società senza classi, sintesi definitiva del processo dialettico che ha segnato la storia dell’uomo.

---

<sup>27</sup> E. Scandurra (2001), *Gli storni e l’urbanista. Progettare nella contemporaneità*. Edizione Meltemi, Roma, p. 75.

## 1.4 Spazio e tempo nella letteratura sociologica postmoderna

L'epoca in cui viviamo viene definita postmodernità: questo termine indica una forte cesura con l'epoca moderna che l'ha preceduta; Anthony Giddens ha preferito chiamarla "modernità radicale", evidenziando comunque uno iato tra i due periodi storici.

La fase radicale della modernità, secondo Giddens, si contraddistingue per la discontinuità rispetto al passato e per il suo dinamismo. I mutamenti che la tarda modernità ha portato, sia in estensione con lo sviluppo progressivo di reti sociali che mettono in comunicazione le persone in tutto il mondo, sia in profondità con la metamorfosi delle azioni dell'individuo, del suo vissuto e delle interazioni sociali, sono strettamente legati alle trasformazioni delle categorie spazio-temporali. Giddens ha affermato: «[...] anziché fare eccessivo assegnamento sull'idea di `società` - intesa come sistema vincolato - dobbiamo prendere le mosse da un'analisi del modo in cui la vita sociale è ordinata nel tempo e nello spazio»<sup>28</sup>.

Così Giddens ha messo in evidenza il valore epistemologico che riveste per la sociologia la riflessione sullo spazio e sul tempo in quanto essa permette di cogliere i mutamenti avvenuti nella società durante la fase della modernità radicale rispetto alle società del passato dal momento che le dimensioni dello spazio e del tempo e i loro rapporti di interazione condizionano le dinamiche della modernità e le qualificano indubitabilmente.

Elaborando la teoria della strutturazione Giddens è pervenuto all'ipotesi che le strutture della società siano sia un elemento che si afferma nella sua datià oggettiva sia un risultato dell'agire degli uomini. Sono le pratiche dell'agire umano segnate da abitudini che si consolidano nel tempo a riprodurre continuamente le strutture sociali, ma mantenendo continuamente la possibilità di cambiarle. «La routine, dice Giddens, è parte integrante sia della continuità della personalità dell'agente impegnato a percorrere le sue attività quotidiane, sia delle istituzioni, che solo in quanto si riproducono continuamente *sono* tali»<sup>29</sup>.

---

<sup>28</sup> A. Giddens (1994), *Le conseguenze della modernità*, il Mulino, Bologna, p.70.

<sup>29</sup> A. Giddens, (1990), *La costituzione della società*, Comunità, Milano, p.61.

Gli individui sono agenti del cambiamento e insieme del consolidamento degli assetti istituzionali, che si presentano allo stesso tempo sia come elemento condizionante dell'operare umano, nella loro funzione normativa di controllo sociale e nella loro funzione securizzante per l'esistenza dell'individuo che trae certezza dalla continuità, sia come strumento per l'affermazione delle attività dell'uomo.

Il concetto di *routinizzazione* si pone come dato basilare per la costruzione della teoria della ristrutturazione: sono le azioni ripetute nel tempo che consolidano le istituzioni, fermo restando che all'uomo appartiene in proprio la possibilità di modificarle.

Gli individui accettano come scontate le regole sociali che hanno contribuito a creare e adeguano a esse il proprio comportamento, ma non esiste determinismo che possa coercitivamente obbligarli ad assumere determinati modi di agire in quanto gli individui sono e restano gli attori fondamentali a cui spetta di diritto e di fatto il potere di cambiare il mondo.

Queste sono le dinamiche che, secondo Giddens, presiedono alla costruzione e alla destrutturazione delle istituzioni sociali e delle abitudini quotidiane. La loro comprensione è direttamente proporzionale al rifiuto da parte dei sociologi della dicotomizzazione dello studio delle coordinate spazio-temporali, dicotomizzazione che nel passato ha affidato lo studio dello spazio ai geografi e lo studio del tempo agli storici.

Se si isolano le strutture sociali dal corpo vivo dell'agire umano che nel divenire ha contribuito alla loro edificazione, si ha di tali strutture un'immagine astratta al di là del tempo, immagine che non tiene conto delle dinamiche sociali nella concretezza temporale del loro farsi, così non si può ignorare come le strutture si oggettivino nello spazio che assume forme diverse consentendo ai rapporti relazionali di avere diversi ambiti in cui oggettivarsi.

L'analisi statica e acronica dei fenomeni sociali fa sì che non si riesca a cogliere il processo di rigenerazione dell'esistente e di mutamento ad opera degli attori sociali che possono consolidare le istituzioni e le norme che regolano la vita quotidiana o modificarle intenzionalmente o involontariamente.

L'agire degli individui è interazione che si sviluppa nello spazio e nel tempo che sono intimamente legati alla vita sociale e alla sua rigenerazione quotidiana.

Nella fase radicale dello sviluppo della modernità si assiste a un mutamento profondo delle dimensioni dello spazio e del tempo rispetto alle società del passato.

I contesti spazio-temporali che rendono possibili le relazioni interpersonali si modificano.

Nelle società premoderne esistevano una consonanza tra spazio e luogo e tra spazio e tempo e una egemonia della presenza nei rapporti comunicativi, nelle società moderne invece abbiamo un distacco dello spazio dal luogo in quanto si possono instaurare interrelazioni tra individui lontani tra loro e una separazione dello spazio dal tempo poiché è possibile avvertire la contemporaneità di avvenimenti che si svolgono in arene sociali distanti tra loro.

Questa discontinuità rispetto alle epoche passate prodotta dal progresso tecnologico si rivela nelle modificazioni radicali delle modalità di interrelazione, delle strutture sociali e degli stessi sistemi valoriali. La velocità dei mutamenti può produrre processi di disaggregazione, sfiducia sulla possibilità dell'uomo di dominare la natura e insicurezza e vulnerabilità dovute agli stessi risultati che la modernità ha conseguito.

Giddens però sostiene che l'incertezza che percepiamo e le incognite che ci troviamo di fronte sono anch'esse espressione di libertà e che gli attori sociali sono consapevoli del loro ruolo come costruttori della società. Questa consapevolezza viene data dalla conoscenza e dalla riflessività che non è soltanto una qualità propria del sapere che le scienze sociali contribuiscono a fondare, ma è anche un aspetto qualificante dell'agire quotidiano nei rapporti con l'altro da sé e con le istituzioni sociali che le sue stesse azioni hanno contribuito a produrre.

La fiducia dimostrata da Anthony Giddens nelle capacità dell'uomo di gestire la tarda modernità, i rapporti spazio-temporali che la caratterizzano, e di modellare e rimodellare le strutture e le norme che regolano la quotidianità e le relazioni sociali che in essa si intessono non contagia Zygmunt Bauman, il teorico della modernità liquida, secondo cui la società leggera, nata dalla trasformazione del tempo da standardizzato, rigido, uniforme, e, per usare la terminologia bergsoniana, spazializzato, che era tipico della modernità pesante, a incorporeo, istantaneo, fugace, e dalla modificazione dello spazio da integro, compatto, carico di valore strategico a completamente irrilevante, consente solo a coloro che sanno gestire in modo imprevedibile le proprie azioni mantenendole libere dalle regole e che

posseggono l'attitudine a muoversi più velocemente degli altri, a sfuggire, a "essere altrove", di dominare coloro che si attardano nelle retrovie, e quindi di essere liberi.

La libertà nel mondo della modernità leggera è direttamente proporzionale all'abilità di eludere, di agire nell'ombra.

Nella modernità pesante esisteva un doppio legame tra dominanti e dominati: entrambi erano "condannati" a rimanere fissi nel luogo che i dominanti avevano conquistato e dove i dominati prestavano la loro opera lavorativa.

Il passaggio alla modernità era stato scandito dalle tappe che avevano modificato il tempo: esso da elemento che serviva a misurare lo spazio avendo come unità di misura il capitale umano si era trasformato in attributo della tecnica del viaggiare. Il suo valore si fondava nell'essere una funzione di potenzialità meccaniche, quindi di qualcosa che era oggetto dell'invenzione umana, della sua capacità di costruire strumenti, di usarli e di controllarne i meccanismi di funzionamento.

Era il potenziamento meccanico che creava differenze fra gli uomini e che rendeva gli uomini capaci di conquistare lo spazio. Non tutti gli uomini, solo quelli che si muovevano più velocemente e che quindi si appropriavano di porzioni di territorio più vaste ed erano in grado di difenderne i confini. Come sostiene Bauman: «Il rapporto tra tempo e spazio sarebbe stato d'ora in poi mutevole e dinamico, non fisso e preordinato. La «conquista dello spazio» finì col significare macchine più veloci; l'accelerazione del movimento significò spazi più ampi e accelerarlo ulteriormente divenne l'unico mezzo possibile per ampliare lo spazio. In questo caso, la sfida prese il nome di espansione spaziale, e la sua posta in palio fu lo spazio; lo spazio rappresentava il valore, il tempo lo strumento»<sup>30</sup>.

Le costruzioni umane divennero sempre più grandi, il simbolo, ci dice Bauman, è la fabbrica fordista che vedeva il capitale e il lavoro incatenati insieme, uniti nella stessa sorte, anche se in perpetua lotta fra loro.

L'alleanza tra il tempo divisibile e omogeneo nelle sue scansioni regolate dall'uomo e la conquista di territori resi impermeabili a ogni infiltrazione esterna vengono meno con l'affermazione della modernità leggera e del capitalismo software che la sostiene.

Sotto la spinta della velocità e dell'accelerazione che non conosce confini il tempo si riduce all'istantaneità e lo spazio diviene insignificante dal momento che è percorribile

---

<sup>30</sup> Z. Bauman (2005), *Modernità liquida*, Laterza, Roma-Bari, p. 126.

da un punto all'altro in un battito di ciglia. «Il concetto di «istantaneità » – ci dice Bauman – si riferisce apparentemente a un movimento velocissimo e a un tempo brevissimo, ma in realtà denota l'assenza del tempo in quanto fattore dell'evento e dunque in quanto elemento nel calcolo del valore. Il tempo non è più «la strada da fare per conseguire certe cose» e dunque non conferisce più valore allo spazio. La quasi istantaneità dell'epoca software inaugura la svalutazione dello spazio»<sup>31</sup>.

La leggerezza, la mobilità fulminea, l'elusività appartengono in proprio al capitale e a coloro che lo gestiscono, la fissità, l'impossibilità di sottrarsi al luogo, a coloro che ne sono dominati: il principale elemento di divisione sociale nell'epoca del capitalismo software è la velocità del movimento e la semplicità del suo farsi.

Nella modernità liquida il «breve periodo» prende il posto del «lungo periodo»; e questo breve periodo assume le stigmate dell'immortalità in quanto in esso è concepibile esperire la completezza e la inesauribilità di ogni sensazione possibile. L'istante prende su di sé la potenzialità infinità del vivere coscienziale.

La modernità liquida è segnata dall'istantaneità assoluta come massima aspirazione, dalla leggerezza del vivere, dal consumo immediato di ogni valore e di ogni esperienza, dalla fugacità, dalla deterritorializzazione, dallo scioglimento di qualsiasi legame e quindi dalla costruzione di comunità fittizie in cui viene mistificata un'autentica relazione con l'altro.

La buona creanza, secondo Bauman, è quella qualità che permette di vivere lo spazio pubblico come luogo di incontro con l'altro. Nella citazione di Sennet riportata da Bauman<sup>32</sup> la buona creanza viene definita come «l'attività che protegge le persone le une dalle altre ma consente loro di godere della reciproca compagnia». Se secondo Sennet il fine della buona creanza è quello di salvaguardare gli individui dall'essere annoiati dagli altri, per Bauman l'esercizio della buona creanza permette la costituzione di spazi autenticamente pubblici in cui il rapporto con l'altro si configura come comune ricerca di una negoziazione comunicativa all'interno di un territorio che diviene patrimonio comune per coloro che lo abitano i quali divengono consapevoli che l'insieme è più della somma delle parti.

La vita urbana nell'epoca della modernità liquida crea dei territori in cui non c'è necessità di buona creanza, cioè della contrattazione fra individui diversi, ma disposti

---

<sup>31</sup> Ibidem, pp. 132-133.

<sup>32</sup> Ibidem, p. 104.

alla relazionalità intercomunicativa, in quanto essa viene sostituita da una reciprocità fittizia che si fonda su un'omogeneità di ceto, di classe, di valori in cui non esistono differenze oppure in un'omogeneità di comportamento in cui le differenze tra gli individui che le frequentano diventino irrilevanti.

C'è il sogno dell'architetto George Hazelton di costruire in Sudafrica, la sua terra di adozione, una città utopica rigorosamente delimitata nei suoi confini e abitata solo da persone simili che si difendono dagli estranei creando barriere insormontabili con il mondo esterno, ci sono spazi pubblici ma non civili, in cui il rapporto con gli estranei non può venir negato, ma che può essere depotenziato nella sua dimensione destrutturante rispetto ad una identità fissa che non ammette negoziazioni. Come esempio di luoghi pubblici ma non civili Bauman ricorda il quartiere de La Défense a Parigi e gli spazi del consumo.

La Défense a Parigi è caratterizzata da spazi che non invitano alla relazione: non vi sono panchine in cui sedere e che rendono possibile il contatto umano, non vi sono alberi sotto le cui fronde trovare ristoro in compagnia di altri che hanno la stessa esigenza, in tal modo si impedisce la vicinanza fisica che invita al confronto relazionale.

Le cattedrali del consumo, secondo la felice terminologia di George Ritzer, sono luoghi in cui l'affollamento delle persone non porta ad alcun rapporto sociale: i fruitori le percorrono, ne utilizzano i servizi, le abitano come se fossero "monadi" senza mettere in comune nulla con le altre persone che si incontrano. Negli spazi di consumo si annulla la diversità in quanto l'unico scopo possibile, imposto dai costruttori, è quello di consumare dando vita a un organismo la cui perpetuazione è legata all'estraneità dei suoi frequentatori.

La terza categoria di spazi tipici della modernità leggera sono i "nonluoghi", cioè quelle zone resecate dai territori che le circondano, anonime, simili alle diverse latitudini, in cui sono assenti segnali che ne convalidino l'identità e che narrino la loro storia. All'interno di questi luoghi esistono poche e semplici regole di comportamento che non sono basate sulla buona creanza, e che non necessitano di essa per essere rispettate.

Infine esistono gli “spazi vuoti”, così chiamati da Kociatkiewicz e Kostera<sup>33</sup>, la cui assenza di significato è legata alla non percezione. Gli abitanti di una grande città posseggono delle mappe concettuali in base alle quali riconoscono come dotate di senso alcune parti della città e ne escludono altre perché al di fuori del loro immaginario cittadino.

Bauman conclude la sua disamina sui “luoghi pubblici ma non civili” sostenendo che ciò che accomuna queste dimensioni spaziali è l'irrelevanza delle interazioni, la mancanza di rapporti con l'altro da sé qualora venga percepito come diverso, il rifiuto di cercare possibili accordi in una condivisione comunicativa con l'estraneo percepito come minaccia alla sicurezza del proprio mondo che deve rimanere inviolato: «Il tentativo di tenere a distanza l'«altro», il diverso, l'estraneo, lo straniero; la decisione di escludere il bisogno di comunicazione del negoziato del reciproco coinvolgimento, non è la sola risposta concepibile ma quella più prevedibile all'incertezza esistenziale radicata nella nuova fragilità o fluidità dei legami sociali»<sup>34</sup>.

All'analisi dei non-luoghi come espressione spaziale della surmodernità ha dedicato la sua riflessione Marc Augé<sup>35</sup>, quegli spazi anonimi, senza storia né radici in cui le persone transitano e si disperdono nella folla, ignoti gli uni agli altri, anch'essi privi di identità nel periodo di tempo in cui li attraversano.

Sono gli aeroporti, le stazioni ferroviarie, le autostrade, le grandi catene alberghiere, le strutture per il tempo libero, gli spazi commerciali, non-luoghi allo stesso tempo troppo pieni e troppo vuoti, affollati di individui senza volto, ma deserti di residenti che li abitino consapevoli della propria appartenenza.

Alla base della nascita e della proliferazione dei non-luoghi agiscono tre sovrabbondanze che sono peculiari della surmodernità: un eccesso di tempo, di spazio e di ego; l'eccesso di tempo dovuto ad una moltiplicazione degli avvenimenti che vengono amplificati attraverso i canali della comunicazione, l'eccesso di spazio legato alla dilatazione delle possibilità di spostamento generate dall'aumento dei mezzi di trasporto e della loro velocità, l'eccesso di ego del singolo individuo che è chiamato a compiere un'esegesi delle notizie che gli arrivano in piena solitudine.

---

<sup>33</sup> J. Kociatkiewicz e M. Kostera (1999), *The anthropology of empty space*, in «Qualitative Sociology», 1, 1999.

<sup>34</sup> Z. Bauman (2005), *op. cit.*, p. 121.

<sup>35</sup> M. Augé (1993), *Non-luoghi. Introduzione a un'antropologia della surmodernità*, Elèuthera, Milano.



La caratteristica del non-luogo è l'impossibilità endemica di creare rapporti interpersonali in quanto i partecipanti a questa vita asociale sono in perpetuo movimento protesi verso la meta che devono raggiungere, sia essa un luogo fisico o un bene o un servizio di cui devono entrare in possesso o di cui devono usufruire.

La sovrabbondanza di tempo a disposizione, la possibilità di venire a conoscenza diretta o mediata di eventi vicini e lontani, la velocità degli spostamenti che consente di soggiornare in più spazi senza soluzione di continuità, l'attraversamento di territori densamente popolati di folla non conducono l'individuo ad acquisire una consapevolezza dell'identità dei luoghi in cui si trova a vivere, né del tempo nella sua dimensione presente che diviene inafferrabile e nella sua dimensione del passato che appartiene al già vissuto, al già visto, al già fatto, cristallizzata nel ricordo di ciò che è stato.

La possibilità di ritrovare il tempo, di non cedere alla logica delle macerie che azzerano la dimensione temporale negando la sua storia è, secondo Augé, nella contemplazione delle rovine, in cui è possibile ritrovare quello che egli definisce "tempo puro"<sup>36</sup>.

Il "tempo puro" è ciò che permette di esperire il tempo in quanto le rovine si situano in un'area in cui la natura e la storia sono indissolubilmente connesse: le rovine ci chiamano a percepire il tempo, la durata come frammento del passato, l'apertura verso il futuro come manifestazione del nuovo.

Secondo Augé dobbiamo liberarci dalla dittatura del presente per rivolgerci al futuro, allo scopo di far avanzare i confini di ciò che non conosciamo ancora e di sentirci protagonisti di una avventura individuale e collettiva verso la conoscenza: il futuro non va riempito dei nostri sogni, ma deve divenire un campo in cui confutare e quindi sperimentare la fondatezza delle nostre ipotesi di lettura del reale e di prefigurazione di ciò che verrà.

Non solo la contemplazione delle rovine ci è di aiuto per sentire il tempo, ma anche l'arte può assumere il compito di rivelare a noi il senso del tempo: «Così la creazione letteraria artistica definisce il luogo problematico dell'avventura individuale e collettiva. Inizio assoluto e occasione di incontri inediti, o suprema illusione di un'umanità alienata alla fatalità dell'origine? Qui la tensione tra senso e libertà raggiunge l'apice,

---

<sup>36</sup> M. Augé (2004), *Rovine e macerie. Il senso del tempo*, Bollati Boringhieri, Torino.

si esprime, nella maniera più banale e comune possibile, nel nostro rapporto con le cosiddette «arti minori», che sono anche le più quotidiane e diffuse, come la canzone. Ritornelli, motivetti, melodie ascoltate mille volte, storpiate da un fisarmonicista d'occasione che strimpella in un vagone di metropolitana per scucire qualche spicciolo al suo pubblico prigioniero? O improvvisa folgorazione, emozione istantanea, effimera ma reale, che si impadronisce di noi non appena udiamo quelle prime tre note, che un tempo ci hanno già commossi ma che, più che risvegliare il passato, fanno sorgere fugacemente la vaga e tenace intuizione che, indipendentemente dalla nostra età o dai nostri problemi, qualcosa è ancora possibile, che la vita si coniuga al futuro? Abbiamo bisogno di questa intuizione. E questo bisogno è un segno. Un segno di vita in mancanza del quale l'uomo, animale simbolico, languisce o precorre la scadenza biologica attraverso il suicidio. Il rapporto con l'altro, anche sotto forma di ricordo, promessa o progetto, gli è consustanziale; egli lo rianima incessantemente nei suoi comportamenti quotidiani, ne cerca le tracce o le prove nel mondo e nell'attualità che lo circondano, anche in forme alterate come la «personalizzazione della vita politica» o la competizione sportiva. Bisogna poter pensare il tempo come messa in intrigo ma anche, in modo complementare, come inaugurazione»<sup>37</sup>.

La possibilità di sottrarci al nostro destino di fruitori di un presente senza radici, un presente senza consapevolezza che ci vede frequentatori abituali di luoghi omologati, privi di storia, abitanti nomadi di spazi che non consentono autentiche relazioni interpersonali è direttamente proporzionale, secondo George Ritzer, il teorico della McDonaldizzazione, alla nostra capacità di difendere strenuamente i territori che si sottraggono all'omologazione, alla logica globalizzante e che danno valore al nostro essere cittadini capaci di scelte e di opzioni personali.

Il docente di sociologia dell'università del Maryland, riprendendo da Max Weber la teoria della razionalizzazione e della “gabbia d'acciaio” come rappresentazione dell'apparato burocratico, ha dato vita ad un impianto teorico che è partito dall'analisi della globalizzazione, definita dallo stesso autore “liquida”, e dall'emergere delle strutture razionalizzate che hanno invaso le metropoli del XXI secolo rivolgendo la propria attenzione in particolar modo ai fast food McDonald's che raffigurano, per le

---

<sup>37</sup> M. Augé (2012), *Futuro*, Bollati Boringhieri, Torino, pp. 40-41.

loro caratteristiche intrinseche, il simbolo del portato omogeneizzante della globalizzazione stessa.

Il processo di omologazione legato a questa particolare corporation non è esclusivamente connesso al cibo, ma amplifica la sua influenza a tutti gli aspetti del vissuto sociale, e se, come sosteneva Weber, «la burocrazia [...] è l'esempio paradigmatico del processo di razionalizzazione del mondo occidentale, di un mondo governato dai principi di efficienza, calcolabilità, prevedibilità e controllo, ottenuto mediante tecnologie artificiali in grado di governare gli individui.»<sup>38</sup>, allo stesso modo questi stessi principi sono alla base non solo dell'organizzazione dei ristoranti fast food, ma si estendono in latitudine e longitudine divenendo il paradigma organizzativo dominante di intere strutture della società statunitense, come la scuola o la sanità.

Ed è proprio in una di queste caratteristiche peculiari, la prevedibilità, che possiamo ritrovare la attuazione del concetto di "non-luogo" in quanto «Come tutte le catene di franchising, McDonald's risulta essere identico a sé stesso in ogni angolo del pianeta; [...]»<sup>39</sup> e ciò è dovuto ad ambientazioni che si ripetono identiche in ogni parte del mondo dando vita ad uno spazio deterritorializzato, caratterizzato da omologazione e ripetizione costante degli stessi comportamenti indipendentemente dal luogo fisico di fruizione.

Questo elemento distintivo si adatta perfettamente alle "cattedrali di consumo"<sup>40</sup>, luoghi come Disneyland, le città galleggianti rappresentate dalle lussuose navi da crociera, gli imponenti Hotel di Las Vegas, o «[...] centri commerciali con forme o strutture analoghe, luoghi di consumo sostanzialmente indifferenziati, che hanno tra di loro un contenuto distintivo molto limitato, se non addirittura nullo, fatta eccezione per alcuni dettagli progettuali che nel complesso possono considerarsi trascurabili»<sup>41</sup>.

Tali strutture travalicano dunque i confini nazionali e sono caratterizzate dalla smaterializzazione stessa dei concetti di spazio e tempo in quanto l'obiettivo è di creare un universo sempre uguale a se stesso in uno spazio che ingloba e che produce, in maniera industriale, incanto all'interno di una dimensione temporale che si

---

<sup>38</sup> R. Paltrinieri (2004), *Consumi e globalizzazione*, Carocci, Roma, p. 49.

<sup>39</sup> P. Degli Esposti (2004), *Il cibo dalla modernità alla postmodernità*, FrancoAngeli, Milano, p. 41.

<sup>40</sup> G. Ritzer (2000), *La religione del consumo. Cattedrali, pellegrinaggi e riti dell'iperconsumismo*, il Mulino, Bologna.

<sup>41</sup> G. Ritzer (2006), *I concetti di nothing e something nella disperata ricerca del significato dei marchi e nelle comunità di marca*, in E. Di Nallo, R. Paltrinieri (a cura di), *Cum Sumo. Prospettive di analisi del consumo nella società contemporanea*, FrancoAngeli, Milano, pag. 43.

dilata in un eterno presente. Queste cattedrali del consumo sono la rappresentazione ideale della categoria del nulla, astrazione intellettuale basata sul concetto stesso dei non-luoghi di Augé, definita da Ritzer come «forma sociale che è generalmente ideata e controllata centralmente e relativamente priva di un chiaro contenuto sostanziale»<sup>42</sup>, che si posiziona in un continuum al cui estremo opposto troviamo il qualcosa «inteso come forma sociale che è generalmente ideata e controllata localmente e relativamente ricca di un chiaro contenuto sostanziale»<sup>43</sup>.

La contrapposizione dicotomica tra queste due configurazioni concettuali produce dunque un continuum, e il posizionamento dei diversi prodotti e servizi su tale linea e sui diversi sottolivelli è legato alla valenza semantica degli stessi, e le stesse categorie di spazio e tempo (intese come contrapposizione tra “Legami geografici locali” e “Assenza di legami locali” e tra “Dimensione specifica nel tempo” e “senza tempo”) assumono valore a seconda della posizione che ricoprono su questa linea di significato. E se per Ritzer l’avanzamento del “nulla”, rappresentato dalla proliferazione di strutture inumane e omologanti, è costante nel tempo, «dobbiamo assolutamente continuare a difendere tutti quei luoghi non razionalizzati che danno dignità al concetto di cittadinanza»<sup>44</sup>.

---

<sup>42</sup>, Ibidem.

<sup>43</sup>, Ibidem.

<sup>44</sup> G. Ritzer, *Strutture razionalizzate, nell'epoca della globalizzazione liquida: il caso dei paesaggi di consumo*, paper di presentazione alla conferenza “La città senza nome. Segni e segnali nel paesaggio contemporaneo”, 22 ottobre 2009.

## Capitolo II

*Man is least himself when he talks in his own person. Give him a mask and he will tell the truth.*

Oscar Wilde

### **Le dinamiche di interazione sociale e il luogo della comunicazione intersoggettiva delimitata**

Nel tempo sociale e nello spazio socioculturale gli individui, come agenti sociali, entrano in rapporto, comunicano, vivono e operano, instaurano relazioni di reciprocità, manifestano la loro identità e nel contempo la loro appartenenza, scoprono universi possibili che arricchiscono il loro mondo interiore, e quindi il loro vissuto.

Il processo di costruzione dell'identità, della rappresentazione del sé, del vissuto esperienziale che condiziona le scelte dell'individuo non può prescindere dal rapporto con l'altro e dalla dimensione spaziale e temporale in cui questo rapporto si concretizza.

Analizzare le dinamiche che presiedono alla realizzazione dell'io, la relazionalità intersoggettiva con l'altro che interviene in questo processo di edificazione del sé, aprire una finestra sulla riflessione sociologica che si è interrogata su queste tematiche e che ha cercato di interpretarle seguendo diversi filoni teoretici vuol dire anche esaminare le modalità di interazione tra il tempo e lo spazio e gli sviluppi del farsi dell'individuo come membro della società.

In questo capitolo l'attenzione verrà rivolta alla piazza come luogo della comunicazione *face to face*; nei capitoli seguenti si analizzeranno le trasformazioni dell'approccio all'identità a seguito prima del diffondersi dei media tradizionali come strumenti fondamentali della comunicazione e poi all'instaurazione di una realtà comunicativa aumentata con l'affermarsi dei media digitali.

## 2.1 La relazionalità io-tu e il processo di costruzione dell'identità

Nelle teorie che si sono affrontate per determinare le peculiarità del concetto di identità individuale e collettiva, lo struttural-funzionalismo, l'interazionismo simbolico e la fenomenologia sociale, possiamo riscontrare un comune denominatore: il riconoscimento della rilevanza della dialettica interpersonale per il processo di crescita e di maturazione dell'io<sup>45</sup>.

Talcott Parsons, nell'ultima fase della sua riflessione sociologica, ha affrontato in maniera particolareggiata il problema relativo all'individuazione e alla specificazione del concetto di identità. Egli, in un saggio del 1968, l'ha così definita: «Il termine identità, nell'uso fattone in questo contesto, designa un aspetto strutturale della personalità dell'individuo, concepita come un sistema. Le tendenze biologizzanti della teoria psicologica sono così forti da impedire ampio accordo sulla seguente affermazione. Desidererei comunque affermare in primo luogo che, al livello di ciò che io definisco come teoria dell'azione, è *essenziale* distinguere analiticamente tra personalità come sistema e l'organismo comportamentale così come necessario tenere distinti questi ultimi dal sistema sociale e da quello culturale. Tutti e quattro costituiscono dei sotto sistemi primari del più vasto e generalizzato sistema di azione. Sono naturalmente organismo e personalità a legarsi in modo più diretto per formare quello status che chiamiamo *individuo*»<sup>46</sup>.

L'identità è per Parsons un portato del sistema culturale, uno schema di riferimento che permette all'individuo di apprendere e di agire nel rispetto delle norme che

---

<sup>45</sup> P. Parmiggiani (1997), *Consumo e identità nella società contemporanea*, FrancoAngeli, Milano.

<sup>46</sup> T. Parsons (1968), *The Position of Identity in the General Theory of Action*, in C. Gordon, K. Gergen (a cura di), *The Self in Social Interaction*, Wiley, New York, pp. 11-23 in trad. it. *Il ruolo dell'identità nella teoria generale dell'azione*, in L. Sciolla (1983) (a cura di), *Identità*, Rosenberg&Sellier, Torino, p. 70.

sovraintendono al sistema sociale e a quello culturale all'interno dei quali egli vive e opera.

Per Parsons il sistema della personalità consta di quattro sottosistemi: l'Id che ha il compito di rapportarsi con l'organismo, l'Ego a cui è demandato l'incarico di raggiungere i fini che l'individuo si prefigge, il Super-ego a cui è attribuita la mansione di organizzare l'integrazione tra i ruoli e le norme che l'individuo ha recepito, e infine l'Identità che svolge l'incarico di sovraintendere agli altri tre sotto-sistemi allo scopo di coordinare le loro funzioni.

Le azioni dell'individuo sono regolate dall'Identità che offre al soggetto un quadro di riferimento orientativo che gli consente di operare una scelta tra diverse opzioni comportamentali mantenendo nel contempo l'equilibrio del sistema psichico mediante la sua coerenza con il sistema assiologico.

Loredana Sciolla afferma «E' significativo che, rifacendosi all'analisi di G. H. Mead, Parsons arrivi a sostenere che l'identità rappresenta il punto in cui l'«Io » e il «Me» coincidono»<sup>47</sup>.

In contrasto con la prospettiva interazionista di Mead, Parsons però sottolinea come il primato nel processo di socializzazione dell'individuo le cui fasi si svolgono nella famiglia, nella scuola, nei gruppi generazionali, nella cittadinanza, nell'etnicità, non spetta alle interrelazione tra gli individui che si svolgono nella vita quotidiana, ma alla struttura sociale.

Nei saggi apparsi sulle riviste, nelle lezioni svolte nel Dipartimento di Filosofia dell'Università di Chicago nelle quali erano attenti ascoltatori filosofi, sociologi e antropologi, George H. Mead, considerato il fondatore dell'«interazionismo simbolico», termine utilizzato per la prima volta da Herbert Blumer agli inizi degli anni '30, affermava con determinazione l'importanza fondamentale del confronto con l'altro come momento cruciale per la costruzione del sé, considerato non come entità spirituale, ma come prodotto dell'interazione sociale.

Lo sdoppiamento fra Io e Me chiarisce il processo di costruzione dell'identità, in quanto il Sé nasce dal rapporto Io e Me: «il Sé, l'unità della persona, comprende, secondo Mead, due momenti distinti: l'Io e il Me. L'Io è una dimensione attiva che sfugge, come l'identità *ipse* di Ricoeur, ai nostri tentativi di definizione. Noi riusciamo a

---

<sup>47</sup> L. Sciolla (1983), *Op. cit.* p. 28.

cogliere il nostro Io solo indirettamente, sottoforma di «personaggio storico», ovvero nella continuità narrativa che stabiliamo tra i diversi momenti della nostra vita, e mai direttamente nella sua immediatezza. Il Me, come l'identità *idem* di Ricoeur, è invece l'insieme oggettivato dei modelli sociali che un individuo fa propri»<sup>48</sup>.

Per la costruzione del Sé come superamento dell'Io e del Me è necessaria la componente linguistica che media la relazione che si crea tra Io e Me e tra il soggetto che riflette su se stesso e gli altri che gli offrono il materiale per la propria auto-riflessione.

Se nella prima fase del processo identitario il Sé si evolve attraverso la messa in ordine dei comportamenti altrui nei suoi confronti, in quella che potremmo definire seconda fase l'evoluzione del Sé passa attraverso il confronto con i modelli astratti di comportamento che emergono dal contesto sociale, che Mead definisce l'"altro generalizzato".

Il processo di costruzione dell'identità, essendo frutto di una dialettica di mediazione sociale, è prassi quotidiana nella quale tempo e società sono fra i costituenti essenziali. Le azioni umane non sono concepite come movimenti all'interno di un tempo preesistente, ma come eventi emergenti che primariamente costituiscono un presente con un orizzonte passato e futuro<sup>49</sup>.

Nella fase presente di ogni azione, nella quale l'azione è fermata e la riflessione inizia, non solo il presente è costituito insieme con i suoi orizzonti temporali, ma l'identità individuale dell'attore è costituita da un lato sul tempo, e dall'altro lato dall'interazione delle prospettive degli attori sociali e soprattutto dall'accettazione della prospettiva dell'altro generalizzato; in tal modo la costruzione di un comune tempo sociale diventa possibile.

Il processo d'interazione come elemento fondante dell'identità che si costituisce nei rapporti della vita quotidiana è l'oggetto dell'analisi di Erving Goffman, che, con la metafora teatrale che è al centro del famoso *La vita quotidiana come rappresentazione*, apre la strada alla consapevolezza di come la vita quotidiana rappresenti lo spazio territoriale atto alla riproduzione della società.

Secondo Goffman la vita quotidiana si presenta come un teatro in cui esistono gli attori su un palcoscenico e un pubblico che fruisce del dramma che essi mettono in

---

<sup>48</sup> F. Crespi (2004), *Identità e riconoscimento, nella sociologia contemporanea*, Laterza, Roma-Bari, p. 53.

<sup>49</sup> G. H. Mead (1969), *Philosophie der Sozialität*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt a. M.



scena. La vita sociale, come nel teatro, è composta da due spazi fondamentali: la ribalta e il retroscena. Nella ribalta, come un attore che deve interpretare un ruolo nella maniera migliore possibile, l'individuo si apre all'interazione con l'altro allo scopo di ottenerne l'approvazione, assumendo determinati atteggiamenti secondo regole non scritte che governano i rapporti sociali.

Nel retroscena, allo stesso modo in cui un attore si libera del giudizio del pubblico, l'individuo si emancipa dal personaggio che sta impersonando nella vita sociale: «I retroscena ricordano ciò che avviene «dietro le quinte» di un teatro o a «macchina spenta» su un set cinematografico. Quando si trovano al sicuro «fuori scena» le persone possono rilassarsi e abbandonarsi a sentimenti e comportamenti che tengono sotto controllo quando si trovano «in scena»»<sup>50</sup>.

Se nel teatro una rappresentazione riuscita presuppone un accordo tra gli attori che agiscono sul palcoscenico e gli spettatori che assistono alla rappresentazione e che sono immersi in un immaginario che accettano consapevolmente come reale, nella quotidianità si crea una tacita condivisione di comportamenti il cui significato è compreso e decodificato in base a un comune orizzonte semantico.

I rapporti sociali avvengono dunque all'interno di una cornice di senso che delimita l'interazione e che fornisce agli interlocutori uno spaccato di realtà all'interno del quale è possibile comprendere il significato dei singoli comportamenti.

Il *frame* goffmaniano può essere ricollegato al concetto del confine di Simmel<sup>51</sup>: il *frame* e il confine conferiscono significato alle azioni degli individui per cui l'agire sociale è compreso poiché inserito in un contesto spaziale ben preciso.

Gli individui nel loro vivere quotidiano sono impegnati a riconoscere le situazioni all'interno di una cornice che conferisce significato alle situazioni stesse, a comportarsi di conseguenza e a definire e ridefinire costantemente gli accordi implicitamente stipulati.

Anche per Ralph H. Turner la formazione dell'identità è soggetta a continue validazioni empiriche che si concretizzano in una ricorrente relazione interattiva.

Turner pone l'accento su una diversificazione tra un sé, considerato come substrato reale e permanente, e un sé precario e condizionabile, al primo egli dà il nome di "concezione del sé", mentre al secondo di "immagine del sé".

---

<sup>50</sup> A. Giddens (2006), *Fondamenti di sociologia*, il Mulino, Bologna, pp. 62-63.

<sup>51</sup> A. Dal Lago (1994), *Il conflitto della modernità. Il pensiero di Georg Simmel*, il Mulino, Bologna.

L'immagine del sé è variabile, mutevole: possono esistere per l'individuo molteplici immagini del sé, presenti contemporaneamente in uno stesso momento della sua vita esperienziale.

La concezione del sé tende invece a una coerenza interna: l'individuo la percepisce come base incancellabile della sua identità; secondo Turner i ruoli sociali attengono all'apparato istituzionale della concezione di sé.

La concezione di sé si sviluppa in un rapporto continuativo tra ego e alter in quanto essa deve essere soggetta a continue verifiche e revisioni da parte di ego, tali verifiche possono avvenire solo in presenza di una relazione comunicativa con alter.

Dalle risposte di alter ai gesti di ego, dalla loro congruenza o incongruenza, derivano il rafforzamento della concezione di sé o la necessità da parte di ego di riconsiderare la strategia dei suoi rapporti con alter.

In questa dialettica si attua un processo ermeneutico in cui ego è soggetto interpretante dei gesti propri ed altrui: «Ego non interpreta soltanto i gesti di alter: interpreta anche i propri. Il significato che ego attribuisce ai propri gesti si basa sull'ipotesi di essere, nel momento in cui li compie, una persona di un certo tipo. La rivalutazione che ha luogo in caso di non congruenza può tramutarsi in una riconsiderazione del gesto di ego così come della risposta di alter. D'altra parte, ogni risposta congruente rafforza la concezione di sé che è alla base dei gesti di ego. È forse questo uno dei motivi per cui Cooley parlava della nozione di sé e dell'altro come inseparabili. Giacché in via generale la risposta non congruente che mina la concezione che ego ha di alter minaccia pure la base su cui poggia la concezione che ego ha di sé finché non venga ricostituita la coerenza. Mentre la risposta congruente fornisce simultaneamente una riconferma sia della concezione di sé che della concezione degli altri.»<sup>52</sup>

Nella teoria sociologica di Alfred Schutz ritorna la tematica dell'accordo implicito fra i soggetti sociali che sancisce la validità di un reale a cui tutti insieme conferiscono la patente di oggettività.

---

<sup>52</sup> R. H. Turner (1968), *The Self-Conception in Social Interaction*, C. Gordon, K. Gergen (a cura di), *The Self in Social Interaction*, Wiley, New York, pp. 93-106, trad. it. *La concezione di sé nell'interazione sociale*, in L. Sciolla (1983) (a cura di), *Identità*, Rosenberg&Sellier, Torino, p. 97.

Schutz è il fondatore della sociologia fenomenologica, una scuola di pensiero che media tra la sociologia di stampo weberiano e l'approccio fenomenologico di Edmund Husserl.

Schutz trae da Weber il concetto di "tipo ideale". Il tipo ideale è frutto di un processo astrattivo che permette di inquadrare il mondo dell'esperienza in una griglia selettiva che incasella ogni aspetto del reale in un apparato classificatorio che ne riduce la complessità.

Ogni fenomeno della vita sociale viene tipizzato e riferito a una sfera di appartenenza, a un ordine di realtà. Gli individui vivono in diversi ordini di realtà, ma l'ordine a cui Schutz ascrive il titolo di realtà per eccellenza è quello attinente alla vita quotidiana, quel contesto di abitudine all'interno del quale noi ci muoviamo quotidianamente e con cui quotidianamente dobbiamo fare i conti.

Nella routine del nostro vivere noi non ci interroghiamo sulla veridicità di ciò che ci appare come reale, sospendiamo il dubbio, ci affidiamo al senso comune che mette a tacere per finalità pragmatiche ogni forma di incertezza, che potrebbe minare la nostra categorizzazione dei fenomeni.

Il senso comune rappresenta un insieme di convinzioni basate su una tradizione che ha origine da un processo di socializzazione condivisa.

Secondo Schutz, «solo una piccola parte della mia conoscenza del mondo ha origine nell'ambito della mia esperienza personale. La maggior parte è derivata socialmente, trasmessa a me dai miei amici, dai miei genitori, dai miei insegnanti e dagli insegnanti dei miei insegnanti. Mi è insegnato non solo come definire l'ambiente [...], ma anche come i costrutti tipici devono essere formati [...]. Ciò include modi di vita, metodi per venire a patti con l'ambiente, ricette efficaci per l'uso di mezzi tipici per adattare fini tipici a situazioni tipiche. Il mezzo tipificato per eccellenza attraverso cui la conoscenza socialmente derivata viene trasmessa è il vocabolario e la sintassi del linguaggio quotidiano. Il gergo della vita quotidiana è anzitutto un linguaggio di oggetti ed eventi indicati con nomi, e ogni nome include una tipificazione e una generalizzazione»<sup>53</sup>.

La verità delle astrazioni derivate dal senso comune è in diretto rapporto con la condivisione degli altri in quanto solo se tutti partecipano in accordo alla stessa

---

<sup>53</sup> A. Schutz (1953), *L'interpretazione dell'azione umana da parte del senso comune e della scienza*, in trad. it. (1979), *Saggi sociologici*, Utet, Torino, p. 14

esegesi della realtà, questa interpretazione diventa vera così da dare un senso e un ordine al mondo.

Il processo di socializzazione come forza aggregante che permette la formazione dell'identità individuale è al centro della proposta sociologica di Berger e Luckmann. Essi, proseguendo la riflessione di Schutz, suggeriscono che i momenti fondamentali del farsi dell'individuo quale membro della società sono la socializzazione primaria e quella secondaria.

Con la socializzazione primaria l'individuo bambino entra in contatto con gli altri soggetti che vivono nel suo mondo; egli quindi introietta quel mondo che diviene l'elemento fondante della sua identità infantile.

Nella socializzazione secondaria, che accompagna tutta la vita dell'individuo, avviene un continuo confronto tra il primo mondo, introiettato durante la socializzazione primaria, che ormai fa parte integrante del suo io e a cui egli ascrive lo statuto di realtà, e quei mondi con cui si deve confrontare quotidianamente e che percepisce come realtà possibili.

Le fasi fondamentali che caratterizzano l'acquisizione progressiva del mondo a cui si attribuisce la validità oggettiva che spetta al reale sono costituite dal formarsi di abitudini, routine e istituzioni. I fatti sociali che vengono vissuti come entità fornite di uno status ontologico, sono invece i terminali di un processo di costruzione sociale nato dall'interazione di molti. L'apparente naturalità delle forme sociali con cui conviviamo, in realtà è frutto di quell'universo culturale che si crea attraverso la comunicazione intersoggettiva.

La formazione dell'identità passa dunque attraverso processi di socializzazione che fanno acquisire all'individuo, o dovrebbero far acquisire, certezze sulla realtà e sull'oggettività del proprio mondo e del senso comune che ne sorregge la validità.

Nell'età moderna e ancora di più in quella postmoderna si assiste ad un incontro-scontro di sensi comuni diversi, ognuno dei quali propone una propria *weltanschauung* presentata come unica visione possibile. Nulla così può essere più dato per scontato e sfuma inesorabilmente la naturalità della percezione del mondo che il senso comune di noi e degli altri insieme con noi avevamo costruito: «Possiamo tuttavia asserire con sicurezza che nella vita moderna gli individui non vengono inequivocabilmente percepiti in una gerarchia di status dagli altri e, quindi, da se

stessi. A causa dell'importanza correlativa della coscienza di status la struttura di classe contiene un meccanismo interno di ansietà di status. Ciò potrebbe essere, inoltre, la radice di una permanente crisi d'identità. Se si considera seriamente la prospettiva sociologica sul formarsi dell'identità, come è nell'opera di Charles Cooley e George Herbert Mead, la natura di tale crisi dovrebbe essere chiara. L'identità individuale è una configurazione di concezioni di sé che hanno origine nei processi sociali. L'identità di un individuo è una costruzione sociale almeno quanto è una creazione individuale; infatti essa emerge dalla dialettica tra le due, o, per dirla con Cooley, il sé si forma tramite un effetto speculare. Quindi la coerenza e la stabilità del sé dipendono dall'«adattamento» interno delle diverse immagini riflesse. Dovrebbe essere ovvio, quindi, che il grado di congruenza e di certezza dello status è un fattore importante nel formarsi dell'identità. Uno status relativamente incerto ed incongruente, genera condizioni che sono sfavorevoli alla coerenza ed alla stabilità del sé. Vi è dunque una connessione causale tra l'allentamento della struttura di classe, l'incertezza di status e la sua scarsa congruenza da una parte, e di una identità debole dall'altra parte»<sup>54</sup>.

La rivoluzione industriale aveva promosso un processo di costruzione dell'identità che era demandato a criteri acquisitivi e non più a criteri ascrittivi, come nella società pre-industriale nella quale una struttura ordinatrice, considerata emanazione di una natura imm modificabile, assegnava lo status ruolo a un individuo certificandone la sua identità.

Era la posizione lavorativa a costituire la base di un'identità socialmente riconosciuta e quindi a fornire agli individui e a i gruppi un sistema di costruzione di un modello identitario certo e indiscutibile.

Con gli anni '50 del Novecento la cornice istituzionale che fonda l'acquisizione di status-ruoli certi e definiti e che dà sicurezza all'individuo del posto che egli occupa nel mondo comincia a sfumare. Profonde trasformazioni hanno modificato quell'universo socio-culturale che fino ad allora era stato garanzia di un criterio fondante il processo di identificazione.

---

<sup>54</sup> T. Luckmann e P. Berger (1964), *Social Mobility and Personal Identity*, «European Journal of Sociology», V, pp. 331-344, trad. it. *La concezione di sé nell'interazione sociale*, in L. Sciolla (1983) (a cura di), *Identità*, Rosenberg&Sellier, Torino, p. 188.

Il progresso tecnologico e la diffusione delle sue invenzioni, il loro sempre più veloce invecchiamento che determina la necessità di una costante accelerazione nel processo creativo, le modificazioni nel sistema di trasporto che diviene sempre più rapido ed efficiente consentendo di accorciare ogni distanza, l'avvento prima e la diffusione poi dei mezzi di comunicazione di massa che hanno fornito agli individui gli strumenti per ottenere informazioni in tempo reale e, infine, la costituzione di una rete digitale partecipata che permette di connettere ego e alter in uno spazio virtuale caratterizzato da una completa prossimità e scandito da un tempo continuamente presente, sono gli elementi che in un rapporto di progressiva interazione hanno contribuito insieme a questa metamorfosi.

Nella società industriale non operava più un principio di stratificazione indiscutibile, come nella società pre-industriale, ma comunque il processo d'acquisizione della propria identità si fondava su un sistema normativo chiaro e trasparente. Nella società post-industriale, in cui la logica della differenziazione funzionale ha portato alla nascita di più sotto-sistemi<sup>55</sup>, l'individuo non ha più un principio certo che sia una guida per il suo cammino identitario. Come sostengono Berger, Berger e Kellner: «l'identità cessa di essere un fatto acquisito, sia soggettivamente sia oggettivamente e diventa l'obiettivo di una ricerca spesso tormentata e difficile. L'uomo moderno sembra essere destinato inevitabilmente alla ricerca di se stesso»<sup>56</sup>.

In questa continua ricerca del sé gli altri assumono un ruolo fondamentale: è l'interazione comunicativa con l'altro, vissuta *face to face* in un rapporto singolare oppure allargata ad un gruppo o addirittura a un più vasto orizzonte semantico, che fonda i processi di socializzazione: è l'altro da sé l'elemento catalizzatore della costituzione del sé.

Parlare dell'identità, del rapporto comunicativo fra il sé e l'altro da sé, nei luoghi della comunicazione e nei tempi che ne ritmano l'accadere, vuol dire anche parlare della maschera, dei rituali sociali, della molteplicità dei ruoli che l'individuo assume nella relazionalità intersoggettiva.

---

<sup>55</sup> N. Luhmann (1990), *Sistemi sociali. Fondamenti di una teoria generale*, il Mulino, Bologna.

<sup>56</sup> P. L. Berger, B. Berger, H. Kellner (1974), *The Homeless Mind*, Penguin, Harmondsworth, p. 87.

## 2.2 La maschera e il volto

«Non so se quello che si è schiuso davanti a me con la riflessione sulla maschera sia stato un cammino poi giunto a qualche meta. Né sono in grado di capire se abbia esercitato — come, con Wittgenstein, si usa oggi dire della filosofia — una funzione terapeutica. Ma del resto, a che pro chiederselo? È stato un cammino come un altro, e il suo corso è andato scoprendosi un po' alla volta, in fondo proprio come succede con la maschera: immagini di potertela togliere, ma poi scopri che di quell'oggetto, magari in un certo momento voluto da te, ma col tempo modellato, o almeno interpretato, dagli sguardi degli altri, fatto per convivere in mezzo a loro, tu non puoi più disporre. Se via via su questo cammino mi è capitato di riconoscere qualcuno che mi accompagnava per qualche tratto nella mia stessa direzione, è stato più di quanto sperassi. So almeno che ora, se mai mi accorgessi di andare stonato, sarei capace, o così spero, di chiedere venia e mettermi su un lato della strada a guardare, almeno finché non faccia buio, le maschere che continuano a sfilare»<sup>57</sup>.

Alessandro Pizzorno in un suo testo scritto agli inizi degli anni '50, quando viveva nella Parigi post-bellica, una città ricca di fermenti culturali e feconda di possibili incontri stimolanti, scrive un'acuta riflessione sul tema della maschera. Egli parte dalla narrazione di un curioso episodio legato alla sua infanzia: la partecipazione ad un coro, nel collegio religioso in cui era studente di terza media, nonostante che egli fosse stonato.

L'accettazione di questo ruolo, al quale non si era candidato, ma a cui non si era sottratto nonostante la sua manifesta incapacità canora, lo portò a mimare i suoni senza che dalla sua bocca uscisse alcuna nota per non recare danno all'equilibrio musicale del coro di cui faceva parte. Il maestro scoprì ben presto l'inganno e, attraverso lo sguardo, riversò la sua tacita disapprovazione su Pizzorno fanciullo. Quest'ultimo si era coperto il volto con una maschera, il maestro non l'aveva denudato di fronte ai compagni, ma lo aveva costretto a continuare a mantenere il suo ruolo pur nella consapevolezza che qualcuno era a conoscenza del suo segreto.

---

<sup>57</sup> A. Pizzorno (2008), *Sulla Maschera*, il Mulino, Bologna, pp. 14-15.

La citazione di questo episodio dà l'avvio ad una riflessione sul tema della maschera come strumento di congiunzione tra il vissuto dell'io e la sua manifestazione agli altri sul palcoscenico della vita.

Una veloce, ma suggestiva cavalcata che spazia attraverso secoli e luoghi, popolazioni lontane nello spazio e nel tempo, culti diversi e differenti miti aiuta Pizzorno ad analizzare i rapporti tra la maschera e la natura, la maschera e la morte, la maschera e l'identità, la maschera e la rappresentazione, la maschera e il processo di occultamento e rivelazione del sé, portandolo a cogliere il rapporto dinamico tra l'utilizzazione della maschera come strumento per nascondere e quindi come occasione per celare se stessi e la sua inevitabile fruizione come epifania della propria presenza agli altri, e così occasione per manifestare la propria esistenza.

«Ma se nascondere è una condizione di assorbimento e di assenza, esso è pure condizione di presenza di altri: nascondere è sempre «a qualcuno», e così rivelare. Si ripete la condizione che indica il rapporto fondamentale: la presenza a coloro che guardano. L'essere rappresentato dalla maschera è determinante nella situazione del mascherato, in quanto «essere» cioè presenza identificata e conclusa; e in quanto «rappresentato», cioè reso presente ad altri. Certo, anche nella relazione corrente fra due individui, è la rappresentazione che fonda per l'uno l'identità dell'altro; la quale rappresentazione si sottrae al mutamento dell'apparenza grazie a riferimenti costanti che permettono il riconoscimento, l'identificazione»<sup>58</sup>.

L'etimologia del termine maschera è di origine incerta, secondo alcuni potrebbe derivare dal latino tardo medioevale *masca*, il cui significato sarebbe strega, di questa accezione abbiamo testimonianza nella lingua piemontese in cui il termine è ancora usato in tal senso; è interessante ricordare che noi usiamo la parola maschera per tradurre il termine latino *persona*, che indicava la maschera teatrale.

La parola *persona* è costituita da due componenti *per-sona*, cioè strumento attraverso il quale si diffondeva con maggiore incisività la voce dell'attore; dal latino *persona* sono derivati i termini personaggio, personale, personalità.

L'origine della maschera nel mondo latino si ricollega ad una funzione rituale: nelle *Georgiche* di Virgilio abbiamo la testimonianza della utilizzazione della maschera in

---

<sup>58</sup> A. Pizzorno, *op. cit.*, pp. 51-52.



cerimonie agrarie dedicate a Libero, una divinità non proveniente dal mondo greco, ma fortemente radicata nel territorio italico, di probabile derivazione etrusca<sup>59</sup>.

Il rapporto tra la parola *persona* e il mondo etrusco è confermato dal nome *Phersu*, che, nella tradizione religiosa etrusca, indicava il demone che aveva il compito di scortare le anime nell'aldilà. Per gli etruschi la morte era solo un passaggio dal momento che essi credevano nella trasmigrazione delle anime, e dunque la morte segnava solo una fase di transizione tra un ruolo ad un altro, era in sostanza un rito che comportava l'attraversamento di un confine.

Il rapporto tra la maschera e il rito di passaggio lo si ritrova anche nelle culture di molti popoli extraeuropei: nella Columbia britannica canadese la popolazione dei Kwakiutl<sup>60</sup> utilizza diverse maschere di complessa fattura durante le cerimonie rituali che si svolgono nel periodo invernale e che hanno come tematica centrale il rito di iniziazione di un giovane.

Le fasi del rito iniziatico sono due: la prima consiste nel rapimento del prescelto ad opera di agenti del suo processo di affiliazione che indossano maschere la cui forma richiama animali selvatici come lupi, orsi o uccelli rapaci o quella di esseri dall'aspetto terrificante come lo spirito cannibale o lo spirito guerriero. Il giovane viene sottratto al suo mondo umano per essere condotto nella foresta, luogo inospitale dove regnano forze ancestrali. Il fine ultimo dell'iniziazione è nella sua seconda fase quando egli verrà ricondotto nel villaggio dal quale era stato temporaneamente allontanato in quanto l'autentico rituale di iniziazione è quello relativo al reinserimento nel tessuto sociale e nella conseguente assunzione di una nuova identità che lo rende a tutti gli effetti parte integrante della comunità.

In questa occasione rituale, come in altre situazioni che si verificano in diverse zone del mondo, la maschera riveste la funzione di mezzo che consente la metamorfosi dell'individuo il quale assume un comportamento approvabile dalla cerchia sociale di cui è membro. Il protagonista di questa avventura socializzante deve essere in grado di coniugare le categorie dicotomiche che attengono al selvaggio, simboleggiato dalla foresta e al civilizzato, simboleggiato dal villaggio, al misterico e al quotidiano, al sovrannaturale e al naturale, all'indistinto e al distinto.

---

<sup>59</sup> Cfr. R. S. Borello (2003), *La maschera e il vuoto*, Aracne, Roma.

<sup>60</sup> Cfr. F. Boas (1897), *The Social Organization and the Secret Societies of the Kwakiutl Indians*, in "Report of National Museum for 1895".

La maschera, indossata da coloro che lo sottraggono al mondo conosciuto per proiettarlo in una territorio inconsueto, diviene lo strumento che consente di passare da una dimensione ad un'altra, di allontanarsi dalla quotidianità in cui è possibile intessere relazioni con i suoi simili e di reintrodursi nella stessa quotidianità dopo aver superato la prova che vede il giovane protagonista di un incontro con presenze soprannaturali in un ambiente sconosciuto e inospitale.

Il portale tra due mondi diversi può essere attraversato grazie alla maschera che è lo strumento di mediazione che gli consente di oltrepassare la soglia e, nello stesso tempo, di riconquistare la propria identità umana e sociale da individuo consapevole<sup>61</sup>.

La maschera in questa esperienza rituale non comporta alcuna finzione ma immedesimazione totale: coloro che ricoprono il ruolo di iniziatori al rito, il giovane iniziato, gli individui che lo accolgono nel villaggio al termine della prima fase del suo processo di iniziazione sentono e fanno di vivere dei momenti di verità. La maschera non altera la realtà più autentica, ma è un tramite per il suo disvelamento.

Se abbandoniamo il terreno delle cerimonie rituali in cui tutti i partecipanti si sentono fondati in un orizzonte di realtà, la maschera può divenire o ruolo in cui si coniugano le aspettative della società e quelle del singolo e/o espressione dell'autenticità individuale all'interno di una relazionalità comunicativa, oppure mistificazione del reale, finzione, strumento per nascondere un volto con un altro volto, nell'impossibilità di far coincidere l'identità più segreta dell'io con le aspettative degli altri.

Nel riconoscimento di una dose di autenticità alla maschera si incontrano le teorie di Dahrendorf e quelle dei primi interazionisti simbolici: «La consapevolezza dell'inerenza della categoria di ruolo, intesa come nucleo della teoria sociologica, alla tematica della maschera, ha ispirato *Homo sociologicus* di Dahrendorf (1966), egli richiama la centralità per la teoria sociologica di termini che occupano il campo semantico della prospettiva drammaturgica – maschera, personaggio, carattere, ruolo, rappresentazione – e sottolinea che il singolo, una volta che ha interiorizzato il ruolo comprendendolo e facendone una parte della sua personalità, raggiunge nel contempo una autenticità individuale ed una autenticità sociale: «noi conquistiamo noi stessi come personalità differenziate che si formano nell'urto con il mondo, mentre impariamo a recitare i ruoli sociali» (Dahrendorf 1966:80). E i ruoli in quanto forme precostituite di

---

<sup>61</sup> Cfr. V. W. Turner (1976), *La foresta dei simboli. Aspetti del rituale Ndembu*, Morcelliana, Brescia.

atteggiamento e regole e modelli predeterminati di comportamento presentano i medesimi connotati che la tradizione filosofica e letteraria attribuisce alle maschere. Il ruolo, in questo senso, è dunque una maschera caratterizzata da un rapporto di autenticità con il suo portatore. La sinonimia di maschere e di ruolo e la caratterizzazione della maschera/ruolo come espressione della verità individuale, erano state già asserite dalle prime generazioni degli interazionisti simbolici. Secondo Park (1950: 249-250) «Probabilmente non è un caso che la parola 'persona' nel suo significato originale volesse dire maschera. Questo implica il riconoscimento del fatto che ognuno, sempre e dappertutto più o meno consciamente impersona una parte [...] è in questi ruoli che ci conosciamo gli uni gli altri; è in questi ruoli che conosciamo noi stessi. In un certo senso e in quanto questa maschera rappresenta il concetto che ci siamo fatti di noi stessi – il ruolo di cui cerchiamo di essere all'altezza – , questa maschera rappresenta il nostro vero 'io', l'io che vorremmo essere. Alla fine la concezione del nostro ruolo diventa una seconda natura e parte integrante della nostra personalità. Entriamo nel mondo come individui acquistiamo un carattere e diventiamo persone».<sup>62</sup>

L'accezione della maschera come finzione totale, come espressione del dissolvimento dell'identità umana, tragico tributo da pagare alla società pena l'espulsione dell'individuo dal contesto sociale la troviamo rappresentata drammaticamente nelle opere di Luigi Pirandello in cui si concretizza la sua filosofia della vita che viene teorizzata nel saggio sull'umorismo del 1908<sup>63</sup>. I suoi scritti ci consegnano interessanti spunti di riflessione.

La tesi di fondo su cui si basa l'opera di Pirandello sta nel conflitto tra l'apparenza e la realtà, nel frantumarsi della verità in tante visioni del mondo, ognuna delle quali pretende di possedere in proprio la verità assoluta, nel paradosso di una condizione umana per cui l'individuo che sperimenta una pluralità di emozioni e di sensazioni è costretto a irrigidirsi in una maschera che gli altri hanno scelto per lui, una forma che sottrae alla vita il suo respiro.

Già nel primo romanzo di Pirandello, *L'esclusa*, del 1901, erano presenti questi temi: *L'esclusa* è la storia di una donna che viene allontanata dal focolare domestico dal

---

<sup>62</sup> I. Vaccarini (1992), *Goffman e la maschera* in L. Bovone, G. Rovati (a cura di), *L'ordine dell'interazione. La sociologia di Erving Goffman*, Vita e Pensiero, Milano, p. 130.

<sup>63</sup> L. Pirandello (1994), *L'umorismo e altri saggi*, Giunti, Firenze.

marito perché egli crede che lei lo abbia tradito. La donna è innocente del peccato che le viene ascritto, purtroppo non è importante la realtà della sua condizione, ma quello che il marito crede che sia la verità. L'assurdità del vivere tratteggiato da Pirandello consiste nella riammissione della donna all'interno della sua casa proprio quando l'adulterio è stato veramente commesso.

Il dramma che meglio evidenzia la visione relativistica della vita di Luigi Pirandello e la sua convinzione che solo con la pazzia o con la fuga dalla realtà sia possibile fuggire alle costrizioni sociali che impongono all'individuo di rappresentare una parte che corrisponde a ciò che gli altri pensano di lui è *Uno, nessuno e centomila*. Questo romanzo può essere considerato la sintesi ideologica della sua poetica e della sua filosofia, come confermato dalle stesse parole di Pirandello affidate ad una intervista rilasciata ad Epoca nel 1922, intervista che precede l'uscita del romanzo: «avrebbe dovuto essere il proemio alla mia produzione teatrale e invece finirà per essere un riepilogo. È il romanzo della scomposizione della personalità. Esso giunge alle conclusioni più estreme, alle conseguenze più lontane».

Il protagonista del romanzo si chiama Vitangelo Moscarda; la sua vita scorre tranquilla fino a quando non viene sconvolta da un piccolo "incidente" quotidiano che apre una voragine nella sua esistenza dimostrandogli che l'immagine che aveva di se stesso non corrispondeva affatto a ciò che gli altri vedevano in lui.

Dalla rivelazione della moglie su un difetto fisico, un naso leggermente storto, scaturisce una riflessione su se stesso che lo porta a mettere in discussione la sua identità: credeva di essere "uno", scopre di essere "centomila", tante quante sono le immagini che gli altri hanno di lui, e quindi drammaticamente deve accettare l'idea di essere "nessuno".

Emblematico è il dialogo del protagonista con il suo cane: «Vuoi sapere perché sia venuto a nascondermi qua? Eh, Bibi, perché la gente mi guarda. Ha questo vizio, la gente, e non se lo può levare. Ci dovremmo allora levare tutti quello di portarci per via, a spasso, un corpo soggetto ad essere guardato. Ah, Bibi, Bibi, come faccio? Io non posso più vedermi guardato. Neanche da te. Ho paura anche di come ora mi guardi tu. Nessuno dubita di quel che vede, e va ciascuno tra le cose, sicuro ch'esse appaiano agli altri quali sono per lui; figuriamoci poi se c'è chi pensa che ci siete anche voi bestie che guardate uomini e cose con codesti occhi silenziosi, e chissà come li vedete, e che

ve ne pare. Io ho perduto, perduto per sempre la realtà mia e quella di tutte le cose negli occhi degli altri, Bibi! Appena mi tocco, mi manco. Perché sotto il mio stesso tatto suppongo la realtà che gli altri mi danno e ch'io non so né potrò mai sapere. Coticché, vedi? io -questo che ora ti parla- questo che ora ti tiene così sollevate da terra queste due zampine- le parole che ti dico, non so, non so proprio, Bibi, chi te le dica»<sup>64</sup>.

Per sottrarsi alla dittatura delle maschere che deve fissarsi sul viso per riflettersi nelle visioni altrui egli, dopo aver alienato tutti i suoi beni per la fondazione di un ospizio dei poveri, trova in esso il suo rifugio, sottraendosi alle costrizioni della vita sociale.

Non potendo arginare il processo di scomposizione dell'io, l'unica scelta possibile è quella di lasciarsi andare all'incessante scorrere della vita.

La formazione culturale di Pirandello fu orientata dall'incontro con gli scritti del movimento verista, dagli studi di psicologia di Alfred Binet<sup>65</sup>, ricordiamo il suo testo *Le alterazioni della personalità* in cui veniva proposto il tema della molteplicità della coscienza, e quelli della sociologia di George Simmel, nei quali veniva negata ogni possibilità di cogliere la vita nella sua completezza in quanto la potenzialità del pensiero in grado di dare forma al mondo si oggettiva in una pluralità di atti che lo guardano secondo infinite prospettive.

L'approdo poetico di Pirandello è quello della negazione di ogni possibile salvezza dalla imposizione della maschera che gli altri scelgono per noi, una sorta di maledizione sociale che impedisce all'individuo da un lato di esternare il proprio io e dall'altro di vivere al di fuori della società. Le uniche possibilità che consentono all'uomo di sfuggire a questa realtà sono il suicidio, la pazzia o l'estraniarsi da se stessi guardandosi vivere.

La concezione drammaturgica della realtà e l'utilizzazione della maschera come strumento di prestazione sociale avvicinano Pirandello a Goffman; del resto lo scrittore italiano fu uno degli autori più amati da Goffman. Ma l'esito della loro analisi del reale è diverso: alla visione pessimistica di Pirandello si contrappone l'approccio ottimistico di Goffman, seppur temperato da una lieve ironia.

Come osserva acutamente Italo Vaccarini: «Invero nel romanzo di Pirandello (1967:105), come in molti dei suoi testi teatrali, l'autoscissione della personalità porta sull'orlo della pazzia, se non addirittura dentro di essa: «bastò muovere in me appena

---

<sup>64</sup> L. Pirandello (1941), *Uno, nessuno e centomila*, in *Tutti i romanzi*, Mondadori, Milano, p. 842.

<sup>65</sup> A. Binet (2011), *Le alterazioni della personalità*, Fioriti Editore, Roma.

appena, così per gioco, la volontà di rappresentarmi diverso a uno dei centomila in cui vivevo, perché si alterassero in centomila modi diversi tutte le altre mie realtà. E per forza questo gioco, se considerato bene doveva fruttarmi la pazzia». Invece Goffman presenta un'immagine umana e sociale scrupolosamente depurata da ogni dolorismo e rimpianto nostalgico che possono essere suscitati dallo stato di lacerazione interna dell'io. Goffman neutralizza addirittura questo problema proclamando, analogamente a Foucault in *Le parole e le cose* (1967), la «morte dell'uomo». Tolto di mezzo l'io sostanziale decade il presupposto per le tragedie e i drammi interiori concernenti il destino della condizione umana. La sociologia goffmaniana libera il dramma dal fardello dell'autenticità, proiettandolo nel gioco delle apparenze; essa, dissolvendo l'uomo sostanziale nelle sue maschere-finzione, con uno stile esente da dolorismo e da pathos, si sintonizza con l'epoca contemporanea, nella quale la scomparsa degli idealismi e dei dolorismi già permeanti la cultura della modernità, viene salutata da importanti correnti intellettuali come liberatoria (Lyotard 1987)»<sup>66</sup>.

L'approccio drammaturgico di Goffman all'esistenza quotidiana vede agire nel palcoscenico della vita l'attore e il personaggio: il primo impegnato a mettere in scena una rappresentazione e il secondo la cui forza spirituale viene chiamata implicitamente sulla scena nel momento in cui la recita si attualizza.

Il fine dell'atto drammaturgico è quello di promuovere un'azione persuasiva nei confronti del pubblico: nella relazione comunicativa gli altri non sono considerati per il loro valore intrinseco, ma solo come mezzo per il raggiungimento di uno scopo<sup>67</sup>.

Esiste però in Goffman anche un'altra visione drammaturgica per cui gli attori si interrelano considerandosi l'un l'altro come fini e non come mezzi. Sono le cadenze rituali che permettono uno scambio fondato sul rispetto reciproco che dall'ambito del singolo rapporto si estende alla società<sup>68</sup>.

I rituali che scandiscono i rapporti basati su un riconoscimento biunivoco della dignità di cui ogni individuo è singolarmente portatore sono chiamati da Goffman forme di deferenza, regole sostanziali per l'attore che ha come referente semantico la società, regole cerimoniali per il personaggio che ha come referente semantico l'occasione comunicativa all'interno della quale ha luogo la rappresentazione.

---

<sup>66</sup> I Vaccarini (1992), *op. cit.* p 153.

<sup>67</sup> Cfr. E. Goffman (1969), *La vita quotidiana come rappresentazione*, il Mulino, Bologna.

<sup>68</sup> Cfr. E. Goffman (1971), *Rituali d'interazione*, il Mulino, Bologna.

Nel momento in cui gli individui nel duplice ruolo di personaggio e di attore riconoscono ogni interlocutore dell'azione comunicativa come soggetto degno di considerazione e quindi titolare di un diritto alla deferenza riconoscono anche la sua sacralità: i rituali di deferenza e di discrezione stabiliscono rispettivamente che l'intimità degli individui deve essere salvaguardata e che essi devono essere i terminali di testimonianze di stima.

Se per Goffman la maschera può essere una forma di autenticità che è strumento di riconoscimento della sacralità dell'individuo, è anche e soprattutto finzione, rappresentazione teatrale, come affermato nella sua opera fondamentale; del resto gli studi sociologici che ne hanno interpretato il pensiero hanno accentuato, pur evidenziandone la complessità, questo aspetto della drammaturgia goffmaniana che rimane uno strumento fondamentale per l'analisi della società contemporanea.

La maschera secondo i più nasconde il volto vero dell'individuo, impedisce una presentazione del sé autentica e veritiera e si configura come un rifugio nel quale celare ciò che si pensa e ciò che si crede, per Oscar Wilde invece è tramite per conoscere il vero: «Man is least himself when he talks in his own person. Give him a mask and he will tell the truth»<sup>69</sup>.

Nell'antico teatro latino la maschera detta *persona* era lo strumento che permetteva alla voce dell'attore di risuonare limpida e sicura e di arrivare direttamente al cuore e alla mente degli spettatori, nelle prestazioni semantiche che ci mettono a contatto con gli altri, nelle interrelazioni comunicative la maschera può essere mezzo per nascondere noi stessi, ma forse anche tramite per rivelare la nostra verità.

Ci nascondiamo per fingere ciò che non siamo, ma forse anche per dichiarare noi stessi senza timore di non essere accettati, la maschera come via di fuga nei confronti di un possibile rifiuto da parte degli altri.

Non è facile scegliere tra queste due opzioni e interpretare correttamente l'agire dei soggetti coinvolti nella rappresentazione del dramma. La situazione comunicativa, il tempo e lo spazio in cui avviene il rapporto interpersonale possono aiutarci a capire il ruolo della maschera nel momento in cui viene indossata.

---

<sup>69</sup> Trad. «L'uomo è poco se stesso quando parla in prima persona. Dategli una maschera e vi dirà la verità» da O. Wilde (2007), *The critic of as artist*, in *The complete works of Oscar Wilde*, Historical criticism, Vol. IV, *Intentions, The soul of Man*, Josephine M. Guy editions, Oxford University Press, p. 185.

Che la maschera sia strumento di nascondimento del sé o di disvelamento dei nostri pensieri e delle nostre emozioni che non temiamo di rivelare esponendoci senza schermi allo sguardo altrui, essa è mediatrice del rapporto comunicativo che avviene in un contesto relazionale definito da una dimensione spaziale e da una dimensione temporale che assumono una valenza discriminante per la relazionalità intersoggettiva.

Ogni rapporto comunicativo interpersonale si svolge in uno spazio e in un tempo attraversati da frecce semantiche che influenzano la relazione sé-altro da sé: lo spazio e il tempo vissuti socialmente divengono il contesto dinamico privilegiato della socializzazione, il territorio in cui avviene l'incontro con l'altro da sé portatore di nuove ipotesi di realtà, di nuovi progetti di realizzazione, di nuove proposte comunicative con cui l'individuo viene invitato a fare i conti e a cui viene sollecitato a dare risposte. Il mutamento dello scenario semantico condiziona l'universo culturale e quindi entra a far parte del mondo sociale degli utenti.

Con l'evolversi del mondo della comunicazione e degli strumenti del comunicare è mutato lo scenario della relazionalità intersoggettiva: io mi sono soffermato sulle fasi di questo cammino per cogliere il rapporto tra il mutamento dello scenario e il mutamento delle modalità di interazione sociale che in quello scenario sono e divengono, intervenendo nella formazione costitutiva dell'identità.

Gli orizzonti comunicativi di cui mi sono occupato sono la piazza, i media tradizionali e i media digitali.

## **2.3 La piazza come espressione del senso del confine**

La piazza un tempo, e in alcuni momenti sociali ancor oggi, era il luogo per eccellenza deputato ai rapporti *face to face* vissuti in una dimensione collettiva.

La piazza, luogo di mercato, di celebrazioni religiose, di feste, di manifestazioni del potere politico, era l'orizzonte dell'incontro e dello scambio nel quale si declinavano cultura e storia, tradizioni e innovazioni, simboli e nuove categorie sociali all'interno di un tempo portatore di significato, in quanto scandito da una ritualità collettiva. Nella piazza si assisteva ad una rappresentazione della vita quotidiana in cui si coniugavano



le istanze comunicative dei singoli e quelle dei gruppi, fondate entrambe sulla condivisione dei principali sistemi di significato.

Prima dell'invenzione urbanistica della piazza esisteva il recinto sacro; in Medio Oriente e in Egitto la costruzione delle metropoli seguiva le linee di un disegno geometrico rettangolare o quadrangolare in cui molteplici strade addossate le une alle altre si intersecavano ad angolo retto, ma non c'era posto in questa idea di città per spazi dedicati ad attività comuni in cui coloro che abitavano questo territorio si sentissero cittadini. I luoghi del potere, politico o religioso, cioè il tempio o il palazzo del re, erano non solo rigorosamente delimitati, ma anche interdetti alla popolazione.

Nel mondo greco, prendiamo Atene come esempio, non solo per la prima volta si prese coscienza della differenza tra le leggi divine, chiamate *themistes*, il controllo delle cui infrazioni era demandato agli dei, e le leggi umane, dette *nomoi*, il cui referente era l'assemblea dei cittadini, ma si creò anche uno spazio, l'*agorà*, in cui i cittadini si riunivano per discutere, per votare le leggi e per intessere rapporti sociali.

E' stretto il rapporto tra la consapevolezza del diritto degli uomini a emanare norme e regole che riguardavano la vita della città in pace e in guerra e la creazione di uno spazio pubblico e civile in cui gli abitanti potessero confrontarsi, dibattere, entrare in contatto gli uni con gli altri e soprattutto sentirsi membri di una comunità e come tali partecipi delle sue scelte politiche. L'*agorà* era il luogo deputato alla svolgimento del mercato, della vita politica e religiosa, il fulcro di ogni attività di coloro che si sentivano ed erano cittadini dotati di facoltà decisionali nei confronti della collettività a cui appartenevano.

Nella Roma repubblicana il foro aveva la stessa funzione dell'*agorà* greca: era lo spazio in cui si svolgevano tutte le attività sociali legate alla politica, alla religione, all'economia.

La piazza, come spazio sociale all'interno del quale si comunicava, si intessevano rapporti interpersonali, maturavano scambi culturali ed economici, ci si ritrovava, si prendevano decisioni, nasce nel Medioevo e trova in Italia una delle sue espressioni più interessanti.

La piazza italiana divenne nel Medioevo il cuore stesso della città, era nella piazza che si svolgevano quelle attività che erano la dimostrazione più efficace di come una comunità era sorta attorno ai rituali sociali, le feste, i mercati, le cerimonie religiose, e

di come una comunità poteva riconoscersi nella sua identità e manifestare il suo sentimento di appartenenza.

La filiazione della piazza medievale dal foro romano ne chiarisce la caratteristica di spazio delimitato nei suoi confini, ma aperto alla frequentazione collettiva.

Nel foro romano si consumava la vita sociale della Roma antica: ci si incontrava, si concludevano transazioni finanziarie, ci si dedicava al culto degli dei, si stabilivano alleanze, si guardavano gli altri e ci si faceva guardare. Camillo Sitte nel suo testo *L'arte di costruire le città* così descrive il foro romano: «le vie vi sboccano in numero limitato e senza che la chiusura dello spazio sempre simile ad una sala delle feste, risulti mai alterata. Come a Pompei, i monumenti non sono disposti al suo centro, ma solo sui lati. Insomma il Foro sta alla città come l'atrio sta alla dimora della famiglia: è la stanza più importante ordinata con cura e riccamente ammobiliata. Perciò vi è riunita un'insolita quantità di colonne, di monumenti ed altri tesori d'arte, perché si trattava, per così dire, di creare un sontuoso interno a cielo scoperto. Secondo varie testimonianze centinaia, anzi migliaia di statue, di busti, ecc., decoravano spesso un foro. Lo spettacolo doveva essere imponente, perché quelle opere erano armoniosamente distribuite sul perimetro delle piazza come in una sala, affinché fossero valorizzate in pieno e si potesse abbracciare con una sola occhiata tutta la loro bellezza. Oltre ai capolavori della struttura gli Antichi concentravano nel foro, per quanto era possibile e conveniente, i più importanti edifici pubblici. Aristotele stesso vorrebbe che i templi e gli edifici dello Stato fossero riuniti in un sol luogo mentre Pausania rifiuta il nome di città ad un agglomerato di case se non possiede, almeno, una piazza e degli edifici pubblici»<sup>70</sup>.

In questo luogo protetto, ma nello stesso tempo aperto al confronto e a volte allo scontro dialettico e non solo, usando la metafora propria della terminologia drammaturgica di Goffman, si può dire che tutti assumevano nello stesso tempo il ruolo di attori sulla ribalta e di pubblico che era chiamato a guardare.

Il foro era lo spazio privilegiato dell'interazione pubblica, era la cornice territoriale in cui si produceva quella cornice cognitiva che delimitava ciò che poteva aver luogo e con quale senso e in cui venivano celebrati i rituali sociali che garantivano l'identità pubblica.

---

<sup>70</sup> C. Sitte (1990), *L'arte di costruire le città*, Jaca Book, Milano, p. 28.

Così nella piazza medioevale.

A pianta quadrata o a cerchi concentrici la piazza del Basso Medioevo era il vero epicentro della città, il luogo in cui convergevano le anguste stradine medievali quasi a rendere ancora più scenografica la rappresentazione di questo teatro a cielo aperto in cui si innalzavano i simboli del potere medievale: il palazzo del Comune, sede del potere politico, e la Chiesa, titolare del potere religioso.

E' nella piazza dunque, cuore delle città, che si espletavano le funzioni sacre, quelle politiche, quelle sociali ed economiche, si officiavano le cerimonie religiose e laiche, si emanavano le leggi e le norme che regolavano la vita cittadina, si celebravano le ricorrenze pubbliche, si allestivano spettacoli teatrali, si esercitavano le attività commerciali e si sviluppavano le dinamiche proprie della socialità intersoggettiva.

Nella piazza medioevale tipica delle città italiane si incrociavano compiti e responsabilità diverse, diversi ruoli e diverse funzioni dando così vita a modalità urbanistiche inedite che però presentavano la stessa caratteristica di spazio circoscritto, ma rivolto per statuto logistico alla convivenza civile e alla partecipazione di tutti i cittadini.

In rapporto al ruolo prevalente ricoperto nella piazza dall'edificio più significativo e dalla relazione tra la sua prospettiva urbanistica e lo spazio libero prospiciente si possono distinguere tre modelli di piazze: la piazza della cattedrale, la piazza civica, la piazza del mercato, spesso territorialmente contigue e comunque copresenti all'interno della città<sup>71</sup>.

La piazza della cattedrale è l'estensione simbolica della funzione religiosa che si svolge all'interno della chiesa. La sacralità di questo spazio è sottolineata dalla conformazione ascensionale della parte esterna della cattedrale che è metafora del rapporto con il trascendente.

La piazza civica è il luogo in cui si manifesta il potere politico: il palazzo del comune e la torre sono gli edifici che lo rappresentano.

La piazza del mercato è il territorio in cui avvengono le transazioni finanziarie, in cui si attuano gli scambi commerciali, per usare la terminologia di Bourdieu, in cui si sviluppa

---

<sup>71</sup> Cfr. Ibidem.

il capitale economico<sup>72</sup>. Ma la piazza medioevale è anche luogo in cui si intersecano il capitale culturale e quello sociale.

La piazza infatti era anche lo spazio dove si svolgevano i rituali della vita quotidiana e dove avvenivano scambi *face to face*, comunicazioni in cui i metamessaggi potevano essere un di più di senso rispetto al messaggio verbale stesso, relazioni semantiche all'interno delle quali i segnali impliciti generati da accordi condivisi contribuivano all'esattezza della comprensione quanto i segnali espliciti.

Nella piazza c'era sempre la possibilità per il destinatario, una volta decodificato il messaggio, di rispondere all'emittente intessendo con lui un rapporto di reciprocità.

La piazza comunale era spazio che risuonava di suoni e di voci secondo ritmi che la socialità pubblica aveva istituito nel tempo e poi tramandato a una comunità che li aveva accettati e fatti propri adottandoli collettivamente.

Il territorio delimitato della piazza, fosse essa piazza civica dove avevano dimora il palazzo del comune e la torre, piazza in cui si ergeva una cattedrale le cui linee verticali si protendevano verso il cielo, e soprattutto piazza del mercato in cui il traffico commerciale trovava il suo tessuto economico di elezione, era un luogo vivo in quanto attraversato da parole parlate scambiate reciprocamente che si diffondevano in ogni suo angolo e che rimbalzavano e dilagavano come un'eco nelle strade adiacenti.

La piazza così diventava un contesto di condivisione semantica in cui una comunicazione orale creava interrelazioni sociali che abbracciavano la comunità dei cittadini nel suo insieme.

Il suono che è il canale di comunicazione della parola parlata veniva percepito nella dimensione di un presente dinamico in continua evoluzione che vedeva compartecipi gli interlocutori in una fruizione condivisa nel "qui e ora".

La contestualizzazione spaziale e temporale della comunicazione che veniva definita da un tempo e da uno spazio precisi e circoscritti coinvolgeva nell'atto semantico chi parlava e chi ascoltava, garantiva la possibilità dell'interscambio dei ruoli tra emittente e ricevente, faceva assumere al processo semantico una direzione orizzontale: il luogo della comunicazione delimitato urbanisticamente nei suoi confini e usato in un tempo scandito da ritualità sacre e profane condivise assumeva il ruolo di teatro in cui tutti erano attori e pubblico nello stesso tempo.

---

<sup>72</sup> Cfr. P. Bourdieu, L. Wacquant (1992), *Risposte. Per un'antropologia riflessiva*, Bollati Boringhieri, Torino.

Una logica inclusiva governava i processi comunicativi all'interno della piazza comunale in quanto fonte e destinatario erano fondati in un unico orizzonte semantico e vivevano insieme l'azione comunicativa nel momento presente che solo rende possibile la diffusione del suono a interlocutori partecipi, un presente che non veniva però consumato in un istante atemporale, ma che nel suo divenire dotato di senso poiché affollato di parole socialmente condivise era custode e portatore delle tradizioni del passato e impostava concretamente le innovazioni del futuro.

Questo accadeva nella piazza medievale fino a quando l'affermazione di Signorie e Principati nel '500 e di Monarchie assolute nel '600 modificò il sistema del potere.

La piazza lentamente andò perdendo il suo ruolo di spazio politico poiché essa nel Rinascimento divenne ribalta in cui andava in scena la manifestazione della potenza, della fortuna, dello splendore del Signore della città, del Duca, del Principe e della loro casata e nel '600 divenne la rappresentazione di un potere che si concentrava nelle mani di una sola persona che amava stupire con la sua magnificenza, pensiamo alla Roma barocca di Sisto V della Rovere o alle piazze francesi in cui troneggiava la statua del re.

La piazza che era stata il centro di una vita politica partecipata smarrì definitivamente nel '600 questa funzione, ma continuò a essere terreno fertile di aggregazione sociale: gli abitanti della città non persero l'abitudine di incontrarsi, di comunicare, di interagire all'interno di questo territorio delimitato, di questo spazio pubblico e civile, anche se a loro non era più concesso di prendere parte attiva al governo della città.

## CAPITOLO III

*- che cosa è, propriamente, l'aura? Un singolare intreccio di spazio e di tempo: l'apparizione unica di una lontananza, per quanto possa essere vicina. Seguire placidamente, in un mezzogiorno d'estate, una catena di monti all'orizzonte oppure un ramo che getta la sua ombra sull'osservatore, fino a quando l'attimo, o l'ora, partecipino della loro apparizione - tutto ciò significa respirare l'aura di quei monti, di quel ramo.*

Walter Benjamin

### Media tradizionali e società di massa

Ogni processo comunicativo viene influenzato dallo strumento di comunicazione che è il veicolo del suo farsi: l'invenzione e la successiva adozione di un nuovo mezzo che permette la relazione semantica tra gli individui, qualsiasi sia la funzione prevalente che è sottesa al messaggio che viene scambiato<sup>73</sup>, favorisce l'insorgere di nuove forme di interazione che si riflettono sulla costruzione dell'identità e quindi sui comportamenti sociali.

L'evoluzione degli strumenti comunicativi e dei luoghi e dei tempi in cui si attua la comunicazione si intreccia indissolubilmente con le dinamiche di sviluppo sociale, con gli orientamenti culturali e con la nascita e l'obsolescenza di modelli di comportamento, con la storia degli individui che si interrelano e operano nel tessuto sociale.

---

<sup>73</sup> Cfr. R. Jakobson (1970), *Saggi di linguistica generale*, Feltrinelli, Milano.

Il primo mezzo che utilizzarono gli uomini per esprimere i propri pensieri e le proprie emozioni è la parola parlata che affida al senso dell'udito la sua possibilità di diffondersi verso gli interlocutori.

Ciò che contraddistingue la parola parlata in una cultura a oralità primaria, cioè in un tessuto sociale in cui la scrittura non è stata ancora inventata o comunque non ancora metabolizzata pienamente e recepita dalla maggioranza della popolazione, è soprattutto la partecipazione di tutti gli interlocutori al processo semantico, la situazionalità dell'occasione comunicativa in quanto fonte e ricevente sono collocati in un luogo preciso ed in un tempo preciso che scandisce il farsi della comunicazione, l'agonismo che mette di fronte l'emittente e il destinatario dei messaggi in un gioco di ruolo che li vede entrambi interagire nella narrazione che li designa come protagonisti in un coinvolgimento totale<sup>74</sup>.

Nell'interazione *face to face*, anche in società che da tempo possiedono lo strumento della scrittura e che è familiarizzata a dispositivi di comunicazione complessi come i media elettronici e i media digitali, è possibile recuperare la naturalità del processo diegetico che si affida alla parola parlata: gli interlocutori si sentono fondati in un unico orizzonte di intelligibilità nel quale si riconoscono in maniera reciproca come portatori della propria soggettualità comunicativa.

Se la parola parlata si trasmette attraverso il senso dell'udito, la parola scritta si affida al senso della vista: fonte e destinatario possono essere lontani nello spazio e nel tempo. La scrittura conserva il messaggio che può essere fruito in un luogo diverso da quello in cui è stato concepito e codificato e in un tempo distante, anche di secoli, dal momento in cui il pensiero si è tradotto in scrittura.

Con la scrittura viene meno la logica inclusiva che presiede allo scambio comunicativo che si consegna all'oralità, ma vengono potenziate la capacità di analisi, essendo possibile la rivisitazione dei testi in cui sono espresse le narrazioni del vissuto degli autori e le riflessioni scientifiche frutto del loro pensiero, l'attitudine all'astrazione e alla concettualizzazione<sup>75</sup>; quindi la diffusione della parola scritta modifica il modo di comunicare, di interrelarsi reciprocamente, di costruire la propria visione del mondo e dei comportamenti che ne derivano.

---

<sup>74</sup> Cfr. W. J Ong. (1986), *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola*, il Mulino, Bologna.

<sup>75</sup> D. de Kerckhove (2008), *Dall'alfabeto a Internet. L'homme "littéré": alfabetizzazione, cultura, tecnologia*, Mimesis Edizioni, Milano-Udine.

La scrittura come mezzo di trasmissione del proprio sapere e del proprio vissuto fu metabolizzata lentamente: i manoscritti che gli amanuensi religiosamente redigevano e anche gli incunaboli che, pur utilizzando la stampa a caratteri mobili, riproducevano la forma del manoscritto senza frontespizio per non disorientare i lettori simulando quindi una modalità di scrittura chirografica, non godevano di una fruizione allargata in quanto erano destinati a pochi eletti che conoscevano la scrittura ed erano in grado di procurarsi i testi scritti; ma la via verso ulteriori traguardi era tracciata.

La transizione tra l'epoca chirografica a quella tipografica gutenberghiana<sup>76</sup> fu comunque il primo passo verso una trasmissione allargata del sapere, che venne potenziata con le successive invenzioni dei secoli XVIII e XIX fino alla utilizzazione del motore a vapore nella tipografia. Questo permise la stampa di moltissimi esemplari di un testo e la successiva diffusione del libro a un utenza sempre più numerosa che modificò la modalità di circolazione della conoscenza, non solo espandendo il numero dei fruitori, ma anche immagazzinando il sapere che veniva reso fruibile in maniera estesa per le generazioni future e quindi ponendo le basi per un processo innovativo in quanto la proposizione di nuove ipotesi sul mondo non comportava la rimozione delle tesi del passato perché la scrittura le aveva preservate per sempre<sup>77</sup>.

Con la scrittura prima e con la stampa poi cambia dunque il modo di rapportarsi con la conoscenza: non era più necessario memorizzare con accuratezza le narrazioni che venivano dal passato per lasciarle a chi seguiva nella linea del tempo, dal momento che solo il ricordo era l'antidoto alla loro perdita irreparabile, in quanto la parola scritta fissava quelle conoscenze all'interno di spazi che le racchiudevano tramandandole, diffondendole continuativamente e quindi preservandole dal pericolo dell'obsolescenza.

Le parole scritte viaggiavano nel tempo e nello spazio, guadagnavano un numero di fruitori sempre più grande che si apriva a nuove congetture e che era disponibile a possibili confutazioni senza doversi ancorare alla memoria per non smarrire quanto conosciuto.

---

<sup>76</sup> Cfr. M. MacLuhan (1991), *La galassia Gutenberg*, Armando, Roma.

<sup>77</sup> Cfr. E. L. Eisenstein (1986), *La rivoluzione inavvertita. La stampa come fattore di mutamento*, il Mulino, Bologna.



La conservazione del sapere ha reso possibile, anche attraverso sofferenze, negazioni, addirittura perdita di vite umane, la ricerca di nuove ipotesi di verità sul mondo e su coloro che lo abitano, espandendosi all'esterno dell'uomo alla conquista dell'universo o al suo interno nelle profondità della coscienza; e quindi ha reso possibile l'innovazione non solo nell'ambito del sapere, ma anche in quello relativo agli strumenti per trasmettere la conoscenza, ha moltiplicato il numero dei fruitori che diventano essi stessi veicolo di divulgazione di quanto appreso e agenti di nuovi rapporti sociali fondati non più sulla copresenza di emittente e ricevente all'interno di uno stesso tessuto comunicativo, ma su una relazionalità che vede gli interlocutori separati da distanze spaziali e temporali.

I libri attraversano lo spazio e il tempo e con loro le conoscenze di cui sono portatori.

Una società che è tesa alla conservazione della conoscenza è tesa anche alla conservazione di se stessa, delle impalcature istituzionali, delle norme e delle forme sociali che regolano la vita in comune: non è contemplato nessun processo di acquisizione del nuovo se la solidità della memoria è il valore supremo che garantisce la salvaguardia del proprio sapere dall'azione corrosiva del tempo.

Solo con la scrittura, che offre l'opportunità di preservare questo sapere attraverso l'assemblamento di grafemi che si accostano in molteplici combinazioni, viene considerata la possibilità di problematizzare le tradizioni conoscitive che provengono dal passato senza rischiare una loro perdita definitiva, di mettere in discussione ciò che si possiede già saldamente per schiudere la mente verso ciò che non si possiede ancora.

L'evoluzione della conoscenza passa attraverso un processo di sperimentazione continua, un'apertura verso il nuovo che non riguarda solo i saperi acquisiti o che si tenta di acquisire, ma anche i mezzi per comunicarli.

Con la scoperta della scrittura si è inaugurato un percorso di ricerca che non è ancora terminato le cui tappe fondamentali, per quanto concerne i mezzi di comunicazione, sono state l'invenzione dei media elettronici e la rivoluzione dei media digitali.

### 3.1 L'invenzione dei media elettronici: un lungo cammino

I cent'anni che intercorrono tra l'Ottocento e i primi del Novecento sono anni cruciali per la scoperta dei media elettronici che avrebbero conteso alla stampa la supremazia nel campo della comunicazione e che avrebbero modificato profondamente il modo di comunicare, di organizzare le proprie relazioni sociali e di recepire modelli di orientamento socio-culturale a cui adeguare il proprio comportamento.

Seguire la storia della loro evoluzione vuol dire anche raccontare la storia di coloro che in prima persona hanno vissuto questi cambiamenti e anche di noi che ne siamo gli eredi.

La fotografia, questa sorta di scrittura con la luce, come ci racconta la sua etimologia, nacque nei primi anni dell'Ottocento ad opera del francese Joseph Nicéphore Niépce, anche se vi furono degli esperimenti precedenti per catturare la realtà e fissarla una volta per sempre, ad esempio quello di Thomas Wedgwood.

Dall'incontro tra gli esiti conseguiti nel settore dell'ottica che resero possibile l'intuizione della camera oscura con i risultati raggiunti in quello della chimica con l'applicazione delle sostanze fotosensibili ebbe origine l'invenzione della fotografia che in un primo tempo ritrasse i paesaggi e le nature morte in immagini irriproducibili, custodite gelosamente sotto vetro in scrigni preziosi che testimoniavano il valore e la rarità dell'oggetto che essi contenevano, e infine giunse, negli anni '70 dell'Ottocento, a riprodurre la realtà nelle sue luci e nei suoi colori.

L'impatto della fotografia sul sistema di percezione delle informazioni e delle emozioni veicolate da un medium fu significativo: se il linguaggio scritto utilizzato dalla stampa prevede una conoscenza pregressa e stimola il processo analitico dell'intelletto, la fotografia invita ad una consumazione immediata.

Anche la fruizione iconica si fonda su un linguaggio culturale che è stato appreso, fu l'invenzione della prospettiva nel '400 a dar vita al punto di vista fisso, all'effetto della profondità e della distanza nell'immagine<sup>78</sup>, ma il linguaggio fotografico viene vissuto come un linguaggio naturale e la fotografia suscita nel fruitore una immediata partecipazione emotiva.

---

<sup>78</sup> Cfr. E. H. Gombrich, J. Hochberg, M. Black (1978), *Arte, percezione, realtà* Einaudi, Torino.

Del resto si può dire, rubando i concetti al fotografo Helmut Newton, che colui che inquadra una scena e la eternizza nella fotografia è motivato dall'ambizione di scoprire, dal bisogno di emozionare, dalla brama di catturare. E questo genera in colui che la guarda una risposta che attiene al campo delle emozioni e dello stupore partecipe.

Come afferma Umberto Eco: «La comunicazione di una parola mette in attività, nella mia coscienza, tutto un *campo semantico* che corrisponde all'insieme delle diverse accezioni del termine (con le connotazioni affettive che ciascuna accezione comporta); il processo di comprensione esatta si attua perché alla luce del contesto, il mio cervello, per così dire, ispeziona il campo semantico e individua l'accezione voluta escludendo le altre (o tenendole sullo sfondo). L'immagine invece mi coglie proprio nel modo inverso: concreta e non generale come il termine linguistico, mi comunica tutto il complesso di emozioni e significati ad essa connessi, mi obbliga a cogliere istantaneamente un tutto indiviso di significati e di sentimenti, senza poter discernere ed isolare ciò che mi serve»<sup>79</sup>.

La diffusione delle immagini fotografiche, anche nei giornali, ha portato allo sfruttamento della potenzialità iconica dell'immagine che non è più relegata in luoghi deputati, ma circola liberamente rendendo possibile l'allargamento del bacino d'utenza della sua consumazione.

L'immagine fotografica si posiziona all'interno delle pareti domestiche come testimonianza del vissuto dei suoi abitanti, della loro memoria, di immagini che si vogliono preservare dall'azione distruttrice che il passare del tempo inevitabilmente porta con sé, si affaccia ammiccante dai manifesti, trova posto nella carta stampata e si coniuga con la scrittura, acquisisce una vita propria esplicando tutta la sua ricchezza semantica carica di emotività e quindi generatrice di un impatto attenzionale coinvolgente.

Così Susan Sontag narra il suo incontro con alcune fotografie che hanno segnato la sua vita così profondamente da renderla diversa da com'era prima: «Le fotografie sconvolgono nella misura in cui mostrano qualcosa di nuovo. Purtroppo si continua ad aumentare la posta, anche mediante la proliferazione stessa di queste immagini di orrore. Il primo incontro di un individuo con l'inventario fotografico dell'orrore estremo

---

<sup>79</sup> U. Eco (1964), *Apocalittici e integrati*, Bompiani, Milano, p. 335.

è una sorta di rivelazione, il prototipo della rivelazione moderna: un'epifania negativa. Per me sono state le fotografie di Bergen-Belsen e di Dachau viste per caso in una libreria di Santa Monica nel Luglio 1945. Niente di ciò che ho visto dopo – in fotografia o nella realtà – mi ha colpito così duramente, profondamente, istantaneamente. Mi sembra addirittura plausibile dividere la mia vita in due parti prima di vedere quelle fotografie (avevo allora 12 anni) e dopo, anche se dovevano trascorrere alcuni anni perché ne comprendessi appieno il significato. Ma a che cosa servì vederle? Erano soltanto fotografie di un evento di cui avevo appena sentito parlare e sul quale non potevo avere alcuna influenza, di sofferenze che riuscivo a stento a immaginare, senza che potessi far niente per alleviarle. Ma quando guardai quelle fotografie, qualcosa si spezzò. Avevo raggiunto un limite, e non era solo quello dell'orrore: mi sentii irrevocabilmente afflitta e ferita, ma una parte di me cominciò anche a indurirsi; qualcosa si spense; qualcosa piange ancora»<sup>80</sup>.

La reazione di fronte a una fotografia che emoziona è fortissima perché chi la guarda ha l'impressione di trovarsi di fronte ad uno spaccato di realtà.

È vero che la fotografia nella sua riproducibilità tecnica non possiede quell'alone semantico che Benjamin denominò "aura", quella densità espressiva che comunica un'opera d'arte caratterizzata dalla sua unicità, ma la forza dirompente della fotografia è nel suo essere specchio del reale. Essa viaggia nell'immaginario collettivo portando con sé lo stigma della veridicità: nel momento della sua fruizione tace la consapevolezza delle opzioni di colui che ha scattato la foto nell'atto di riprodurre la realtà e l'immagine ci si presenta nella sua evidenza plastica come priva di artificio e di finzione e quindi portatrice di verità.

Benjamin riconobbe la bellezza struggente immortalata nelle prime foto che ritraevano volti umani: «Nell'espressione fuggevole di un volto umano, dalle prime fotografie, emana per l'ultima volta l'aura. È questo che ne costituisce la malinconica e incomparabile bellezza»<sup>81</sup>; ma individuò nel venir meno dell'aura una possibilità di portata rivoluzionaria «in quanto pone termine a una concezione aristocratica dell'arte»<sup>82</sup>.

---

<sup>80</sup> S. Sontag (1978), *Sulla fotografia*, Einaudi, Torino, pp. 18-19.

<sup>81</sup> W. Benjamin (1996), *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, trad. it. di Enrico Filippini, Einaudi, Torino, p. 28.

<sup>82</sup> *Ibidem*, p. 8.

Questo processo di democratizzazione dell'opera d'arte Benjamin lo rintraccia anche nel cinema poiché il cinema comporta la possibilità di una consumazione condivisa in cui viene meno qualsiasi atteggiamento di venerazione nei confronti della rappresentazione iconica.

Il fascino per le immagini in movimento risale, in Europa, agli studi ottici sulle proiezioni tramite lenti della fine del '400 con la camera oscura di Leonardo Da Vinci, ma fu il XVII secolo che vide la nascita del precursore più vicino del cinematografo. Questa fu la lanterna magica, si trattava di una candela inserita in una scatola chiusa la cui luce fuoriusciva attraverso un foro con una lente. La candela illuminava delle immagini pitturate su una superficie di vetro che venivano proiettate su una parete in una stanza priva di luce.

Fu la nascita della fotografia a spingere verso lo studio delle possibilità di riprodurre il movimento delle immagini in scatti successivi al fine di dare vita ad un movimento apparente che simulava con grande precisione la realtà. Furono realizzati moltissimi esperimenti, quello che ebbe più successo fu il Cinematografo dei fratelli Louise e Auguste Lumière, che prendeva spunto dalla lanterna magica.

I fratelli Lumière il 28 Dicembre 1895 stupirono il pubblico del Gran Cafè del Boulevard des Capucines a Parigi con un macchina di loro invenzione chiamata appunto "Cinématographe". Con la cessione da parte dei fratelli Lumière dei diritti di sfruttamento della loro invenzione a Charles Pathe avvenuta nel 1900 iniziò l'espansione del cinematografo prima in Europa e poi nel resto del mondo catturando un numero sempre maggiore di entusiasti spettatori.

Il fascino di questo incantesimo, tale doveva apparire il cinema ai suoi primi fruitori, è stato raccontato dal film di Martin Scorzese "Hugo Cabret" che ha al centro della sua storia la figura di Georges Méliès. In una Parigi ricostruita attraverso la sua stazione che diviene il palcoscenico di una vicenda misteriosa che ha come protagonisti un bambino, il cui compito ereditato dallo zio è quello di caricare tutti gli orologi di Montparnasse, e un anziano venditore di giocattoli meccanici, viene alla luce la vicenda di Georges Méliès, il creatore del cinema come finzione, dei suoi magici effetti speciali, del suo gusto per il fantastico, rappresentato simbolicamente dall'immagine di un missile che centrava in pieno l'occhio della luna.

All'inizio della sua storia il cinema era un prodotto che si rivolgeva soprattutto al ceto popolare urbano, mentre la borghesia era più interessata alle rappresentazioni teatrali in quanto la frammentarietà dello spettacolo e la pericolosità della proiezione cinematografica su di una pellicola altamente infiammabile faceva sì che la tipologia di pubblico che vi assisteva fosse quella che partecipava alle fiere, ai music-hall e ai caffè concerto.

Intorno ai primi anni del '900 si assiste, prima negli Stati Uniti d'America e poi in Europa, al passaggio dal "modo di rappresentazione primitivo" al "modo di rappresentazione istituzionale"<sup>83</sup> per cui la borghesia diviene il pubblico per eccellenza a cui sono destinati i film e che vede la nascita della grande industria cinematografica di stampo hollywoodiano.

Con l'affacciarsi e il diffondersi del cinema nel sistema di comunicazione mediale si assiste alla creazione di un universo parallelo rispetto alla realtà: per la durata di un film lo spettatore si trova immerso in un flusso narrativo che scorre davanti ai suoi occhi e che simula il divenire reale.

«Il cinema è arte metafisica per eccellenza. Esso offre una finzione completa della vita ma, nel contempo, mostra la vita come completa finzione. Proiettato artificialmente su uno schermo, il mondo scopre la sua essenza più vera: un regno di ombre»<sup>84</sup>.

Se i fruitori dei primi film potevano percepire il movimento delle immagini come autentico e quindi impaurirsi se, ad esempio, un treno pareva precipitare su di loro, gli spettatori avveduti che consumavano le commedie o i drammi di produzione hollywoodiana o europea stipulavano inconsciamente con la storia narrata un patto per cui taceva la consapevolezza dello iato esistente tra finzione e realtà ed erano in grado di commuoversi, di terrorizzarsi, di divertirsi, come se fossero dentro lo schermo e non fuori, all'interno di un processo diegetico in cui si sentivano protagonisti.

Il linguaggio iconico della narrazione cinematografica parla con immediatezza, travalica i confini spaziali e temporali, interagisce con il pubblico con semplicità

---

<sup>83</sup> Cfr. N. Burch (1994), *Il lucernario dell'infinito. Nascita del linguaggio cinematografico*, Nuove Pratiche, Parma.

<sup>84</sup> M. A. Rigoni (1993), *Variazioni sull'impossibile*, Rizzoli, Milano.

semantica Come aveva affermato Frank Capra: «Il cinema è uno dei tre linguaggi universali; gli altri due sono la matematica e la musica»<sup>85</sup>.

I divi riempivano le pagine dei giornali con le storie della loro vita privata e non, facevano parte di uno star system invidiato e assunto come modello di comportamento. Il cinema con le sue narrazioni popolava l'immaginario collettivo ed era strumento per alleviare la fatica del vivere attraverso la proiezione in un mondo sognato o per comprendere la vita nelle sue crudeltà e nella sua verità.

Nell'anno di grazia 1876 vennero alla luce la registrazione sonora grazie all'invenzione del microfono di Alexander Graham Bell che permetteva la ripresa diretta di un avvenimento sonoro, il telefono, con la dimostrazione effettuata da Elisha Gray, anche se il brevetto dell'invenzione fu depositato da Bell, e la comunicazione via cavo, che fu utilizzata per la prima volta dallo stesso Bell a Boston esattamente il 10 di marzo.

Un anno dopo Thomas Edison costruiva il primo ripetitore telegrafico.

Il 17 novembre dello stesso anno Edison ed il suo gruppo di ricerca fecero conoscere al mondo, attraverso *Scientific America*, antica e rinomata rivista dedicata all'innovazione tecnologica, il primo prototipo di fonografo con cui orgogliosamente si rivendicava la paternità di uno strumento che permetteva di registrare le parole e di ripeterle all'infinito.

Per quanto si trattasse di un'invenzione rivoluzionaria, il fonografo di Edison, dedicato alla dettatura di telegrammi e lettere attraverso l'uso di un registratore vocale, non ebbe il successo che lo scienziato si aspettava, ma l'intuizione fu compresa in tutta la sua potenzialità da Emile Berliner, un inventore di origine tedesca, che modificò lo strumento creando il grammofono, che era destinato alla produzione di musica da ascoltare in ambito domestico.

Il grammofono ebbe immediatamente un grande impatto, a tal punto che pochi anni dopo alcune aziende statunitensi proposero una evoluzione del fonografo di Edison dando vita ai Juke-Box, che permettevano la produzione di musica in luoghi pubblici e che entrarono velocemente nelle pratiche collettive del popolo americano, nonostante le iniziali ritrosie di Edison legate alla distorsione dell'utilizzo originale della sua invenzione.

---

<sup>85</sup> R. Guy (2004) (a cura di) *Portala al cinema*, trad. it. di Luigi Giaccone, Einaudi, Torino, p. 35.

Parallelamente all'evoluzione della riproduzione sonora si attuò quella della comunicazione telegrafica: gli studi di Guglielmo Marconi sulle onde radio permisero la costruzione del telegrafo senza fili, al quale si deve l'avvio della progettazione di quello che diventerà lo strumento di comunicazione più potente per diffondere la musica e la voce, la radio.

Il lavoro del brillante ricercatore italiano stimolò gli studi di altri scienziati, che si dedicarono a sviluppare le potenzialità dello strumento che egli aveva inventato. Si deve a Reginald Fessenden la costruzione di un trasmettitore a scintilla in grado di inviare un breve messaggio sonoro, riuscendo dunque a superare l'empasse dell'invenzione di Marconi che consentiva unicamente di trasmettere segnali acustici attraverso il codice Morse.

Nella storia dell'uomo fu quello il primo momento in cui divenne possibile ascoltare in diretta, attraverso l'uso di onde elettromagnetiche, la voce di un individuo posizionato ad una distanza di chilometri.

«Il successo di Marconi, come accade per tutte le invenzioni e le scoperte umane, era collegato a una catena lunghissima di precedenti esperienze e invenzioni. Basterà ricordare pochi nomi: quello di Farady, che nel 1840 aveva dimostrato i legami tra elettricità e magnetismo; quello di Hertz, che nel 1888, con l'oscilloscopio da lui costruito, provò che le onde elettromagnetiche (chiamate poi "herziane") si propagano nello spazio senza bisogno di conduttori; quello di Popov, inventore dell'antenna. Nel 1906, grazie ai tubi elettronici inventati da John Fleming e perfezionati da Lee De Forest, capaci di amplificare le onde sonore, venne udita per la prima volta la voce umana trasmessa via radio. Dieci anni più tardi, nel 1916, andava in onda negli Stati Uniti il primo *giornale radio* con un resoconto sulle elezioni presidenziali. Nel 1926 gli apparecchi radio sparsi nel mondo erano già 6 milioni e mezzo e già erano sorte regolari stazioni radiofoniche in molti Paesi. In Italia si era costruita nel 1924 l'Unione Radiofonica Italiana (URI), che nello stesso anno aveva ottenuto dallo Stato la prima concessione dei servizi radiofonici e dato inizio a regolari trasmissioni. La radio era ormai adulta»<sup>86</sup>.

La voce della radio penetra in tutte le case, portando con sé notizie dal mondo, in tempo di guerra, lottando contro la controinformazione della propaganda nazista,

---

<sup>86</sup> A. Zancchi (1977), *la sfida dei mass media, introduzione allo studio degli strumenti e dei problemi della comunicazione sociale*, Edizioni Paoline, Alba, pp. 79-80.



raccontando storie di vita e di finzione, diviene così una compagna di cui non si può fare a meno perché apre una finestra nel cielo che è tramite di conoscenza e di condivisione semantica.

La voce della radio sconfigge la solitudine e l'isolamento, combatte contro l'inconsapevolezza rispetto agli avvenimenti cruciali, diverte e consola, diviene anche strumento per persuadere, condizionare, controllare le opinioni degli individui e indirizzare il loro comportamento.

La magia e il potere che si sprigionano da questa voce narrante, la sua capacità di penetrare nel nostro sistema di percezione, nelle nostre emozioni, nei nostri pensieri è possibile coglierla in una testimonianza di Eric Havelock che risale alla sua giovinezza: «Cade qui opportuno un ricordo personale. Un giorno di Ottobre del 1939 (mi sembra che fosse proprio allora, poco dopo l'occupazione totale della Polonia da parte di Hitler, ma la memoria non è sicura), ricordo che mi trovavo a Toronto in Charles Street, nei pressi del Victoria College, ascoltando un discorso trasmesso per radio all'aperto. Tutti noi, professori e studenti, come per comune intesa ci eravamo riversati in strada per ascoltare l'altoparlante che vi era stato sistemato. Si trasmetteva un discorso di Hitler, col quale noi in Canada eravamo formalmente in guerra. Hitler ci esortava a cessare le ostilità e a lasciarlo in possesso di quanto aveva conquistato. Le frasi stridule, veementi, staccate, risuonavano e riverberavano e si inseguivano, in serie successive, inondandoci, tempestandoci, quasi annegandoci, eppure ci tenevano inchiodati là, ad ascoltare una lingua straniera, che nondimeno potevamo in qualche modo immaginare di comprendere. Questo sortilegio orale era stato trasmesso in un batter di ciglia, a distanza di migliaia di chilometri, era stato automaticamente raccolto e amplificato e riversato su di noi. Qualche volta mi sono chiesto se in quel tempo McLuhan, giovanotto a Toronto, non avrà udito lo stesso discorso e condiviso la stessa esperienza. Gran parte di ciò che doveva scrivere in seguito riflette una simile possibilità»<sup>87</sup>.

Lo stesso potere di coinvolgimento della radio, potenziato dalla presenza delle immagini, è stato ed è tuttora retaggio della televisione fin dai suoi esordi. Del resto la televisione ha origine negli anni '20-'30 come sviluppo delle potenzialità comunicative della radio.

---

<sup>87</sup> E. A. Havelock (1995), *La musa impara a scrivere. Riflessioni sull'oralità e l'alfabetismo*, Laterza, Roma-Bari, pp. 42-43.

Se negli anni '30 la fruizione della televisione è esperienza esclusiva di pochi, dopo la seconda guerra mondiale si assiste ad una sua diffusione capillare prima negli Stati Uniti d'America e poi in Europa.

Le prime trasmissioni televisive, seguendo il percorso del cinema, ritraggono il mondo in bianco e nero, negli anni '50 in America, e successivamente in Europa, il colore entra negli schermi televisivi diminuendo la differenza tra rappresentazione e realtà; in Italia si devono aspettare gli anni '70 per le prime trasmissioni a colori.

Enrico Menduni coglie il momento in cui la televisione, figlia della radio, comincia a prendere il suo posto all'interno delle pareti domestiche: «La potenza della TV, figlia troppo sviluppata, mise in difficoltà la radio. Alla sera la famiglia preferiva disertare la radio e raccogliersi davanti al televisore, anche a costo di doversi recare dai vicini di casa, in qualche bar o circolo ricreativo, magari affrontando, come i contadini che vivevano isolati, un lungo cammino. Il nuovo apparecchio forniva immediatamente quell'abbinamento tra suoni e immagini che l'ascoltatore radiofonico doveva ricostruire da sé, con un processo creativo ma faticoso, dalle «immagini verbali» della radio, mentre l'effetto di evidenza e di realtà della televisione faceva dimenticare e rendeva irrilevante la scarsa qualità della visione sul piccolo schermo in bianco e nero».<sup>88</sup>

La televisione, questo mezzo che coniuga la potenza semantica della parola parlata propria della forma di comunicazione radiofonica con l'evidenza plastica della fotografia a cui è stato regalato il movimento, diviene un elemento fondante della vita domestica.

Sia nel suo ruolo originario che era quello di essere il centro della famiglia riunita attorno a questa macchina meravigliosa portatrice di sogni e di realtà, sia in quello assunto nel tempo di essere presente in più angoli della casa integrandosi nel tessuto sociale della vita degli individui, la televisione è divenuta parte costitutiva della quotidianità.

La potenza comunicativa dei media, la loro straordinaria diffusione, l'impatto sulla società, sui modelli di comportamento e sugli orientamenti valoriali, sui contenuti della comunicazione, hanno dato impulso allo studio sugli effetti della comunicazione di massa sul pubblico che ha portato alla elaborazione di teorie che hanno accentuato l'aspetto condizionante dei mass media sulla audience individuata come terminale

---

<sup>88</sup> E. Menduni (2001), *Il mondo della radio. Dal transistor a Internet*, il Mulino, Bologna, p.17.

passivo di una trasmissione unidirezionale e di teorie che hanno sottolineato la capacità dei fruitori di scegliere intervenendo attivamente sui messaggi che ricevono.

Denis McQuail ha così sintetizzato questi due modelli antitetici di lettura dell'influenza dei media elettronici sulla società: «Il modello della «dominanza» considera i mass media subordinati ad altre istituzioni sociali, le quali sono indipendenti una dall'altra in modo molto limitato. Le organizzazioni dei mezzi di comunicazione sono suscettibili di essere possedute o controllate da un numero ristretto di interessi potenti e di essere simili fra loro nella struttura e negli scopi. Secondo questo modello esse sarebbero caratterizzate da un alto grado di produzione e di diffusione di massa del contenuto, mediante il quale verrebbe offerta una visione del mondo limitata e uniforme, strutturata secondo le prospettive degli interessi dominanti delle società. Questa immagine del mondo proposta dal contenuto dei media verrebbe ricevuta da vaste *audiences*, condizionate o costrette ad accettare una cultura e un'informazione di un certo tipo e prive di capacità o inclinazione a reagire criticamente o a ricercare fonti alternative. [...] Il modello «pluralista» è l'opposto, quasi in tutti i sensi, dal momento che sottolinea ad ogni livello la differenziazione e la credibilità, partendo dal concetto di una società che non è dominata da una élite unitaria e che si presta al mutamento ed al controllo democratico. In particolare, il modello mette in rilievo la capacità di un pubblico differenziato di rendere noti i suoi desideri alternativi, di resistere alla persuasione, di reagire, di usare i media piuttosto che essere usato da loro. Sono più i media a rispondere alle richieste del pubblico che viceversa».<sup>89</sup>

### 3.2 I media potenti

Tutta la ricerca sui mass media e sui loro effetti sul pubblico fin dai suoi esordi si è incentrata su due ipotesi di ricerca che hanno visto da un lato i media come persuasori potenti e occulti<sup>90</sup>, in grado di far sentire la propria forza referenziale e conativa su una audience atomizzata, dall'altro il singolo come detentore di una

---

<sup>89</sup> D. McQuail (1989), *Le comunicazioni di massa*, il Mulino, Bologna, pp. 105-106.

<sup>90</sup> V. Packard, (1958), *I persuasori occulti*, Einaudi, Torino.

possibilità di scelta nei confronti dei messaggi mediati in una rivendicazione della sua autonomia decisionale dovuta al suo vissuto relazionale.

Con la comparsa dei mezzi di comunicazione di massa e con la fiducia nel loro potere dovuto alla propaganda bellica<sup>91</sup>, sullo sfondo della visione della società intesa come massa di individui, assistiamo al venire alla luce di una serie di riflessioni volte a comprendere l'influenza dei mass media sul tessuto sociale e contrassegnate dalla convinzione che la comunicazione dei media raggiunga gli individui in maniera uniforme e che uniforme sia la loro risposta agli stimoli ricevuti in quanto essi fanno parte di una folla massificata.

«La società moderna è composta di masse nel senso che «è una vasta massa di individui segregati e isolati, interdipendenti per tutta una varietà di modalità specializzate però privi di qualsiasi valore o scopo centrale e unificante». L'indebolirsi dei legami tradizionali, la crescita di razionalità e la divisione del lavoro hanno creato delle società costituite da individui uniti da legami molto deboli. In questo senso la parola «massa» suggerisce qualcosa di più simile a un aggregato che ad un gruppo sociale strettamente, saldamente legato»<sup>92</sup>.

A queste riflessioni sono stati dati nomi diversi, teoria ipodermica, teoria del proiettile magico oppure teoria della cinghia di trasmissione, ma ogni appellativo chiamava in causa la prevedibilità di una risposta inconsapevole rispetto ad uno stimolo ricevuto.

Queste teorie non erano avallate da evidenze empiriche, ma si basavano su alcuni assiomi fondamentali.

«I postulati sui quali si fonda la teoria ipodermica sono i seguenti:

- a) il pubblico è una massa indifferenziata, all'interno della quale si trovano individui in una condizione di isolamento fisico sociale e culturale;
- b) i messaggi veicolati dai media sono potenti fattori di persuasione, in grado di introdursi all'interno degli individui con le stesse modalità di un «ago ipodermico»;
- c) gli individui sono indifesi di fronte al potere dei mezzi di comunicazione di massa;

---

<sup>91</sup> Nel 1927 Lasswell affermava “Nessun governo poteva sperare di vincere se non aveva dietro di sé una nazione unita e nessun governo l'avrebbe potuto avere se non controllava le menti della sua gente”. Citazione tratta da H. Lasswell (1927), *Propaganda Techniques in the Word War*, Peter Smith, New York, p. 10.

<sup>92</sup> L. Broom, P. Selzenick (1959), *Sociology*, Evanston, Ill., Row, Peterson, p. 38, la citazione all'interno appartiene a K. Young (1949), *Sociology*, New York, American Book, p. 24.

d) i messaggi veicolati sono ricevuti da tutti i membri allo stesso modo.

Come si nota, si ritrovano molti degli elementi propri della teoria della società di massa a partire da quello più significativo dell'isolamento degli individui. Il punto di partenza dal quale muovere per studiare il rapporto tra mezzi di comunicazione di massa e individui si caratterizza per la collocazione di questi ultimi in una sorta di *vacuum* sociale: non vi sono più relazioni familiari, di lavoro, amicizia e vicinato o di quartiere. Gli individui sono davvero soli, privi di reti di protezione, esposti senza scampo agli stimoli esercitati dai media»<sup>93</sup>.

Questa teoria non fece immediati proseliti nell'ambito dell'analisi sociologica, come affermavano Kurt e Gladys Lang definendola "never was"<sup>94</sup>, ma sotto traccia continuò a sopravvivere ovunque venisse accentuata la potenza devastante dei media sull'opinione pubblica.

Nella Germania degli anni '20, in cui già germogliava il seme del pericolo nazionalsocialista, nacque la cosiddetta "scuola di Francoforte" composta da intellettuali che avevano diversi interessi, ma erano accomunati dal recupero del pensiero giovanile di Karl Marx e da riflessioni in merito alla fenomenologia e alla psicanalisi freudiana.

I maggiori esponenti della scuola di Francoforte furono: Max Horkheimer e Theodor Adorno, i quali svilupparono il concetto di "industria culturale", Eric Fromm, che utilizzò il pensiero freudiano per entrare all'interno delle dinamiche familiari che predispongono l'individuo all'accettazione dell'autoritarismo e alla ricerca di un capro espiatorio su cui scaricare la propria aggressività, Walter Benjamin, che come abbiamo visto si interessò all'opera d'arte, e Herbert Marcuse, che formulerà la teoria dell'uomo a una dimensione e sarà un forte critico della società capitalista statunitense.

Secondo Horkheimer e Adorno il fine di una cultura che si è fatta industria è quello di dominare l'individuo manipolandolo attraverso l'offerta di un consumo distratto che lo distolga dalla consapevolezza della qualità della sua vita e del suo possibile senso, immergendolo in un mondo di intrattenimento creato *ad hoc* per condurlo all'adozione dell'ordine sociale dominante in un contesto di finta libera scelta.

---

<sup>93</sup> S. Bentivegna (2003), *Teorie delle comunicazioni di massa*, Laterza, Roma-Bari, pp.11-12.

<sup>94</sup> Cfr. K. Lang, G. Lang (1981), *Mass Communication and Public Opinion: Strategies for Research*, in M. Rosenberg, R. Turner (a cura di), *Social Psychology. Sociological Perspectives*, Basic Books, New York.

Marino Livolsi osserva: «Questo assioma nasce almeno sessant'anni or sono. Autori come Adorno o Horkheimer (i più celebri esponenti della «Scuola di Francoforte») sostenevano, tra l'altro che:

- a) il pubblico di massa è vittima fatale (e senza, apparentemente, nessuna possibilità di reazione significativa) dei processi di manipolazione e sfruttamento che sono gli effetti «normali» dei mass media, controllati da chi ha potere economico e/o politico e si serve delle loro capacità seduttive per diffondere e imporre le proprie posizioni o interessi;
- b) l'efficacia di questi mezzi produce fenomeni di alienazione e falsa coscienza per cui si allentano i legami con le proprie appartenenze di classe sociale: il risultato è che non si hanno più chiare idee sui propri bisogni e interessi, finendo per credere acriticamente a ciò che affermano i mass media;
- c) i mass media esaltano il momento del disimpegno e dell'evasione legittimando, così, indirettamente (non trattando a fondo e imparzialmente le più serie tematiche sociali) i valori e i comportamenti sociali su cui essi insistono fino a farli diventare (apparentemente) gli unici possibili e quelli a cui rifarsi e credere;
- d) i grandi pubblici, anche in mancanza di altri punti di riferimento (come la Chiesa, i Partiti politici, le associazioni, le appartenenze comunitarie ecc.), sono facilmente e fatalmente vittime di strategie di propaganda (dalla politica ai consumi) e di manipolazione del consenso.

I risultati di fondo sono che gli individui perdono la propria soggettività, le proprie radici e appartenenze per diventare anonimi individui che si dissolvono nella massa che non esprime volontà «pensate» o discusse al proprio interno»<sup>95</sup>.

Come sostengono Horkheimer e Adorno in *Dialettica dell'illuminismo*: «Quanto più solide diventano le posizioni dell'industria culturale, e tanto più brutalmente essa può agire con i bisogni del consumatore, produrli, guidarli, disciplinarli, ritirare perfino il divertimento: al progresso culturale non è posto qui alcun limite. Ma questa tendenza è immanente al principio stesso – borghese illuminato – dell'*amusement*. Se il bisogno di *amusement* è stato prodotto, in larga misura, dall'industria, che reclamizzava l'opera col soggetto, l'oleografia con la leccornia riprodotta, e, viceversa, la polvere di budino con la riproduzione del budino, – si può avvertire da sempre, nell'*amusement*

---

<sup>95</sup> M. Livolsi (2003), *Manuale di sociologia della comunicazione*, Laterza, Roma-Bari, p. 181.

la manipolazione commerciale, il *sales talk*, la voce dell'imbonitore da fiera. Ma l'affinità originaria di affari e *amusement* appare nel significato stesso di quest'ultimo: l'apologia della società. Divertirsi significa essere d'accordo. L'*amusement* è possibile solo in quanto si isola e si ottunde dalla totalità del processo sociale, e rinuncia assurdamente – fin dall'inizio – alla pretesa ineluttabile di ogni opera, anche della più insignificante: quella di riflettere, nella sua limitazione, il tutto. Divertirsi significa ogni volta: non doverci pensare, dimenticare il dolore anche là dove viene mostrato. Alla sua base è l'impotenza. È, effettivamente, fuga, ma non, come pretende, fuga dalla cattiva realtà, ma dall'ultimo pensiero di resistenza che la realtà può avere ancora lasciato. La liberazione promessa dall'*amusement* è quella del pensiero come negazione»<sup>96</sup>.

L'individuo che non pensa ma che si immerge nel divertimento, accentuando la logica dominante, diviene un uomo a una dimensione, come ci suggerisce Herbert Marcuse, omogeneizzato nei suoi interessi e nelle sue scelte di vita, condotto per mano, uguale a tanti altri che credono di recitare un proprio copione nel palcoscenico della vita e invece si muovono secondo schemi prestabiliti da altri e si attengono sempre e comunque a una sceneggiatura standardizzata costruita su bisogni indotti che li priva di ogni libertà.

La diversificazione operata da Marcuse tra bisogni veri e bisogni falsi chiarisce come la società repressiva istituisce nuove forme di controllo che manipolano l'individuo sottraendogli ogni spazio di autonomia decisionale: «È possibile distinguere tra bisogni veri e bisogni falsi. I bisogni «falsi» sono quelli che vengono sovrapposti all'individuo da parte di interessi sociali particolari cui preme la sua repressione: sono i bisogni che perpetuano la fatica, l'aggressività, la miseria e l'ingiustizia. Può essere che l'individuo trovi estremo piacere nel soddisfarli, ma questa felicità non è una condizione che debba essere conservata e protetta se serve ad arrestare lo sviluppo della capacità (sua e di altri) di riconoscere la malattia dell'insieme e afferrare le possibilità che si offrono per curarla. Il risultato è pertanto un'euforia del mezzo dell'infelicità. La maggior parte dei bisogni che oggi prevalgono, il bisogno di rilassarsi, di divertirsi, di comportarsi e di consumare in accordo con gli annunci pubblicitari, di amare e odiare ciò che altri amano e odiano, appartengono a questa categoria di falsi

---

<sup>96</sup> M. Horkheimer, T. W. Adorno (1966), *Dialettica dell'illuminismo*, Einaudi, Torino, pp. 155-156.

bisogni. Tali bisogni hanno un contenuto e una funzione sociali che sono determinati da potenze esterne, sulle quali l'individuo non ha alcun controllo; lo sviluppo e la soddisfazione di essi hanno carattere eteronomo. Non importa in quale misura tali bisogni possano essere divenuti quelli propri dell'individuo, riprodotti e rafforzati dalle sue condizioni di esistenza; non importa fino a qual punto egli si identifica con loro, e si ritrova nell'atto di soddisfarli: essi continuano ad essere ciò che erano sin dall'inizio i prodotti di una società i cui interessi dominanti chiedono forme di repressione»<sup>97</sup>.

All'interno dello stesso filone che, prendendo a prestito le parole da Umberto Eco, può essere chiamato apocalittico, si situa la teoria culturologica di Edgar Morin. L'oggetto della sua analisi è la cultura di massa nelle sue caratteristiche e nelle sue conseguenze sull'individuo.

Il prodotto che viene proposto, o meglio imposto, ai soggetti sociali dall'industria culturale, è il risultato della mediazione tra due richieste apparentemente contraddittorie: quella relativa alla standardizzazione e quella relativa all'originalità. Attingendo alla struttura dell'immaginario collettivo, secondo Morin, è possibile creare un prodotto di massa destinato ad un pubblico di massa reso percettivo nei confronti degli stereotipi culturali che nutrono le narrazioni massificate e improntate a un sincretismo che le rende appetibili per una fruizione collettiva: «La ricerca di un pubblico vario implica la ricerca della varietà nell'informazione o nell'immaginario; la ricerca di un grande pubblico implica la ricerca di un denominatore comune. Un settimanale come *Paris-Match* o *Life* tende sistematicamente all'eclettismo: in uno stesso numero coesistono spiritualità ed erotismo, religione, sport, humour, politica, giochi, cinema, viaggi, esplorazione, arte, vita privata di attrici o principesse, ecc. Anche i film standard tendono ad offrire, secondo dosaggi variabili, amore, azioni, humour, erotismo; mescolano contenuti virili (aggressivi) e femminili (sentimentali), temi giovanili e temi adulti. La varietà, nell'ambito di un giornale, di un film, di un programma radiofonico, mira a soddisfare tutti gli interessi e i gusti, in modo da ottenere un massimo di consumi. Questa varietà è al tempo stesso una varietà sistematizzata, *omogeneizzata* (il termine si deve a Dwight MacDonald), secondo delle norme comuni. Lo stile semplice, chiaro, diretto del *rewriting* mira a rendere il messaggio trasparente, a conferirgli una intelligibilità immediata. Il *rewriting* dà uno

---

<sup>97</sup> H. Marcuse (1967), *L'uomo a una dimensione. L'ideologia della società industriale avanzata*, Einaudi, Torino, p. 25.



stile omogeneizzato – uno stile universale – e questa universalità ammantata i contenuti più diversi. [...] L'omogeneizzazione mira a rendere euforicamente assimilabili a un uomo medio ideale i contenuti più differenti. Sincretismo è il termine più adatto a rendere la tendenza a omogeneizzare, sotto un comune denominatore, la diversità dei contenuti»<sup>98</sup>.

La cultura di massa non solo omogeneizza i propri prodotti per andare incontro alle aspettative dell'uomo medio, ma vende anche il divertimento, moltiplica il tempo dello svago e soprattutto diviene modello per la ricerca di una felicità di esistere che supera problemi e conflitti.

La pedagogia del divertimento permea ogni istante della vita degli individui, scardina istituzioni sociali e sistemi normativi, si pone essa stessa come formatrice di orientamenti culturali che invadono la società.

La rappresentazione della vita come ricerca della felicità che può essere inevitabilmente raggiunta trasforma ogni individuo in consumatore di una cultura di massa nei confronti del quale non esiste rimedio alcuno.

Con l'avvento e la diffusione del mezzo televisivo e con la sua presenza pervasiva e capillare nella socialità diffusa riprende vigore la teoria che assegnava ai media un ruolo fortemente condizionante nella vita quotidiana, dopo gli anni in cui si era affermato il paradigma degli effetti limitati che privilegiava nella dinamica comunicativa le reti sociali, all'interno delle quali l'individuo si trova inserito e che erano determinanti nella fruizione dei media. La risposta alla teoria degli effetti limitati è la teoria della "spirale del silenzio" di Elisabeth Noelle Neumann.

Nella formazione dell'opinione pubblica, secondo la ricercatrice tedesca, influiscono in maniera determinante le scelte comunicative dei media che privilegiano la diffusione di determinati messaggi a scapito di altri.

I temi che acquistano, grazie ai media, risonanza semantica presso il pubblico entrano a far parte del tessuto comunicativo quotidiano, si inseriscono come prioritari nelle relazioni interpersonali come argomenti di discussione, e quindi formano l'opinione della maggioranza dei fruitori. I temi ai quali non viene assegnata attenzione comunicativa vengono delegittimati e quindi destinati a una vita clandestina che si consuma all'interno di piccoli gruppi che però sono destinati all'emarginazione.

---

<sup>98</sup> E. Morin (1963), *L'industria culturale*, il Mulino, Bologna, pp. 28-29.

La spirale del silenzio ingloba nascondendole le informazioni dissidenti rispetto al quadro interpretativo della realtà che i media vogliono presentare all'opinione pubblica per formarla in maniera omogenea.

Per timore di essere isolati e quindi marchiati socialmente, gli individui sono portati ad accodarsi alla opinione dominante che li fa sentire sicuri di essere confermati nel giusto. Il mezzo televisivo ha un ruolo fondamentale in questo processo di omologazione dell'opinione pubblica.

La comunicazione televisiva secondo Elisabeth Noelle Neumann presenta due caratteristiche fondamentali: la consonanza e la cumulatività.

La consonanza è la sostanziale indifferenziazione dei messaggi che passano attraverso il medium televisivo: l'omologazione comunicativa crea un panorama valoriale e comportamentale omogeneo che tende a saturare ogni aspettativa di fruizione degli individui.

La cumulatività è l'accumulazione di questi stereotipi in un flusso costante che allaga la vita quotidiana.

Consonanza e cumulatività non permettono alcuna opzione selettiva da parte dei fruitori.

Gli effetti a lungo termine della televisione sono al centro della riflessione delle "teoria della coltivazione" che ha scelto come oggetto di studio il processo semantico che porta alla costruzione di un modello del reale che diviene parte integrante dell'immaginario collettivo.

La televisione opera nella direzione "affabulatoria" e in quella "bardica"<sup>99</sup>, narrando delle storie che, tramite una rivisitazione dell'oralità, sono in grado di appassionare e di suscitare un coinvolgimento emotivo e contribuendo alla edificazione di un linguaggio che offra dei quadri concettuali di riferimento in cui gli individui possano riconoscersi e che trasmetta un modello di identità culturale e sociale che rassicuri.

Coloro che sono assidui frequentatori del mezzo televisivo vengono "coltivati", e quindi sono portati a sostituire la rappresentazione televisiva alla realtà concreta e quindi pensano, giudicano, si comportano secondo stereotipi che non sono frutto della loro esperienza di vita, ma sono desunti dalle narrazioni televisive.

---

<sup>99</sup> Cfr. S. Bentivegna (2003), *op. cit.*

All'interno di questo ampio spettro di teorie che rivendicano il potere dei media sulle scelte di fruitori, trova posto anche una teoria detta dell'«agenda setting», anche se questa ipotesi di lettura degli effetti dei media non postula un rapporto meccanicistico tra i messaggi mediati e i comportamenti dell'opinione pubblica.

«Con la parola «agenda» si intende quindi semplicemente l'elenco (o meglio, l'ordine del giorno) degli argomenti degni di ricevere attenzione. L'effetto di agenda setting (o «impostazione dell'agenda») consiste nel fatto che l'agenda dei media (rilevabile di solito attraverso metodologie di analisi del contenuto) finisce, dopo un certo periodo di tempo, per riflettersi fedelmente nell'agenda del pubblico (rilevabile attraverso indagini campionarie basate su questionari)»<sup>100</sup>.

Tutte le teorie che si rifanno al concetto dei media potenti, al di là della validità o meno della loro visione dei processi mediatici inaugurati dai media elettronici, dimostrano quanto questi ultimi abbiano inciso sul panorama culturale suscitando un intenso dibattito, sulla realtà quotidiana, sul modo di comunicare e sui contenuti della comunicazione.

Con l'ingresso e la successiva diffusione dei media elettronici nel tessuto sociale il modo di vivere e di essere degli individui è mutato, sia nel caso in cui venga riconosciuta la potenza determinante dei media sull'opinione pubblica, sia che si rivendichi alle reti sociali la possibilità di filtrare i messaggi dei media e di riproporli con una significazione aggiunta.

### **3.3 Gli effetti limitati dei media**

Le teorie che si richiamano alla potenza dei media elettronici pongono l'accento sulla loro capacità di condizionare l'opinione pubblica proponendo stereotipi a cui uniformare il proprio comportamento, raccontando storie che creano un universo narrato in grado di assumere i contorni e la forza semantica di un universo reale, delegittimando le opinioni devianti e sancendo la sacralità di quelle dominanti, dettando un'agenda di argomenti su cui accentrare il proprio interesse e su cui discutere nella vita quotidiana.

---

<sup>100</sup> L. Paccagnella (2004), *Sociologia della comunicazione*, il Mulino, Bologna, p. 162.

Le teorie invece che sono fautrici degli effetti limitati dei media focalizzano la loro attenzione sulle reti sociali in cui l'individuo è inserito, reti che lo sottraggono alla sua solitudine comunicativa.

L'individuo nella concretezza della prassi quotidiana non è una monade senza porte né finestre che si aggira nel tessuto sociale privo di rapporti con coloro che gli vivono accanto: egli fa parte di gruppi strutturati e non strutturati, si confronta con gli altri, discute con loro, accetta le opinioni di coloro a cui attribuisce autorevolezza e prestigio.

Se nei primi anni del '900 la teoria dell'ago ipodermico ha avuto il merito di interrogarsi per la prima volta sul rapporto tra mass media e pubblico, negli anni '40 iniziano una serie di studi psicologici e sociologici che superano il meccanicismo che era sotteso alla teoria dell'ago ipodermico e che aprono nuove prospettive nell'analisi dei media e soprattutto sugli effetti dei media nei confronti dei fruitori.

Studi di psicologia, promossi e coordinati da Carl Hovland<sup>101</sup>, postularono che nel rapporto stimolo-risposta di derivazione comportamentista fosse necessario inserire un elemento di mediazione: le variabili intervenienti che erano legate alle caratteristiche psicologiche di ogni singolo individuo e all'orizzonte socio-culturale in cui egli viveva.

Le variabili intervenienti potevano spiegare le diversità delle risposte delle persone sottoposte allo stesso stimolo. I fruitori degli input comunicativi venivano visti non come passivi ricettori, ma come soggetti in grado di operare una selezione dei messaggi.

L'interesse sulla possibilità degli individui di agire in maniera selettiva sui processi di comunicazione di massa fu al centro, in un'ottica sociologica, delle ricerche di Lazarsfeld, Berelson e Gaudet<sup>102</sup> i quali, sulla base della raccolta e dell'interpretazione dei dati relativi alle elezioni presidenziali del 1940, elaborarono la teoria del flusso a due fasi della comunicazione. Come racconta Elihu Katz: «L'analisi del processo di formazione della decisione durante il corso di una campagna elettorale spinge gli autori di «*The People's Choice*» ad avanzare l'ipotesi che il flusso delle comunicazioni

---

<sup>101</sup> Cfr. C. Hovland, A. Lumsdaine, F. Sheffield (1949), *Experiments on mass communication*, Princeton University press, Princeton.

<sup>102</sup> Cfr. P. F. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet (1948), *The People's Choice: The Media in a Political Campaign*, Columbia University Press, New York.

di massa può essere meno diretto di quanto comunemente si creda. A loro avviso le influenze derivanti dai mass-media raggiungono innanzitutto gli «opinion leaders», che, a loro volta ritrasmettono ciò che hanno letto ed ascoltato a coloro con i quali sono continuamente a contatto e per cui essi sono autorevoli»<sup>103</sup>.

Dalle risposte fornite dagli intervistati emergeva l'importanza per la loro scelta elettorale di persone a cui essi attribuivano competenza e a cui veniva ascritta una considerazione maggiore rispetto agli altri. Queste persone, denominate dagli studiosi leader d'opinione, erano in grado di orientare le preferenze dei votanti; questa investitura non era legata al capitale sociale od economico di cui una persona era dotata nella società, ma si basava sul capitale culturale e sul carisma personale che il leader d'opinione possedeva all'interno del proprio gruppo.

Secondo la teoria del flusso a due fasi della comunicazione i mass media non agiscono direttamente sugli individui isolati, privi di legami personali e sociali, ma attraverso la mediazione dei leader d'opinione, persone informate dei fatti, competenti e quindi tenute in considerazione dagli altri, essi hanno il compito di orientare il processo d'interpretazione dei messaggi dei media e di confermare le interpretazioni una volta che abbiano raggiunto il bacino di utenza su cui essi esercitano la propria leadership.

All'interno della prospettiva dello struttural-funzionalismo si iscrive la "teoria degli usi e gratificazioni": il concetto di funzione è la lente attraverso cui vengono studiati i media nella loro capacità di rispondere alle esigenze e alle aspettative degli individui.

«Il comportamento del consumatore è attivo perché razionale, perché nasce sulla base di particolari motivazioni e risponde a degli scopi o, forse meglio, a determinati interessi che vanno soddisfatti nel modo migliore. Non si vede, legge, ascolta solo quello che capita, ma si fanno scelte soggettivamente messe a punto. La scelta, secondo la teoria degli usi e delle gratificazioni, consiste nel leggere-vedere-ascoltare ciò che, in un dato momento, soddisfa certe esigenze (il termine inglese «need», bisogno, è, forse, troppo forte), che nascono sulla base di determinate motivazioni. Esigenze che, se vengono soddisfatte, spingono a comportarsi nello stesso modo nel caso che il soggetto si trovi successivamente in analoghe situazioni»<sup>104</sup>.

---

<sup>103</sup> E. Katz (1969), *Il flusso di comunicazione a due livelli: relazione aggiornata su una ipotesi*, in M. Livolsi, *Comunicazioni e cultura di massa*, Hoepli, Milano, p. 335.

<sup>104</sup> M. Livolsi (2003), *op. cit.*, pp. 227-228.

I bisogni dell'individuo che aspettano di essere gratificati dal consumo mediale sono legati al suo vissuto che deriva dalle esperienze pregresse che attengono alla sua storia personale, alla sua socializzazione primaria e secondaria, al contesto in cui è vissuto, alla memoria di quanto fruito precedentemente attraverso l'uso dei media.

Ci si può rivolgere ai media per informarsi, per venire a contatto con mondi diversi, per essere rassicurati sulle proprie scelte di vita, per proiettarsi in un universo relazionale ricco di possibilità che surroghi il proprio desiderio di creare nuovi rapporti sociali o semplicemente per dilatare il tempo dello svago, arricchendo di stimoli il vivere quotidiano.

L'approccio a una audience non passiva, ma attiva nel processo di selezione dei media da fruire e dei contenuti da cogliere e memorizzare la ritroviamo nella formulazione teorica che sta alla base dei "Cultural studies".

Nella scuola nata presso il Centre for Contemporary Cultural studies dell'università di Birmingham viene sviluppata una lettura originale della dottrina marxista riguardante il rapporto tra struttura e sovrastruttura. Per i "Cultural studies" la cultura non è meccanica emanazione della struttura economica, come sostenuto dall'ortodossia marxista, ma è il prodotto sempre in divenire di un processo relazionale che vede coinvolti più attori, inseriti in un contesto sociale, e dal quale ha origine una attribuzione di senso alla realtà in cui gli attori vivono e operano.

Dal momento che i mass media giocano un ruolo importante nella formazione di un immaginario culturale collettivo e partecipato, i "Cultural studies" orientano la loro ricerca sui meccanismi di produzione delle comunicazioni di massa e sul consumo mediale allo scopo di chiarirne la dinamica e di offrire una analisi antropologica degli usi e dei costumi dei fruitori.

I prodotti mediali vengono studiati dai Cultural studies nel loro essere strumenti di diffusione di un approccio ideologico che tende alla conservazione dell'ordine sociale esistente, ma non vengono considerati come frutto di una strategia nascosta, opera di un unico potere, che manipola l'opinione pubblica senza difesa.

I testi mediali sono testi complessi che si costruiscono in un rapporto dialettico con le istituzioni storico-sociali. Del resto secondo i Cultural studies la cultura dominante nasce da un conflitto tra chi sta al potere e chi lo subisce. Alle classi subalterne viene ascritta la possibilità di negare totalmente quanto viene loro proposto attraverso i

media da parte delle classi dominanti o di rivisitare criticamente il messaggio veicolato dai media e di riproporlo una volta modificato.

Le produzioni dei media non vengono interpretate in maniera univoca: secondo i Cultural Studies proprio nelle diverse letture operate dai fruitori consiste la possibilità per le classi inferiori di dichiarare il proprio orizzonte identitario che è in competizione con quello delle classi dominanti.

Il modello di *encoding-decoding* proposto da Hall<sup>105</sup> fotografa questo processo comunicativo. L'incontro tra la concezione del mondo proposta dal lavoro di messa in codice di uno o più costruttori del messaggio e l'interpretazione da parte dei destinatari che la decodificano dà luogo a tre diverse modalità di lettura: la lettura "preferita", la lettura "negoziata", la lettura "oppositiva".

La lettura preferita è quella che vede emittente e fruitori in accordo sullo stesso codice e sulla stessa visione del mondo, si potrebbe definire lettura ortodossa.

La lettura negoziata, quella più frequente, presuppone la conoscenza da parte dell'utente del codice utilizzato nelle operazioni di encoding e delle proposte culturali dominanti, ma presuppone anche che il fruitore riservi a se stesso il diritto di modificare il messaggio in maniera autonoma.

La lettura oppositiva ha come caratteristica peculiare quella di interpretare in maniera eterodossa la comunicazione proposta dai media. Il destinatario conosce il codice usato, ma deliberatamente gli conferisce un significato opposto a quello che la fonte gli ha assegnato.

«Se la messa in codice rappresenta il momento di espressione del potere dei media con la nozione di «decodifica» i Cultural studies riconoscono al pubblico un ruolo attivo che, seppur asimmetrico rispetto agli emittenti è in grado di condurre la fruizione mediale verso ambiti di significato assolutamente inattesi e imprevisi, talvolta addirittura divergenti da quelli voluti. Gli effetti dei media nascono quindi dall'incontro di *encoding* e *decoding* come il risultato di processi complessi e mai interamente prevedibili»<sup>106</sup>.

---

<sup>105</sup> S. Hall, D. Obson, A. Lowe, P. Willis (1980) (a cura di), *Culture, media, language. Working papers in cultural studies 1972-1979*, Hutchinson, London.

<sup>106</sup> L. Paccagnella (2004), *op. cit.*, p. 120.

Come corollario delle teorie che assegnano al pubblico un suo ruolo nei processi di comunicazione mi sembra interessante ricordare la teoria di Piet Strydom<sup>107</sup> relativa alla “tripla contingenza”.

Egli partendo, da una riflessione sul concetto di doppia contingenza introdotto da Parsons<sup>108</sup> e fatto proprio da Luhmann<sup>109</sup> e Habermas<sup>110</sup>, avanza l’ipotesi che la teoria della doppia contingenza sia insufficiente a dare ragione dei processi relazionali propri della contemporanea società delle comunicazioni.

All’interno del tessuto comunicativo della modernità la crescente differenziazione e la complessa organizzazione hanno come conseguenza il riconoscimento della autorità epistemica del pubblico.

Questa consapevolezza conduce Strydom verso la teorizzazione di un nuovo modello di contingenza che viene definita “tripla contingenza”. Gli attori della doppia contingenza sono ego e alter; è necessario, secondo Strydom, inserire un terzo attore, il pubblico che recepisce i messaggi e li elabora intervenendo nei processi comunicativi.

La relazione duale proposta da Parsons e ripresa da Luhmann e Habermas deve essere superata in quanto nella relazionalità comunicativa entra un terzo elemento che è il pubblico. Alla contingenza di ego e alter, cioè all’imprevedibilità dei risultati del rapporto dialogico deve essere aggiunta una terza contingenza.

Già Luhmann aveva previsto l’importanza del contesto nella relazione comunicativa, ora con Strydom si afferma il ruolo del pubblico come imprescindibile nella logica comunicativa dei sistemi sociali.

Come sostenuto da Séamus Ó Tuama: «some important points connecting ‘double contingency’ and Strydom’s later developments of ‘triple contingency’ are already present in Parsons and Shils’s (1951) discussion on the ‘structure of the interactive relationship’. They acknowledge that while ‘interaction of ego and alter is the most elementary form of social systems’ (105). The recognition that contemporary societies ‘are increasingly assuming the form of communication societies (Strydom 1999:2) forces us to understand the public in a new way. Strydom presents this new role of the

---

<sup>107</sup> P. Strydom, *Triple contingency: the theoretical problem of the public in communication societies*, in *Philosophy Social Criticism*, Sage Publication, vol .25, N. 1, 1999.

<sup>108</sup> T. Parsons, Shils, E. A., (1951) *Towards a General Theory of Action*, Harvard University Press, Cambridge.

<sup>109</sup> N. Luhmann, (1995), *Social Systems*, Stanford University Press, Stanford.

<sup>110</sup> J. Habermas (1990), *Moral Consciousness and Communicative Action*, Polity, Stanford.



public as 'triple contingency', which supercedes the concept of 'double contingency'»<sup>111</sup>.

### 3.4 I media tradizionali e la trasformazione del mondo

Tutte le teorie sugli effetti dei mass media sul pubblico, sia quelle che dichiarano a gran voce la forza condizionante dei media elettronici sul singolo individuo, sia quelle che rivendicano al soggetto la possibilità di operare un processo di selezione sui messaggi e di modificarli nel momento in cui li comunica all'altro da sé, mettono in luce l'importanza di questi nuovi strumenti di comunicazione per la trasformazione della società.

Dopo la loro invenzione e la loro diffusione il tessuto comunicativo è profondamente cambiato, e con lui l'universo relazionale del singolo e dei gruppi sociali.

Si assiste ad un allargamento quantitativo e ad una modificazione qualitativa dei contenuti e degli ambiti della circolazione delle informazioni, alla proposizione di modelli di riferimento che forniscono strumenti di identificazione sociale e alla nascita di grandi narrazioni che entrano a far parte dell'immaginario collettivo e che agiscono come serbatoio di rappresentazioni simboliche metabolizzate dagli utenti dal momento che entrano a far parte del loro vissuto.

Il singolo si trova proiettato in un universo in cui distanze e territori sono rimisurati e rimodellati dai mezzi di comunicazione stessi che entrano nelle case portando frammenti di mondi vicini e lontani che compongono un mosaico di informazioni, suggestioni ed emozioni sconosciute fino ad allora.

J. B. Thompson<sup>112</sup> afferma che i soggetti, nel ricevere i messaggi televisivi, si adattano a coordinate spazio-temporali diverse da quelle che caratterizzano i loro contesti di ricezione e intersecano le coordinate mediate alle strutture spazio temporali della loro quotidianità.

---

<sup>111</sup> S. Ó Tuama (2009), *Rights, Recognition and Contingency: Opening a Discussion on a Right to Have Rights*, in S. Ó Tuama (a cura di) *Critical Turns in Critical Theory. New Directions in Political in Social and Political Thought*, Tauris Academic Studies, London, p. 160.

<sup>112</sup> Cfr. J. B. Thompson (1988), *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, il Mulino, Bologna.

Tutti i media che questa straordinaria epoca di invenzioni ci ha regalato hanno come comune denominatore quello di mutare la percezione dello spazio e del tempo portando voci, immagini, messaggi sonori e iconici in luoghi distanti tra loro e secondo ritmi di tempo velocizzati.

La fotografia ritaglia degli spazi e li consegna all'immortalità: da quel momento in poi lo spazio non è più solo il luogo in cui si manifesta un evento, ma è anche il luogo che è in grado di conservare l'evento accaduto, un meta spazio che incornicia il territorio rappresentato conservandolo per sempre, a patto che se ne abbia cura, e permettendo la sua fruizione a distanza di anni. Se la scrittura preserva i pensieri e le emozioni in segni che devono essere decodificati e che possono essere decodificati a condizione di essere in possesso del codice, la fotografia ci riporta all'istante in cui essa è stata scattata, poiché congela il qui e ora per gli eventuali fruitori annullando così il trascorrere del tempo.

Il cinema narra storie girate altrove. È in grado di alterare spazi e tempi, di tornare indietro non con la rievocazione di un ricordo, ma come se il futuro appena raccontato non fosse ancora. Assembla spazi diversi, li interscambia, avvicina senza soluzioni di continuità spazi chiusi a volte claustrofobici a territori che si aprono sull'infinito. Offre la possibilità allo spettatore di partecipare ad un tempo condensato: presenta lo svolgersi di una vita intera, o di un intreccio di vite in un paio d'ore di programmazione. Come sosteneva Jean Cocteau in un suo celebre aforisma: «La morte non è che un'abolizione dello spazio e del tempo. Questo è anche il fine del cinema». Pochi istanti di fruizione possono trasformarsi in anni di narrazione sullo schermo o lo schermo può dilatare all'infinito singoli atti della vita.

Il telegrafo trasmette notizie a chilometri di distanza, il grammofono magicamente ci ridona le voci dei cantanti non solo del presente, ma anche del passato, ci fa sentire i suoni senza vedere il corpo che li ha prodotti.

Il telefono mette in comunicazione persone lontane: scambiarsi parole non comporta più la vicinanza spaziale, si può discutere, ci si può emozionare, ci si può insultare vicendevolmente a distanza di chilometri. Lo spazio pare, se non annullato, ridotto nella sua pesante e a volte faticosa realtà.

La radio e la televisione non si limitano a permettere il rapporto tra due interlocutori, ma in diretta ci fanno sentire voci narranti che possono provenire da grandi distanze,

ci presentano immagini che fedelmente riportano, sullo schermo piatto della televisione, avvenimenti di cui ci sentiamo protagonisti anche se avvengono lontano da noi, ci fanno immergere in un mondo narrato che allarga i confini della nostra percezione e della nostra immaginazione.

Spazio e tempo diventano così dimensioni soggettivamente vissute, anche se la quotidianità appariva ancora scandita dagli spazi e dai tempi collettivamente esperiti e accettati come elementi normativi del nostro vivere in comune: in questa cornice di apparente normalità i media veicolano contenuti nuovi, modelli di nuove forme associative, nuove modalità di comunicazione con l'altro da sé in una relazione *face to face* o con il mondo.

Il sedimentarsi delle abitudini quotidiane viene modificato inavvertitamente: i media elettronici entrano di prepotenza nei nostri rapporti sociali, nella formazione del nostro processo identitario, nella progettazione del nostro sistema di vita offrendo argomenti di discussione e di elaborazione della realtà, modelli di comportamento, orientamenti culturali.

I contenuti dei media si inseriscono nelle relazioni dialogiche quotidiane: la vita di un mondo narrato si interseca indissolubilmente con la vita reale.

Con la diffusione di tutti i media, in particolar modo della televisione, lo star system tipico del mondo hollywoodiano si allontana dalla sua sideralità e si avvicina alla percezione della gente comune, che attraverso lo schermo televisivo guadagna o sogna di guadagnare il diritto al suo quarto d'ora di celebrità. L'interscambiabilità, anche se fittizia, tra il mondo dei divi e quello quotidiano crea un corto circuito nell'immaginario collettivo per cui i due mondi sembrano convivere nello stesso orizzonte esperienziale.

Aldilà forse degli intendimenti stessi dell'emittente che codifica i messaggi, modelli di comportamento che per anni si erano riproposti e avevano acquisito il marchio della naturalità indiscutibile cambiano con velocità. L'emancipazione femminile, l'ingresso prepotente dei giovani come portatori di centralità e visibilità sociale indipendente, quanto non antagonista, rispetto al mondo degli adulti e come terminali privilegiati delle dinamiche di consumo, l'affermarsi della dignità di nuovi soggetti sociali che reagiscono alla loro emarginazione, la proposizione di più sistemi valoriali dovuti al

venir meno di un'unica fonte di diffusione dei messaggi sono fenomeni sociali che i media elettronici hanno contribuito a supportare.

Attraverso i media si diffonde una sorta di contagio comunicativo che fa viaggiare le notizie velocemente in spazi diversi e lontani trasmettendo informazioni, analisi e interpretazione del reale, nuove costruzioni funzionali, modelli di comportamento e di consumo.

DeFleur e Ball-Rokeach sostengono che «Per capire fino in fondo quanto importante è diventato il sistema dei media, è utile immaginare che cosa potrebbe succedere all'organizzazione della vita personale e sociale se per qualche ragione inesplicabile tutte le forme di comunicazione di massa che abbiamo oggi improvvisamente non ci fossero più. In che modo la gente potrebbe capire il mondo in cui vive, agisce e si diverte se scomparissero tutti i media? In che modo i gruppi e le organizzazioni potrebbero raggiungere i loro scopi di comprensione, azione e svago? In che modo si manterrebbero l'ordine e la stabilità, si verificherebbe il cambiamento, si aprirebbero o chiuderebbero i conflitti interni alle comunità o a tutta la nazione, si realizzerebbero gli adattamenti ad un ambiente in continua trasformazione? E come potremmo mantenere in vita i significati condivisi che rendono possibile la nostra complessa società? Come, in breve, potrebbe sopravvivere la nostra società come la conosciamo?»<sup>113</sup>.

Se è vero che nel processo comunicativo proprio dei media, in particolar modo della televisione, il diritto alla reciprocità del rapporto comunicativo *face to face* viene meno, se non quando il destinatario è oggetto di ricerche di mercato al fine di valutare il gradimento dei testi mediali proposti, e che la comunicazione dei media elettronici è unidirezionale da uno a molti, è anche vero che la pluralità delle emittenti dei messaggi fa sì che ai destinatari giunga una molteplicità di offerte comunicative.

La piazza massmediale, essendo percorsa da più voci, allarga la conoscenza, apre alla sperimentazione di universi sconosciuti, presenta nuove forme di relazionalità sociale che divengono modello per l'interazione quotidiana, fa esperire una nuova dimensione della vicinanza e della lontananza preparando, io credo, all'esperienza partecipativa allargata dell'era digitale.

---

<sup>113</sup> M. L. DeFleur, S. J. Ball-Rokeach (1995), *Teorie delle comunicazioni di massa*, il Mulino, Bologna, pp. 348-349.

## CAPITOLO IV

*In the future, everyone will be world-famous for 15 minutes.*

Andy Warhol

### **Spazio, tempo e identità nella piazza digitale**

La piazza massmediale è caratterizzata da un processo comunicativo verticale che, raggiunti gli individui, attraverso o meno la mediazione dei leader d'opinione, si rifrange in mille rivoli nella relazionalità orizzontale *face to face*, la quale prolunga l'impatto referenziale, conativo e espressivo della comunicazione dei media.

Nella piazza digitale la trasmissione delle informazioni, delle impressioni, delle emozioni non necessita più di una fonte che dall'alto dirige i suoi messaggi qualunque potere essa possa esercitare sui destinatari, ma di un orizzonte inclusivo che comprende ogni individuo che si collega con la rete il quale, all'interno del network, riveste il doppio ruolo di consumatore e di produttore di input comunicativi.

L'analisi della piazza digitale parte dunque dalla nuova funzione che ricoprono gli utenti delle piattaforme digitali per giungere a una riflessione sui social network e sulla loro attività come agenti di trasformazione sociale.

#### **4.1 Origini di un fenomeno**

Per un gioco del destino che spesso si diverte a mescolare le carte e a ribaltare i piani dell'uomo, un medium, a cui vengono attribuiti i caratteri dell'interattività e della

creazione partecipata di un ipertesto in continua evoluzione, è nato ad opera di un progetto finanziato dall'agenzia Advanced Research Project Agency del dipartimento della Difesa del governo statunitense.

La prima rete telematica che collegava tra loro quattro computer collocati in quattro centri universitari negli Stati Uniti D'America venne chiamata Arpanet, dal nome dell'agenzia che ne aveva avviato la sperimentazione.

Come sostiene Patrice Flichy: «È stato spesso affermato che ARPANET, l'antenato della rete delle reti, fu costruita per permettere all'esercito americano di mantenere i collegamenti di comunicazione in caso di attacco sovietico. In realtà, questa rete aveva un obiettivo più modesto: doveva collegare i dipartimenti informatici delle università che lavoravano con ARPA (acronimo di Advanced Research Project Agency) (Edwards, 1996); (Hafner e Lyon, 1996)»<sup>114</sup>.

Nell'immaginario comune un ministero della difesa è portato a proteggere lo stato a cui appartiene e a custodire gelosamente le informazioni di cui è in possesso; in effetti lo scopo dei primi esperimenti di collegamento di elaboratori elettronici erano quelli di potenziare, spartendoli, importanti coefficienti di calcolo, in realtà questo progetto di ricerca diede l'avvio a un fenomeno di rilevanza planetaria che avrebbe modificato per sempre e profondamente la modalità di mettere in comune le conoscenze e di allargare esponenzialmente, e senza possibilità di controllo dall'esterno, l'orizzonte comunicativo.

Non è importante se, come la mitografia continua a raccontare, Internet sia il portato di un'innovazione tecnologica che si è sottratta per virtù propria al controllo dei militari o se, come sostengono alcuni studiosi tra cui Hafner e Lyon<sup>115</sup>, fu l'indipendenza gnoseologica degli scienziati che lavorarono al progetto a garantire la sua proficua diffusione al di là degli scopi per cui era stata progettata; l'importante è evidenziare quelle caratteristiche che possedeva il progenitore di Internet e che resero possibile la sua vocazione all'allargamento del bacino degli utenti.

La caratteristica di Arpanet che la rendeva idonea in un futuro ad una espansione orizzontale era la sua strutturazione circolare, non vi era infatti un vertice da cui si

---

<sup>114</sup> L. A. Lievrouw, S. Livingstone (2007) (a cura di), *Capire i New Media. Culture, comunicazione, innovazione tecnologica e istituzioni sociali*, edizione italiana a cura di G. Boccia Artieri, L. Paccagnella, F. Pasquali, Hoepli, Milano, p. 175.

<sup>115</sup> Cfr. K. Hafner, M. Lyon (1998), *La storia del futuro: le origini di internet*, Feltrinelli, Milano.

dipanavano tutte le informazioni, ma più poli che potevano collegarsi tra di loro ognuno dei quali titolare di una pari dignità informatica e di un'autosufficienza tecnologica.

Le tappe del cammino per l'affermarsi di Internet furono il mutamento della funzione della rete che da strumento di calcolo divenne strumento di comunicazione, la nascita di nuove reti come Usenet, Bitnet, Nsfnet, ma soprattutto il passaggio da sistemi operativi separati gli uni dagli altri e utilizzabili solo da parte di utenti esperti alla crescente omologazione delle modalità comunicative che venivano scientemente onorate da tutti i fruitori che da neofiti, più o meno timidamente, iniziavano a frequentare il mondo della rete.

L'acquisizione e l'utilizzazione di un comune linguaggio comunicativo fu lo strumento principale per la diffusione di Internet che progressivamente si allarga ad un numero sempre maggiore di utenti.

Possedere lo stesso codice e avvalersi della sua grammatica e della sua sintassi vuol dire usufruire di un mezzo comune per mettersi in relazione con l'altro da sé, per instaurare rapporti con chi è vicino e con chi è lontano e quindi per soddisfare un'esigenza inalienabile della natura umana, quella di aprirsi alla comunicazione.

Aristotele nella sua *Politica* sostiene che l'uomo è un animale sociale; e come tale ha la necessità di comunicare con i suoi simili per costruire insieme una società in cui ognuno si sente membro effettivo del suo farsi: la *res publica* è la costruzione comune di un tessuto sociale in cui la comunicazione si attua come condivisione e partecipazione.

Gli strumenti del comunicare sono appunto i mezzi che consentono all'uomo di costruire un universo di relazionalità collettiva; la loro evoluzione è la storia delle modalità con cui l'individuo ha edificato la sua identità come animale sociale.

Le manifestazioni del suo pensiero, dei suoi desideri, delle sue emozioni hanno avuto come veicolo quegli strumenti che egli stesso ha inventato per raggiungere in maniera sempre più efficace dapprima chi condivideva il suo spazio comunicativo e il tempo della trasmissione dei suoi messaggi e poi via via anche coloro che gli erano spazialmente e temporalmente lontani.

I passi che l'uomo ha compiuto per dilatare il suo orizzonte comunicativo di riferimento si sono concretizzati attraverso la parola parlata, la parola scritta, le

immagini, i suoni, le narrazioni che i media elettronici intrecciano per rappresentare realtà e finzione e infine attraverso Internet, un medium digitale che utilizza tutti questi linguaggi riservando all'utente il ruolo attivo e creativo di produttore, consumatore e comunicatore.

## 4.2 I media digitali: rivoluzione ed evoluzione

Con l'era digitale nasce una nuova piazza, in cui la comunicazione non è più solo da uno a molti in una logica monodirezionale definita *broadcasting* (in cui si concepisce una fonte che emette informazioni ad una massa indistinta identificabile come pubblico), ma da molti a molti o da pochi a pochi, in una logica di condivisione semantica.

Tradizionalmente il termine *broadcasting* è stato considerato come la peculiarità caratterizzante i media analogici ed elettrici<sup>116</sup>, andando a rappresentare non solo una modalità di comunicazione, ma anche un approccio socioculturale che sottintende un sistema di diffusione istituzionalizzato di informazione, idee e modelli culturali.

Se sul *broadcasting* c'è un sostanziale accordo da parte degli studiosi di comunicazione, per quanto riguarda il termine che meglio definisce la modalità comunicative delle nuove tecnologie esistono diverse nomenclature: a fianco del termine *narrowcasting*, cioè un sistema di comunicazione fondato sulla condivisione di contenuti che, presenti nel web, sono ricercati e condivisi da pubblici settoriali e interagenti, sono stati usati i termini *webcasting*<sup>117</sup> che individua una modalità di trasmissione di contenuti che richiama il *broadcasting* attraverso le reti digitali, *datacasting*<sup>118</sup> che evidenzia la rilevanza della emissione continua dei dati in questi processi di comunicazione e *socialcasting*<sup>119</sup>.

A tal proposito Bennato scrive «oggi se si volesse dare una definizione in grado di comprendere la componente trasmissiva e quella simbolica della comunicazione internet contemporanea si potrebbe usare il termine *socialcasting*. Sia ben chiaro: non

---

<sup>116</sup> Cfr. J. B. Thompson, *op. cit.* e M. L. DeFleur, S. J. Ball-Rokeach, *op. cit.*

<sup>117</sup> Cfr. J. Whittaker (2004), *The Cyberspace Handbook*, Routledge, Londra.

<sup>118</sup> Cfr. N. Negroponte (1999), *Essere digitali*, Sperling&Kupfer, Milano.

<sup>119</sup> Cfr. D. Bennato (2011), *Sociologia dei media digitali*, Laterza, Roma-Bari.



vogliamo proporre un neologismo a tutti i costi. L'obiettivo è invece vedere quali componenti dell'attuale web partecipativo possono essere descritte in continuità con concetti istituzionalizzati come broadcasting/narrowcasting. Quindi la domanda corretta diventa: quali sono le caratteristiche che rendono il socialcasting una forma culturale in grado di rendere conto della commistione tecnologica, culturale e sociale dell'attuale web partecipativo?[...] La scelta di questo termine deve essere considerata anche una strategia retorica per cercare di evidenziare come il processo di comunicazione del web partecipativo può essere inscritto all'interno di un lungo tragitto percorso dai media (elettrici prima, elettronici poi), che nelle loro strategie di distribuzione (*casting*) inizialmente si sono rivolti a pubblici ampi (*broad*), poi a pubblici ristretti (*narrow*), arrivando ai pubblici della rete (*web*) e infine ai pubblici avvezzi alla condivisione e alla collaborazione»<sup>120</sup>.

Nella piazza digitale tutti si possono incontrare con tutti, non ci sono limiti allo scambio delle informazioni e delle emozioni, quella "spirale del silenzio"<sup>121</sup>, che, secondo Elisabeth Noelle Neumann, ingloba ogni proposta alternativa a cui viene negato il diritto di cittadinanza, sia nei media che nelle comunicazioni interpersonali, forse si dissolve, o almeno si attenua, in quanto le tecnologie medialie permettono agli utenti di diventare promotori di messaggi e quindi di agire in prima persona nel tessuto comunicativo in divenire.

All'apparire della civiltà digitale ci si è interrogati sul rapporto fra i media elettronici e i media digitali, sull'eventuale superamento dei secondi rispetto ai primi o su una loro compresenza e interrelazionalità semantica nel mercato comunicativo globale.

Secondo Nicholas Negroponte<sup>122</sup> con l'ingresso dei computer nella nostra vita quotidiana i mezzi di comunicazione di massa si sono trasformati a poco a poco in mezzi di comunicazione personalizzati a due vie. L'informazione non è più comunicata a potenziali consumatori isolati e impossibilitati a rispondere, ma sono gli utenti stessi a crearsi le specifiche informazioni di cui hanno bisogno. Secondo il paradigma digitale di Negroponte i nuovi media interattivi avrebbero scalzato i vecchi media passivi che sarebbero stati completamente assorbiti nell'orbita delle tecnologie emergenti.

---

<sup>120</sup> D. Bennato, *op. cit.*, pp. 6-7.

<sup>121</sup> Cfr. capitolo 3.

<sup>122</sup> N. Negroponte, *op. cit.*

Ora con l'informatica che non riguarda più un solo computer, ma che diventa, come dice Negroponte, uno stile di vita, il destinatario dei messaggi non solo sceglie ciò che soddisfa i suoi interessi, ma si trasforma in produttore di messaggi, entra nel circuito della comunicazione da protagonista.

Henry Jenkins, nel suo saggio *Cultura convergente*, propone un nuovo paradigma, che definisce paradigma della convergenza: «Per “convergenza” intendo il flusso dei contenuti su più piattaforme, la cooperazione fra più settori dell'industria dei media e il migrare del pubblico alla ricerca continua di nuove esperienze di intrattenimento. “Convergenza” è una parola che tenta di descrivere i cambiamenti sociali, culturali, industriali e tecnologici portati da chi comunica e da ciò che pensa di quello di cui parla»<sup>123</sup>.

Nel mondo della convergenza mediatica secondo Jenkins i consumatori potranno recitare un ruolo attivo nella dinamica della comunicazione, come sostiene anche Negroponte, ma al contrario di Negroponte egli non pensa che i media digitali distruggeranno i media tradizionali, ma che, come ogni nuovo strumento di comunicazione del passato si è inserito nel panorama comunicativo esistente e lo ha mutato senza cancellare i media precedenti, così il digitale vivrà accanto all'analogico, interagirà con lui, creerà nuove modalità sempre più articolate di comunicazione.

Secondo Jenkins nel panorama mediatico contemporaneo vecchi e nuovi media si incrociano e il potere dei produttori e quello dei consumatori interagiscono in modi imprevedibili.

Jenkins, nella sua analisi, individua tre concetti fondamentali per delineare lo scenario rappresentato dall'ingresso dei nuovi media nel contesto comunicativo: convergenza mediatica, cultura partecipativa e intelligenza collettiva.

Secondo il paradigma della convergenza i consumatori sono stimolati a ricercare nuove informazioni e a attivare connessioni tra contenuti mediatici differenti: ogni storia importante viene raccontata, ogni marchio viene venduto e ogni consumatore viene corteggiato attraverso le molteplici piattaforme mediatiche.

L'espressione “cultura partecipativa” indica per Jenkins il diverso rapporto che si instaura tra fonte e destinatario con l'ingresso dei media digitali nel mondo della

---

<sup>123</sup> H. Jenkins (2007), *Cultura convergente*, Apogeo, Milano, p. XXV.

comunicazione: anziché parlare di produttori e consumatori come se occupassero ruoli diversi, oggi si può considerarli come interagenti.

Questa interazione non avviene tra le attrezzature dei media, per quanto sofisticate queste possono essere, ma nei cervelli dei singoli consumatori nonché nei loro reciproci rapporti sociali.

I consumatori, visto che hanno a disposizione su qualsiasi tema più dati di quelli che ognuno di loro può immagazzinare da solo, sono incentivati a parlare con altri consumatori dei media di cui fruiscono.

Il consumo si trasforma così in un processo collettivo. A questo processo collettivo Jenkins dà il nome di “intelligenza collettiva”, utilizzando il termine coniato da Pierre Lévy<sup>124</sup>: «nessuno di noi sa tutto; ognuno di noi sa qualcosa; possiamo mettere insieme i pezzi se uniamo le nostre conoscenze e capacità. L'intelligenza collettiva può essere vista come una fonte alternativa di potere mediatico»<sup>125</sup>.

Stiamo imparando, secondo Jenkins, a usare questo potere attraverso le interazioni quotidiane all'interno della cultura convergente; e questo accade perché tutto viaggia sul web: «i mercati sono conversazioni»<sup>126</sup> come afferma Levine in una delle tesi alla base del “Cluetrain Manifesto”.

«La convergenza richiede ai media di ripensare i vecchi concetti di consumo che hanno plasmato i processi decisionali di programmazione e di marketing. Se i vecchi consumatori erano considerati soggetti passivi, i nuovi invece sono attivi. Se i vecchi erano prevedibili e stanziali, i nuovi sono nomadi e sempre meno inclini alla fedeltà verso i *network*. Se i vecchi consumatori erano individui isolati, i nuovi sono più connessi socialmente. Se il lavoro dei vecchi consumatori era silenzioso e invisibile, quello dei nuovi è rumoroso e pubblico»<sup>127</sup>.

Il nuovo ruolo ricoperto dai consumatori dei messaggi dei media che riscoprono la possibilità di far sentire la propria voce, come nella comunicazione orale, di commentare in un dibattito che corre sulla rete ogni osservazione che accenda il loro interesse e che meriti una loro replica, di riscrivere testi in una partecipazione

---

<sup>124</sup> P. Lévy (2002), *L'intelligenza collettiva. Per una antropologia del cyberspazio*, Feltrinelli, Milano.

<sup>125</sup> H. Jenkins (2007), *op. cit.*, p. XXVI.

<sup>126</sup> R. Levine, C. Locke, D. Searls e D. Weinberger (2001), *Cluetrain manifesto*, Fazi editore, Roma, p. 28.

<sup>127</sup> H. Jenkins, *op. cit.*, p. XLII.

collettiva, viene declinato dagli studiosi di comunicazione evidenziandone gli aspetti peculiari.

Come sostiene O'Reilly la diffusione delle infrastrutture digitali, da lui definite Web 2.0<sup>128</sup>, e i cosiddetti social network hanno modificato la modalità di utilizzo della rete aprendo nuovi scenari fondati sulla compresenza nell'utente della possibilità di fruire e di creare/modificare i contenuti multimediali.

Quello che nasce con il Web 2.0 è un testo in divenire.

Il libro inteso come supporto cartaceo tradizionale gode del crisma dell'inviolabilità, il lettore può glossarlo, interpretarlo, farlo suo ma non può modificarlo pena la perdita della sua identità come libro e della sua certificazione come opera di uno o più autori universalmente riconosciuti come tali. Nell'ambito della parola scritta un libro trasformato non è più quello che era: ha assunto una nuova forma e quindi anche un nuovo contenuto.

Nel contesto del Web 2.0 non trova cittadinanza il concetto di inviolabilità: ogni testo nasce per essere modificato, come sostiene Lawrence Lessig siamo oggi di fronte ad una cultura basata sul remix<sup>129</sup>.

Con l'affermarsi del Web 2.0 assistiamo al passaggio da un web per così dire statico ad uno dinamico, da una rete informale a una rete relazionale.

La diffusione globale dei social network sites, da Myspace a Facebook, da Twitter ad Instagram solo per citarne alcuni, pone al centro dell'attenzione il concetto di rete sociale: ogni utente ha la possibilità di pubblicare e condividere contenuti di vario tipo, testo, video, audio, con un singolo individuo, un gruppo ristretto o il mondo intero.

L'accesso alla possibilità di manifestare le proprie esigenze e di trovarvi risposta, di conoscere, interagire, esprimere se stessi e le proprie opinioni diviene centrale nella vita sociale di un individuo che impara a condividere ciò che ha e ciò di cui ha bisogno.

Lo stesso concetto di proprietà muta: non è più importante possedere fisicamente o intellettualmente un bene, ma scambiare questo bene nel momento in cui si palesa la necessità di utilizzarlo.

---

<sup>128</sup> T. O'Reilly (2005), *Che cos'è Web 2.0? Design Patterns e Modelli di Business per la Prossima Generazione di Software*, <http://www.xyz.reply.it/web20/>.

<sup>129</sup> L. Lessig (2009), *Remix. Il futuro del copyright (e delle nuove generazioni)*, Etas, Milano.

Secondo Jeremy Rifkin questo è un portato della creazione delle reti digitali: «Nella nuova era, i mercati stanno cedendo il passo alle reti, e la proprietà è progressivamente sostituita dall'accesso»<sup>130</sup> e ancora «L'era dell'accesso, dunque, è governata da un insieme completamente nuovo di assunti economici del tutto diverso da quello che ha dominato l'era del mercato. Nel nuovo mondo i mercati cedono il posto alle reti, i venditori e i compratori ai fornitori e agli utenti e il godimento di qualunque bene si può ottenere attraverso l'accesso»<sup>131</sup>.

Con Joi Ito possiamo dire che attraverso questi network oggi è possibile parlare di una "economia della condivisione" e di una "democrazia emergente"<sup>132</sup> in quanto ad ogni utente è dato andare alla ricerca nel vastissimo oceano delle offerte comunicative di quelle che vanno incontro alle sue aspettative gnoseologiche, emozionali, ludiche e pratiche, di contare nel momento in cui opera la sua scelta discrezionale.

Un'esemplificazione della rivoluzione democratica del Web 2.0 è rappresentata da quella evoluzione dei mercati consentita da Internet e dalle nuove tecnologie che hanno creato una serie enorme di nicchie nell'economia tradizionale: da un mercato di massa si passa ad una "massa di mercati" come sostiene Chris Anderson nella sua teoria della Coda Lunga<sup>133</sup>.

Nell'universo elettronico le proposte che per l'industria musicale erano destinate ad avere successo godevano di spazi privilegiati nei media, come i libri a cui veniva ascritto di principio il futuro ruolo di best sellers trovavano una collocazione strategica negli scaffali delle librerie; oggi la libera circolazione delle idee, della musica, dei testi fa sì che ad ogni proposta culturale corrisponda un luogo nel digitale in cui essa può essere scovata e conosciuta. Ogni prodotto nelle sue variazioni può avere una coda lunga, persino come dice Anderson le farine: ci sono degustatori di specifiche farine che le vanno a cercare, nessuna farina è a vendita zero, anche se vi sono indubbiamente quelle che riscuotono maggior successo.

«Sia come sia, la maggior parte di noi vuole qualcosa di più. Il gusto di ciascuno devia dal mainstream, a un certo punto più esploriamo le alternative, più ne siamo attratti. Sfortunatamente, fino ad anni recenti, quelle alternative erano relegate ai

---

<sup>130</sup> J. Rifkin (2001), *L'era dell'accesso. La rivoluzione della new economy*, Mondadori, Milano, p.6

<sup>131</sup> Ibidem, p. 9.

<sup>132</sup> Fonte: [joi.ito.com](http://joi.ito.com) e [joi.ito.com/static/emergentdemocracy.html](http://joi.ito.com/static/emergentdemocracy.html).

<sup>133</sup> C. Anderson (2007), *La coda lunga. Da un mercato di massa a una massa di mercati*, Codice, Torino.

marginari da potenti veicoli di marketing, costruiti da industrie che di quei veicoli avevano un disperato bisogno. L'economia incentrata sugli Hit [...] è la creazione di un'epoca in cui semplicemente mancava lo spazio per offrire tutto a tutti: non abbastanza scaffali per contenere tutti i cd, dvd e videogiochi prodotti; non abbastanza schermi per proiettare tutti i film disponibili; non abbastanza canali per trasmettere tutti i programmi televisivi; non abbastanza onde radio per diffondere tutta la musica creata e meno che mai abbastanza ore in un giorno per trarre tutto il possibile da uno di questi spazi. Questo è il mondo della *scarsità*. Ora, con la distribuzione e la vendita online, stiamo entrando nel mondo dell'*abbondanza* e le differenze sono profonde. Questa è la *coda lunga*»<sup>134</sup>.

Questa evoluzione del panorama mediatico globale, attraverso la pervasiva diffusione delle reti relazionali digitali, riafferma la validità del concetto di *prosumer* (**producer+consumer**), già ipotizzata da Alvin Toffler<sup>135</sup> nel 1980, cioè di un consumatore che prende parte attiva al processo di produzione con la sua attività sia essa di tipo materiale che di tipo simbolico.

Con una visione anticipatrice del futuro Toffler prevedeva, dopo la prima ondata che ha modificato il mondo e il posto dell'uomo nel mondo attraverso la rivoluzione agricola e dopo una seconda ondata generata dall'affermazione del modello di produzione industriale, una terza ondata che, egli profetizzava, avrebbe portato cambiamenti epocali, fra cui la fine della contrapposizione tradizionale tra produttori e consumatori: «E soprattutto [...] la civiltà della Terza Ondata inizia a far cadere la storica separazione tra produttore e consumatore, dando origine all'economia del *prosumer* di domani. Per questa ragione potrebbe, fra le tante – e con un po' di intelligente aiuto da parte nostra – rivelarsi la prima civiltà veramente umana della storia»<sup>136</sup>.

Nell'analisi di George Ritzer sui nuovi processi di produzione e consumo viene chiarita la dinamica della *prosumption* nella società postmoderna e la sua congruenza con la rete e gli strumenti offerti dal Web 2.0.

La figura del *prosumer* non nasce con la società contemporanea, ma trova nel *prosumerismo* digitale una delle sue affermazioni più intriganti a tal punto che Ritzer si

---

<sup>134</sup> C. Anderson, *op. cit.*, p. 10.

<sup>135</sup> A. Toffler (1987), *La Terza Ondata*, Sperling & Kupfer, Milano.

<sup>136</sup> *Ibidem* p. 13.

pone la domanda se con esso non nasca una nuova forma di capitalismo: «A “paradigm shift” seems to be underway in thinking about the economy. It involves a movement away from thinking about separable and distinct producers and consumers and toward more of a focus on prosumers, or those who are simultaneously involved in both production and consumption»<sup>137</sup>.

Con l'espansione del Web 2.0 si espande anche la concezione della libertà dell'accesso all'informazione e alla condivisione. Gli utenti che si incontrano nella rete liberamente scambiano ciò che conoscono o ciò che hanno con altri che offrono conoscenze od oggetti, beni o servizi di cui essi vanno alla ricerca: «While capitalistic organizations seek, by definition, to make a profit, they are opposed in this by the cyber-libertarian ethic which is not only about individual freedom on the Internet, but is also very much concerned with making much of what is found on Web 2.0, especially information, free of charge and universally accessible (Levy, 1984). Cyber-libertarianism is the backbone of the open-source movement, and provides the ideological underpinning for the development and proliferation of non-profit web-browsers (Mozilla's Firefox as opposed to the for-profit Microsoft Internet Explorer), operating systems (Linux versus the for-profit Apple OSX or Microsoft's Windows), encyclopedias (Wikipedia versus the for-profit Encyclopedia Britannica), and so on. As a result of the existence and success of these non-profit entities, and more generally of cyber-libertarianism, users increasingly expect that what is on the Internet be made available free of charge. Obviously, such a notion and reality are anathema to capitalism, at least in its traditional form»<sup>138</sup>.

Che con il prosumerismo digitale si inauguri o meno una nuova forma di capitalismo, è certo che le aziende produttrici di beni devono tener conto dei social media in cui i consumatori si confrontano per testare la validità delle offerte e quindi decretarne il successo: se vogliono competere sul mercato o meglio sulla massa di mercati i produttori devono entrare nel web 2.0 per rivolgersi direttamente a quei consumatori che possono essere interessati ai loro prodotti.

---

<sup>137</sup> G. Ritzer (2009), *Focusing on the Prosumer: On Correcting an Error in the History of Social Theory*, in «Prosumer Revisited», n. 1, pp. 13-36.

<sup>138</sup> G. Ritzer, N. Jurgenson (2009), *Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital “Prosumer”*, in «Journal of Consumer Culture», Volume10, March 2010, pp. 13-36.

Come sostiene Alessandro Prunesti in *Social media e comunicazione di marketing*: «Il web 2.0 può essere utilizzato per sviluppare la *social customer relationship management*, utilizzando i social media per creare vere e proprie occasioni di dialogo diretto tra i clienti e l'impresa. La realizzazione di iniziative del genere è importante perché il cliente che usa i social network non ama conversare con i propri fornitori in maniera tradizionale ed è refrattario alle strategie di marketing classiche. Ha scoperto il valore relazionale del web 2.0 e vorrebbe poterlo utilizzare anche nelle relazioni commerciali, nel supporto tecnico e nelle attività di selezione dei nuovi prodotti dei quali può avere bisogno. Quando è a caccia di un prodotto si collega sempre più raramente al sito dell'azienda che lo produce, ma preferisce entrare in un blog o in un social network per chiedere consigli alle persone di cui si fida»<sup>139</sup>.

L'online, sia che venga usato da coloro che condividono l'ideologia libertaria del Cyber-libertarianism, movimento definito significativamente da Kelly *socialismo digitale*<sup>140</sup>, sia che divenga luogo di elezione per internauti de-ideologizzati, si pone comunque come spazio di libertà in cui è possibile scambiarsi opinioni, serie o facete, narrazioni intime di vita o di finzione, emozioni, informazioni, affinità interattive e ludiche da parte di chi cerca possibili stakeholders con cui condividere le sue passioni e le sue proposte esistenziali e culturali.

Il prosumer culturale mette in comunione con gli altri le sue conoscenze e cerca possibili interlocutori dando vita a gruppi strutturati secondo logiche che Michel Maffesoli e Bernard Cova definirebbero neo tribali, in quanto non collocate specificamente in uno spazio tempo preciso, ma dense di un elevato valore emotivo e relazionale.

«Una tribù, nel senso postmoderno del termine (o "neotribù", perché è molto diversa dalla definizione antropologica; Cova, 2003), costituisce un insieme di individui non necessariamente omogenei fra loro (in termini di caratteristiche sociali oggettive), ma interrelati mediante un'identica soggettività, affettività o etica, e capaci di svolgere azioni microsociale vissute intensamente benché effimere»<sup>141</sup>.

---

<sup>139</sup> A. Prunesti (2010), *Social media e comunicazione di marketing*, FrancoAngeli, Milano, pp. 132-133.

<sup>140</sup> K. Kelly, (2009), *The New Socialism: Global Collectivist Society Is Coming Online*, Wired. May 22. [http://www.wired.com/culture/culturereviews/magazine/17-06/nep\\_newsocialism](http://www.wired.com/culture/culturereviews/magazine/17-06/nep_newsocialism) (Accessed August 28, 2009).

<sup>141</sup> B. Cova, A. Giordano, M. Pallera (2007), *Marketing non convenzionale*, Il Sole 24 Ore, Milano, pp.14-15.



Le tribù territoriali “premoderne”<sup>142</sup> hanno confini circoscritti, afferiscono a uno spazio delimitato, sottopongono i nuovi adepti a riti di iniziazione giocosi o crudeli, non permettono trasgressioni dalle norme accettate e condivise, pena l’esclusione del gruppo di riferimento che è coeso, fondato su una logica che si ispira ad una *conventio ad excludendum* rispetto a coloro che non ne fanno parte e che sono percepiti sempre come estranei, e a volte come nemici.

Le neo tribù che trovano nella rete il loro terreno di affermazione e costituzione sono aperte al contributo di nuovi affiliati, accettano incursioni nel loro spazio comunicativo, tollerano opinioni contraddittorie, giocano con il conflitto semantico, includono chi vi accede senza chiedere fedeltà assoluta.

Il richiamo ad unirsi ad una neo tribù digitale trova terreno fertile nel desiderio di radicarsi in un gruppo che condivide le stesse passioni senza pretendere un coinvolgimento totale che escluda ogni altra esperienza relazionale. Si sta insieme per godere della vicinanza nel gioco, nel divertimento, nelle discussioni, nel mettere in comune emozioni, nel raffrontarsi reciproco all’interno di una trama condivisa, per sperimentare, prendendo a prestito le parole di Michel Maffesoli «[...] il tenersi caldo, il sostenersi a vicenda, lo stringersi agli altri»<sup>143</sup>.

Il desiderio di inserirsi all’interno di una tribù postmoderna risponde all’esigenza di sentirsi parte di un tutto affettivamente orientato, anche se questo tutto è mobile, non strutturato, e disponibile alla comunicazione con l’esterno. Come sostiene Bernard Cova la tribù è «un evento cristallizzato, è effervescenza sociale, più che un oggetto socioeconomico ben definito: un’aggregazione momentanea, emotivamente galvanizzata, fra persone che sono dissimili a priori. Non è mai un oggetto chiuso, ma un sistema aperto: ne fa parte tutto e niente»<sup>144</sup>. L’apertura verso nuove adesioni, la possibilità continua del formarsi dello scindersi e del riformarsi delle neo-tribù in un percorso evolutivo mai dato si ritrovano sia nella concretezza dello spazio quotidiano, sia nella virtualità dello spazio digitale: «Il noi neotribale è nel contempo sia locale e

---

<sup>142</sup> Cfr. M. Maffesoli (2004), *Il tempo delle tribù. Il declino dell’individualismo nelle società postmoderne*, Angelo Guerini e Associati, Milano.

<sup>143</sup> Ibidem, p. 47

<sup>144</sup> B. Cova (2003), *Il marketing tribale. Legame, comunità, autenticità come valori del Marketing Mediterraneo*, Milano, Il Sole 24 ORE, p. 51.

tangibile (interazioni fra alcuni individui), sia globale e intangibile (senso di partecipazione ad un tutto immaginario)»<sup>145</sup>.

Ogni componente del gruppo neo-tribale si inserisce in un percorso di senso insieme con gli altri membri del gruppo, ma mantiene anche relazioni semantiche con singoli e/o con gruppi che, pur non facendo parte della comunità di affezione cui egli appartiene, usufruiscono delle stesse piattaforme digitali.

Una tecnologia che permette una relazionalità intersoggettiva che si obiettiva in una dimensione spazio-temporale relativistica, che crea comunità semantiche tra persone lontane che percepiscono di far parte di un gruppo anche se vivono e operano in contesti diversi, non è solo uno strumento di comunicazione, ma è anche un campo in cui gli stessi utenti sperimentano le loro capacità innovative rielaborando e ridefinendo la tecnologia stessa.

Come afferma Manuel Castells: «Le nuove tecnologie dell'informazione non sono semplicemente strumenti da applicare, ma processi da sviluppare. Chi utilizza e chi produce sono spesso la stessa persona»<sup>146</sup>.

L'informazione quindi rappresenta un valore aggiunto per la sua capacità d'influenzare la tecnologia, e la rielaborazione esercitata dagli utenti sulla tecnologia stessa produce come conseguenza uno stretto rapporto tra i processi sociali di creazione e manipolazione dei simboli e la capacità produrre ed erogare beni e servizi, cioè tra la cultura della società e le forze produttive: «La peculiarità della rivoluzione tecnologica attuale consiste non nella centralità della conoscenza e della informazione, ma nell'applicazione della conoscenza e della informazione a dispositivi per la generazione della conoscenza e per l'elaborazione/comunicazione dell'informazione, in un ciclo di feedback cumulativo tra innovazione e usi dell'innovazione»<sup>147</sup>.

La “coda lunga” di coloro che utilizzano tali infrastrutture ha la possibilità di allungarsi sempre di più: coloro che la costituiscono non si sentono passivi ricettori di scelte comunicative compiute da altri, ma soggetti attivi che praticano l’“universalismo della differenza”<sup>148</sup> in quanto ciascuno è chiamato a entrare a far parte di un progetto

---

<sup>145</sup>Ibidem, p. 21.

<sup>146</sup>M. Castells (2002a), *La nascita della società in rete*, Egea, Milano, p. 32.

<sup>147</sup>Ibidem.

<sup>148</sup>G. Marramao (2008), *La passione del presente. Breve lessico della modernità-mondo*, Bollati Boringhieri, Torino.

semantico che, almeno di diritto, prevede l'affermazione di ogni differenza e di ogni individualità e che quindi è un portato dell'azione sociale di ogni singolo utente.

Il mondo vitale degli internauti che navigano sul web 2.0 si colora di ottimismo: tutti pensano di entrare a far parte di un percorso partecipativo in cui a nessuno sia negato il diritto di parola e di replica e in cui ognuno si sente protagonista di una progettualità collettiva in divenire.

Nell'immaginario collettivo degli utenti di Internet si crea così la rappresentazione di una forma digitale che permette una perfetta comunicazione autenticamente paritetica.

Non tutti sono d'accordo con questa ipotesi: a fianco di chi è portatore di una visione del digitale come occasione di libertà comunicativa che realizza pienamente le esigenze del singolo vi è chi intravede nella comunicazione digitale pericoli di spersonalizzazione e di alienazione dal reale.

Quello che non possono disconoscere i nuovi apocalittici è che attraverso la rivoluzione digitale viene creato un universo di conoscenze e di emozioni condivise che non può non avere ricadute sul mondo vitale degli utenti e di chi quotidianamente instaura con loro un rapporto di vicinanza reale o virtuale.

La condivisione digitale comporta una partecipazione diretta ad una esperienza di senso che si fa attraverso una produzione collettiva di forme simboliche, di significati, di contenuti: mettere in comune questa conoscenza partecipata fa sì che essa appartenga a tutti perché viene generata e ri-mediata collettivamente, come sostiene Borrelli<sup>149</sup>.

L'autrice americana danah boyd sostiene che i rapporti sociali che si stabiliscono tra i fruitori dei social network determinano una particolare connotazione delle diverse audience che lei preferisce definire *networked publics*<sup>150</sup>. Quattro sono le proprietà che definiscono i *networked publics*, tre le dinamiche che li contraddistinguono.

Le proprietà, *persistence*, *replicability*, *scalability* e *searchability*, indicano la possibilità per l'utente di ricercare i contenuti che gli interessano e le persone con cui scambiarli nel digitale in quanto essi sono sempre persistenti e archiviati, replicabili, potenzialmente visibili e accessibili. Le dinamiche, *invisible audiences*, *collapsed*

---

<sup>149</sup> D. Borrelli (2008), *Il mondo che siamo. Per una sociologia dei media e dei linguaggi digitali*, Liguori, Napoli.

<sup>150</sup> d. boyd (2008), *Taken Out of Context. American Teen Sociality in Networked Public*, PhD Dissertation, University of California, Berkeley.

*contexts, the blurring of public and private*, sottolineano l'assenza di limiti spazio-temporali e relazionali in quanto non è possibile rintracciare il contesto sociale e il luogo in cui il fruitore dei social network si connette per entrare in rete e così manifestare la propria presenza esistenziale e semantica.

Queste caratteristiche individuano un nuovo modo di comunicare e quindi di rapportarsi con l'altro da sé che scardina abitudini consolidate e prefigura una nuova forma di relazionalità intersoggettiva potenziale la cui vocazione può essere quella di non rimanere sospesa nella virtualità della comunicazione online.

La rete comunicativa che si forma e si riforma in maniera continuativa può ridefinire il nostro modo di essere nel mondo, le nostre abitudini, le nostre relazioni sociali, i nostri rapporti amicali, il nostro senso della vita e dello stare insieme nella quotidianità. Come afferma Manuel Castells non è più possibile ascrivere la virtualità ai rapporti digitali in quanto il mondo fuori di noi e quello dentro di noi è inserito e tradotto nei e attraverso i media. Il concetto di "virtualità reale" definisce in maniera icastica il nuovo sistema di percezione e comunicazione attraverso cui i singoli costruiscono il loro universo esperienziale.

### **4.3 Spazio e tempo nell'universo digitale**

Joshua Meyrowitz nel 1985, riflettendo sui media elettronici e sulla loro influenza sul mondo vitale degli individui, in particolar modo sulla loro percezione spaziale, asseriva che: «Il cambiamento sociale è sempre troppo complesso perché lo si possa attribuire ad un'unica causa ed è troppo diversificato perché lo si possa ridurre a un singolo processo, ma la mia teoria propone che un tema comune a molti fenomeni recenti e apparentemente diversi è che in America è cambiato il "senso del luogo". La frase è un gioco di parole complesso ma molto serio: complesso perché il termine "senso" e il termine "luogo" hanno ciascuno due significati: "senso" si riferisce tanto alla percezione quanto alla logica; "luogo" significa tanto la posizione sociale quanto la collocazione fisica. [...] l'evoluzione dei media, secondo me, ha cambiato la logica dell'ordine sociale, ristrutturando il rapporto tra luogo fisico e luogo sociale e modificando i modi in cui trasmettiamo e riceviamo le informazioni. [...] i media

elettronici, in particolare, la televisione hanno avuto un impatto enorme sul senso del luogo degli americani. I media elettronici hanno messo assieme scenari precedentemente distinti, spostando il confine tra comportamento pubblico e privato nella direzione del comportamento privato e indebolito il rapporto tra situazioni sociali e luoghi fisici. Perciò, si è radicalmente sovvertita la logica che sottende i modelli di comportamento situazionale in una società caratterizzata dalla stampa. Sembra che molti americani non “sappiano più quale sia il loro posto”, perché i media elettronici hanno scisso le componenti del “luogo” tradizionalmente interdipendenti. Oggi, ovunque siamo – a casa, al lavoro, o in automobile – possiamo metterci in contatto e sintonizzarci»<sup>151</sup>.

Meyrowitz intravedeva già con la diffusione dei media elettronici una possibile despazializzazione dei luoghi: l'occasione di connettersi attraverso l'etere, di sentire voci lontane, di instaurare dialoghi a distanza, di essere presenti anche se non fisicamente ad avvenimenti che si sviluppavano in diretta, attraverso le immagini veicolate dagli schermi televisivi, diminuiva la distanza, avvicinava i soggetti, faceva sì che un individuo fosse qui e altrove contemporaneamente.

Attraverso i media elettronici le persone sperimentavano per la prima volta la possibilità di abitare allo stesso tempo in più luoghi.

Come lo spazio, anche il tempo mutava: la simultaneità dell'accadere e del percepire, il recupero attraverso le immagini di ciò che era già avvenuto con la stessa vivezza del momento in cui l'avvenimento si era concretizzato, la possibilità di sentirsi in situazione anche se si era lontani nello spazio e/o nel tempo, l'ascoltare suoni che altrove erano stati registrati come se le voci si espandessero nel contesto quotidiano, il catturare il tempo nelle fotografie che immortalavano ciò che era stato in un eterno presente che simulava una rappresentazione viva della realtà, rendevano la sperimentazione del tempo complessa e non più riconducibile alle scansioni diacroniche che tradizionalmente segnalavano modulando le differenze spazio-temporali.

---

<sup>151</sup> J. Meyrowitz (1995), *Oltre il senso del luogo. Come i media elettronici influenzano il cambiamento sociale*, Baskerville, Bologna, pp. 508-509.

Come ipotizzava Caincross<sup>152</sup> nel 1998, la rivoluzione delle comunicazioni decretava la morte della distanza, cioè un annullamento del senso del confine che segnava fino ad allora territori appartenenti a spazi e tempi diversi.

Tutto questo ha aperto la strada ad una nuova concezione del mondo strutturato secondo coordinate spazio-temporali che, usando la terminologia di Manuel Castells<sup>153</sup>, possiamo definire rispettivamente come “lo spazio dei flussi” e come “tempo senza tempo”.

Manuel Castells, analizzando le caratteristiche della società in rete, affronta il tema della modificazione del significato sociale delle dimensioni spaziali e temporali a seguito della nascita e dell'affermarsi del paradigma della tecnologia della informazione e dei processi socio-culturali da esso innescati.

Secondo Castells: «lo spazio è espressione della società»<sup>154</sup>; e quindi quando una società muta nelle sue strutture e istituzioni, di conseguenza si creano le condizioni per l'emergere di inedite modalità di organizzazione dello spazio; il compito che l'autore si prefigge nel suo studio è dunque quello di rintracciarne la *ratio*.

Rifacendosi alla teorizzazione di David Harvey<sup>155</sup> per cui l'oggettività delle dimensioni spazio-temporali è dovuta alle “pratiche materiali di riproduzione sociale”, Castells sostiene: «Dalla prospettiva della teoria sociale lo *spazio è il supporto materiale delle pratiche sociali di condivisione del tempo*. Aggiungo immediatamente che qualsiasi supporto materiale reca sempre un significato simbolico, con pratiche sociali di condivisione del tempo si fa riferimento al fatto che lo spazio riunisce le pratiche che sono simultanee nel tempo. È l'articolazione materiale di questa simultaneità che dà senso al nesso tra spazio e società. Tradizionalmente, questa nozione è stata assimilata alla contiguità. È però fondamentale separare il concetto basilare di supporto materiale, di pratiche simultanee dalla nozione di contiguità per poter dare conto della possibile esistenza di supporti materiali, di simultaneità che non dipendono dalla contiguità fisica. Dato che questo è proprio il caso delle pratiche sociali dominanti dell'Età dell'informazione»<sup>156</sup>.

---

<sup>152</sup> Cfr. F. Caincross (1998), *The death of the distance: How Communications Revolution Will Change our Lives*, Orion Books, London.

<sup>153</sup> Cfr. M. Castells (2002a), *op. cit.*

<sup>154</sup> *Ibidem* p. 461.

<sup>155</sup> D. Harvey (1997), *La crisi della modernità*, il Saggiatore, Milano.

<sup>156</sup> M. Castells (2002a), *op. cit.*, p. 472.

Sono i flussi di denaro, di notizie, di artefatti culturali, di rappresentazioni iconiche, di relazioni sociali, di rapporti individuali a determinare le strutture portanti della nostra società.

La loro connessione sincronica si fonda su una nuova forma spaziale che costituisce la base materiale delle pratiche sociali dell'età dell'informazione. Questa nuova forma spaziale viene individuata da Castells nello spazio dei flussi: «*Lo spazio dei flussi è l'organizzazione materiale delle pratiche sociali di condivisione del tempo che operano mediante flussi*»<sup>157</sup>.

Lo spazio dei flussi non esaurisce completamente il farsi dell'esperire umano nella società che utilizza la rete come strumento privilegiato di comunicazione, esiste uno spazio dei luoghi che è abitato e riconosciuto da chi ne individua con certezza i confini materiali e simbolici.

Queste due modalità di interpretazione e di sperimentazione dello spazio convivono nella società in rete ed entrano in relazione fra loro pur essendo portatrici di due diverse esigenze comunicative e sociali: quella relativa alla globalizzazione e quella relativa alla localizzazione.

Le prospettive di questo rapporto non sono date: possono nascere divisioni incolmabili tra lo spazio dei flussi e lo spazio dei luoghi con la tendenza del primo a imporre al secondo la sua logica dominante oppure si può creare un *trait d'union* tra codici culturali diversi i quali, invece di viaggiare su binari paralleli, trovano un punto di convergenza.

Se lo spazio dei flussi contende la supremazia allo spazio dei luoghi, il tempo senza tempo, secondo Castells, mina alla base la concezione della dimensione temporale cristallizzata nella sua uniformità dalle lancette dell'orologio che segnano in maniera implacabile la divisione del giorno in ore, minuti, secondi atti a scandire il tempo del lavoro e anche il tempo dello svago.

La consequenzialità del tempo regolata da un prima e da un poi viene contraddetta dalla simultaneità e dalla sostanziale acronicità del tempo senza tempo che vive all'interno dello spazio dei flussi, mentre il tempo lineare sequenziale, irreversibile continua a cadenzare le pratiche sociali e la vita di relazione che avvengono nello spazio dei luoghi: «*Il tempo senza tempo appartiene allo spazio dei flussi, mentre la*

---

<sup>157</sup> Ibidem, pp.472-473.

*disciplina del tempo, il tempo biologico e le sequenze socialmente determinate caratterizzano i luoghi in tutto il mondo, strutturando e destrutturando le nostre società segmentate.* Lo spazio plasma il tempo nella nostra società, invertendo così una tendenza storica: i flussi inducono il tempo senza tempo, i luoghi sono delimitati dal tempo»<sup>158</sup>.

Secondo Castells è la prevalenza dello spazio sul tempo a far sì che gli eventi modificati nella loro sequenzialità diventino simultanei. Il tempo nella rete diviene una dimensione al di fuori del tempo stesso, e agli eventi trasformati in notizie lanciate contemporaneamente e contemporaneamente percepite viene sottratta la loro diacronicità in quanto essi sono incastonati in un eterno presente senza storia<sup>159</sup>.

La sincronicità di un tempo che pare sfidare l'eternità consegna all'utente dei media digitali una dimensione spazio temporale che mette in discussione le limitazioni ascritte tradizionalmente all'uomo, che contraddice il farsi del tempo biologico e che convive in maniera a volte conflittuale a volte armonica con un tempo e uno spazio sociali nati dall'interazione fra soggetti presenti nello stesso luogo.

Le tecnologie che dalla seconda metà dell'Ottocento in poi hanno cambiato il volto del mondo e degli uomini che in questo mondo vivono e operano, hanno progressivamente creato, come sostiene Pierre Lévy, degli "spazi di prossimità" sempre più ravvicinati, che prima diminuiscono le distanze e infine tendono ad annullarle potenziando la sincronicità della percezione di eventi che si svolgono in luoghi lontani e la velocità di comunicazione fra persone che abitano in spazi diversi.

Lo spazio di prossimità è la capacità di mettere in contatto ciò che è lontano, depauperando o addirittura estinguendo gli intervalli spazio temporali fra persone e cose: «internet non cambia il concetto dello spazio e del tempo, ma cambia esattamente lo spazio e il tempo. Un sistema di comunicazione modifica il nostro ambiente di prossimità, le cose che prima apparivano lontane si avvicinano e rientrano all'interno del nostro spazio dell'esperienza»<sup>160</sup>.

---

<sup>158</sup> Ibidem, pp. 529-531.

<sup>159</sup> È utile ricordare la rivendicazione di una temporalità che prevede le sequenze storiche pur all'interno di una concezione del tempo che simula l'eternità. Tale concezione della temporalità viene portata avanti dalla proposta culturale di Lash e Urry, che sono fautori di un concetto di tempo da essi definito *tempo glaciale*. Il tempo glaciale, nella strategia di una convinzione ambientalista, è un tempo che si misura non secondo le scansioni della storia fatta dagli uomini, ma nella logica di una vicenda evolutiva di lungo periodo nata dal rapporto tra gli umani e la natura. Cfr. S. Lash, J. Urry (1994), *Economies of Signs and Space*, Sage, London.

<sup>160</sup> D. de Kerckhove, P. Lévy, *Internet modifica spazio e tempo*, da [www.repubblica.it](http://www.repubblica.it), 27/07/1998.



In tal modo si crea un orizzonte che ingloba il mondo intero attraversato da vettori semantici che mettono in comunicazione soggetti ubicati in contesti diversi e distanti, che inaugurano pratiche sociali fondate sulla contemporaneità e sulla delocalizzazione, che favoriscono una relazionalità intersoggettiva immediata e reciproca.

Anche i teorici che hanno analizzato la globalizzazione e il suo impatto sulle dimensioni sociali, economiche, culturali e politiche della società sono concordi nel sottolineare come negli ultimi anni abbiamo assistito al progresso continuativo di una tecnologia e di piattaforme mediali in continua evoluzione ed espansione e allo «sviluppo di una informazione che, insieme al progresso dei mezzi di trasporto e allo spostamento massiccio di migranti e turisti, unifica il mondo, riducendolo alla dimensione di “villaggio”»<sup>161</sup>.

Tale “villaggio globale”, caratteristica peculiare della società tardo moderna, è il portato della rivoluzione tecnologica e informativa che ha creato, usando le parole di Peter Singer, un “one world”, in quanto «la misura in cui saremo in grado di affrontare l’era della globalizzazione (e forse la possibilità stessa di saperla affrontare) dipenderà da come risponderemo eticamente all’idea che noi viviamo in un unico mondo»<sup>162</sup> che ha ormai travalicato i confini geografici, annullando il concetto di stato-nazione e dando quindi vita al processo di trasnazionalizzazione.

Saskia Sassen, in linea con questa interpretazione, afferma che «La rapida proliferazione di reti globali basate su computer e la digitalizzazione di un gran numero di attività economiche e politiche consentendo loro di circolare in queste reti, solleva interrogativi sull’efficacia degli attuali inquadramenti dell’autorità statale e della partecipazione democratica. In un contesto di molteplici cambiamenti parziali e specifici collegati alla globalizzazione, queste forme di digitalizzazione hanno consentito la supremazia di scale subnazionali, quale la città globale, e di scale sopranazionali, quale i mercati globali, laddove dominavano scale nazionali»<sup>163</sup>.

Gli spazi delimitati da confini territoriali e simbolici, fondati su tradizioni largamente condivise e radicate nel passato, vengono inglobati in un cyberspazio che ne assume gli input culturali e li diffonde interrelandoli con altri messaggi in un *melting pot*

---

<sup>161</sup> R. Paltrinieri (2004), *op. cit.*, p. 21.

<sup>162</sup> P. Singer (2003), *One World*, Einaudi, Torino, p.16.

<sup>163</sup> S. Sassen (2008), *Una sociologia della globalizzazione*, Einaudi, Torino, pp. 76-77

culturale che viaggia sulle reti digitali offrendo agli utenti più sguardi sul mondo e più possibilità di comunicazione.

Secondo l'affascinante teoria dei *sei gradi di separazione*, che nella sua prima formulazione risale ad un racconto dello scrittore ungherese Frigyes Karinthy intitolato "Catene" del 1929, solo sei passaggi possono trasportare un messaggio da un capo all'altro dello spazio sia esso geografico, sociale, economico, culturale.

Fra due individui situati in due contesti diversi per classi sociali di appartenenza, per orizzonti culturali, per posizione di prestigio o di potere esistono solo sei tappe intermedie affinché la comunicazione passi da uno all'altro.

Forse i gradi di separazione non sono proprio sei e gli intermediari in questa catena di conoscenze possono essere più di cinque, ma oggi, attraverso i social network, è possibile creare un processo di comunicazione che coinvolga interlocutori che apparentemente non hanno nessun tipo di legame tra di loro e che sperimentano insieme il piacere di un rapporto comunicativo che ha in se stesso la sua ragione e il suo fine.

Dalla comunicazione orale che prevede la condivisione dello stesso territorio spazio-temporale e in cui «[...] le parole si confondono ancora con le cose»<sup>164</sup> per una strategia evolutiva che passa attraverso la scrittura per cui «[...] la comunicazione comincia a configurarsi come autonoma rete d'informazione»<sup>165</sup> e i media per i quali «[...] la comunicazione si fa *luogo*»<sup>166</sup> si è giunti ad una soggettivizzazione dello spazio e del tempo, ad una proliferazione dei rapporti comunicativi e alla formazione di legami deboli<sup>167</sup> che si costruiscono e si dissolvono nella rete per poi ricostruirsi ancora secondo dinamiche imprevedibili ma costanti nel loro farsi.

«I siti di social network sviluppano, a partire dalla analogia architettonica, le regole strutturali che stanno alla base delle reti sociali pensate come il prodotto di nessi *causali* e *casuali*, costituite da forme di aggregazione e connessione che trovano particolare forza nell'essere costituite per larga parte da legami deboli. In particolare

---

<sup>164</sup> G. Boccia Artieri (2004), *I media-mondo. Forme e linguaggi dell'esperienza contemporanea*, Meltemi, Roma, p. 23.

<sup>165</sup> *Ibidem*, p. 26.

<sup>166</sup> *Ibidem*, p. 36.

<sup>167</sup> Cfr. M. Granovetter (1998), *La forza dei legami deboli e altri saggi*, Liguori, Napoli.

molte piattaforme web di connessione amicale, affettiva, lavorativa utilizzano come modalità di sviluppo un principio della teoria delle reti chiamato *piccolo mondo*»<sup>168</sup>.

La *teoria del mondo piccolo*, elaborata da Stanley Milgram che, nel 1967, testò empiricamente le connessioni tra i nodi di una rete sociale che si attivano all'interno di un'azione di condivisione comunicativa, è stata applicata in vari campi del sapere, sociologico, economico, informatico e biologico, e si fonda su due principi che appaiono incompatibili: il principio dell'alta aggregazione e quella del basso grado di separazione.

L'antinomia nasce dal fatto che in un network sociale è possibile che si formino gruppi i cui membri poco numerosi hanno un alto grado di comunione sociale e nello stesso tempo riescono a raggiungere in pochi passaggi altri elementi della rete comunicativa<sup>169</sup>.

Il mondo piccolo appare come un tessuto semantico che da un lato è costituito da interconnessioni che rispettano il sistema dei sei gradi di separazione e che dall'altro alimenta il formarsi di comunità fortemente aggreganti.

La rete sociale si produce e si riproduce in una dinamica autopoietica che crea continue relazioni, che cresce su se stessa, che ingloba via via territori sempre più estesi e utenti che si collegano tra di loro alla ricerca di informazioni, emozioni, amicalità, rapporti affettivi, vincoli sociali.

Non importa essere nello stesso luogo, condividere lo stesso spazio per far sentire la propria voce di consenso e di dissenso, basta collegarsi in rete per esprimere il proprio parere, per manifestare la propria opinione, per dichiarare la propria presenza, e anche la propria esistenza.

L'arena digitale diviene un luogo in cui costruire attraverso rapporti sociali il proprio essere per sé e il proprio essere per gli altri, in cui contare individualmente, in cui comporre una propria identità reale e/o virtuale, in cui aprirsi al mondo intessendo legami che rispondono a un'esigenza primaria dell'uomo: quella di comunicare.

---

<sup>168</sup> G. Boccia Artieri (2009), *SuperNetwork: quando le vite sono connesse*, p. 32 in L. Mazzoli (a cura di), *Network effect. Quando la rete diventa pop*, Codice Edizioni, Torino.

<sup>169</sup> Cfr. M. Buchanan (2003), *Nexus*, Mondadori, Milano.

## 4.4 L' identità in rete

Nel vangelo secondo Giovanni, (1, 22-23), Giovanni Battista, alla domanda dei sacerdoti e dei leviti "Chi sei tu?", rispose: "Io sono la voce di uno che grida nel deserto. Preparate la via del Signore".

La voce che grida nel deserto è diventata la metafora della solitudine di colui che avverte, consiglia, comunica, ma non trova nessuno che abbia il desiderio di raccogliere i suoi messaggi.

Il deserto è la condizione di isolamento comunicativo che condanna all'incapacità fatica: il soggetto non riesce ad entrare in contatto con l'altro da sé che si nega alla comunicazione; l'esigenza di instaurare un rapporto tra ego e alter rimane insoddisfatta.

Le reti digitali sono invece un concerto di voci che hanno vinto il silenzio del deserto in quanto ogni individuo, collegandosi ad un network, può stabilire dei contatti, può lanciare attraverso Internet i suoi messaggi, certo che, grazie alla rete stessa, avranno visibilità comunicativa e quindi saranno colti da qualcuno che, in quanto connesso, avrà la possibilità di rispondere.

Attraverso una ragnatela di relazioni digitali si costituiscono delle associazioni spontanee, mobili e non spazializzate, che si richiamano ad un profilo misto di comunità il quale media i due modelli di organizzazione sociale tracciati da Tönnies<sup>170</sup>, *Gemeinschaft* (comunità) e *Gesellschaft* (società).

La comunità è rappresentata da un insieme di persone che si riconoscono nel territorio in cui abitano e nelle sue tradizioni, che sono aliene dal rapportarsi con l'esterno, che sono fondate su legami personali stretti e continuativi nel tempo e che hanno scelto spontaneamente di aderire ad un gruppo.

La società è una organizzazione più vasta in cui gli individui godono di libertà di movimento, condividono norme stabilite da istituzioni e sono guidati da scelte razionali e strumentali nelle interazioni sociali quotidiane.

Il modello associativo proprio delle reti digitali, che dà luogo a diverse forme comunitarie virtuali, condivide l'alto livello di socialità volontaria e ricca emotivamente proprio della *Gemeinschaft* con due caratteristiche peculiari della *Gesellschaft*, cioè la

---

<sup>170</sup> Cfr. F. Tönnies (1963), *Comunità e società*, Comunità, Milano.

predominanza individuale del soggetto nei confronti del gruppo sociale e l'assenza di una condivisione territoriale.

«Con lo sviluppo di queste tipologie di comunità, il computer, che con l'avvento di Internet da calcolatore si era già trasformato in mezzo di comunicazione, subisce una ulteriore importante metamorfosi: diventa uno strumento di socializzazione. Da fine diviene completamente tramite, cioè un mezzo attraverso cui è possibile esprimere se stessi, seppure in modi privi della materialità delle esperienze corporee. E la privazione del corpo – in passato testimonianza infallibile – dell'identità individuale, non è più ormai una ragione sufficiente per non conferire alle rappresentazioni individuali e alle interazioni sociali mediate dal computer lo status di realtà. Semmai appare più sensato complessificare il concetto di realtà e differenziarlo in più livelli che si declinano per differenti interpretazioni sugli assi oppositivi materialità-immaterialità, presenza-assenza. Non esiste più una realtà ma diverse realtà. Il rapporto reale-virtuale è stato forzato ed esasperato dalla pratica d'uso della Rete. Sino a rendere possibile l'accettazione condivisa di una realtà immateriale, in cui non è garantita la presenza fisica degli interlocutori»<sup>171</sup>.

Attraverso il virtuale che si pone come realtà quotidianamente esperita si sviluppano delle dinamiche comunicative che promuovono la creazione e l'acquisizione di nuovi linguaggi, l'accettazione di sistemi normativi edificati collettivamente e soggetti al mutamento, la costruzione di processi identitari che moltiplicano le possibilità di presentazione del sé, un'opera di sponsorizzazione individuale che proietta il singolo verso un destino sociale di promozione dell'io pur in un rapporto di condivisione con gli altri.

Il linguaggio utilizzato nelle community virtuali risponde all'esigenza della rapidità e della simultaneità: è un linguaggio frammentato ma efficace, caratterizzato anche da simboli che possono essere *emoticon* o immagini stilizzate che supportano la comunicazione e che cercano di tradurre in scrittura l'emotività propria delle espressioni del volto o di un segno iconico allusivo e che forniscono un impatto visivo che potenzia la relazionalità comunicativa stessa.

---

<sup>171</sup> A. G. Pizzaleo (2002), *Internet provider di rapporti sociali. Identità e socializzazione in rete*, in M. Morcellini e A. G. Pizzaleo (a cura di), *Net sociology. Interazioni tra scienze sociali e internet*, Guerini e Associati, Milano, p. 44.

È un linguaggio che offre libertà di scrittura nella combinazione di parole e simboli e che diviene il tramite per la configurazione di un vocabolario innovativo attraverso il quale raccontare le storie della propria vita, le emozioni provate, gli incontri occasionali che si aprono al futuro, le proprie sofferenze e soprattutto per esprimere se stessi, in piena autonomia linguistica e comunicativa.

Manuel Castells in *Galassia internet* ha scritto: «Internet è la trama delle nostre vite. Se la tecnologia dell'informazione è l'equivalente odierno dell'elettricità nell'era industriale, internet potrebbe essere paragonata sia alla rete elettrica sia al motore elettrico. [...] Come le nuove tecnologie per produrre e distribuire energia hanno reso possibili le fabbriche e le grandi imprese come fondamento organizzativo della società industriale, internet è la base tecnologica della forma organizzativa nell'età dell'informazione: è il network»<sup>172</sup>.

Nella definizione di Castells di Internet, come la trama delle nostre vite, mi sembra interessante porre l'accento sull'utilizzazione del plurale che può dar luogo a due diverse letture.

Il medium è il luogo in cui le vite di tante persone possono essere create e intrecciate tra loro, ma anche lo spazio semantico in cui una persona può farsi portatrice di più vite, quindi di una molteplicità di processi identitari *in fieri* che si possono integrare oppure possono contraddirsi vicendevolmente.

Le due ipotesi possono convivere, la seconda apre scenari affascinanti sul rapporto tra reti digitali e identità e sugli esiti sociali di tale relazione comunicativa.

L'identità si costruisce attraverso processi di socializzazione primaria e secondaria, come ci hanno insegnato Berger e Luckmann<sup>173</sup>, ma nella società tardo moderna priva di punti di riferimento sicuri e di facile lettura, soggetta alla liquefazione<sup>174</sup> e ad una logica destrutturante, è venuta meno l'autorevolezza e la funzione pedagogica di quelle agenzie di socializzazione che presiedevano al cammino dell'individuo verso l'acquisizione di un profilo identitario, e all'individuo viene demandato il compito di autocostruire se stesso in quanto «tutto il peso si sposta così sul soggetto: l'uomo

---

<sup>172</sup> M. Castells (2002b), *Galassia internet*, Feltrinelli, Milano p. 13.

<sup>173</sup> Cfr. capitolo 2.

<sup>174</sup> Cfr. Z. Bauman (2005), *op. cit.*

moderno è solo nella scelta dei fini e delle condotte di vita, perché nessuno è più in grado di dispensare certezze se non provvisorie e revocabili»<sup>175</sup>.

In un universo fluido e dai contorni imprecisi, l'individuo, sulle cui spalle è stato caricato il peso della dinamica identitaria, sente la necessità di trovare un *frame*, un confine che delimiti, sia pure in maniera non cogente, la propria appartenenza. Tale cornice può essere rappresentata dalle community in rete che sono congruenti con la mobilità e la precarietà della società in cui viviamo, ma che offrono al singolo la possibilità di inserirsi in un gruppo sia pure dai confini labili e aperto verso l'esterno e di dichiararsi agli altri in una operazione socializzante che gli consente di promuovere se stesso senza doversi mantenere fedele all'immagine del sé che ha faticosamente costruito nei suoi rapporti *face to face* con alter.

“Uno, nessuno e centomila”<sup>176</sup> non è più una condanna ma un'opportunità.

La perenne sofferta ricerca di un io limato nelle sue asperità, nelle sue incongruenze, coerente nelle sue sfaccettature e rispetto all'immagine che viene proiettata sugli altri e riflessa nei loro occhi quale specchio del sé, pare trasformarsi in una programmata e divertita presentazione di un io che con leggerezza gioca con le sue identità possibili e con le possibili letture da parte degli altri.

Il progetto collettivo, che si costruisce nel rapporto ego-alter, avviene all'interno di una relazionalità complessa: esso nasce dalle proposte dell'ego e dalle risposte di alter senza che nessuno dei due abbia certezza della congruenza tra gli input comunicativi, di cui ognuno dei due attori si fa portatore, e la loro capacità di delineare con sicurezza le intenzioni e le volontà dei due interlocutori.

È facile pensare che la comunicazione tra persone che parlano lingue diverse, che appartengono a mondi culturali distanti, che hanno alle spalle esperienze di vita e di lavoro differenti non sia semplice, più difficile riconoscere che anche fra coloro che condividono il linguaggio e il background socio-culturale esistano delle zone d'ombra insondabili che impediscono di conoscere completamente chi ci sta di fronte e che a volte ci è stato compagno per tanti anni della nostra vita. Come sostengono Gili e Colombo: «Sorridente, inchinandosi o agitando i pugni per la rabbia gli uomini possono intendersi e far capire le proprie intenzioni anche se non condividono una sola parola. Ma essi possono anche *imparare* le parole dell'altro, poiché le tante

---

<sup>175</sup> M. Morcellini (1992), *Passaggio al futuro*, FrancoAngeli, Milano, p. 15.

<sup>176</sup> L. Pirandello (1941), *op. cit.*

lingue che gli uomini parlano, pur nella loro diversità, esprimono l'universale facoltà umana di costruire e comunicare i significati attraverso il linguaggio. Al tempo stesso, la costitutiva diversità dei soggetti agenti rende sempre la comunicazione un evento improbabile e problematico, non solo quando l'interlocutore è il diverso e il lontano come quando ci riferiamo alla *comunicazione interculturale*, ma anche quando è *il più simile e il più vicino*. Per quanto simile e vicino (come possono essere un familiare o un amico), l'altro rimane diverso *da me*, per cui la comunicazione è sempre una "traduzione" di ciò che l'altro mi comunica all'interno del *mio* schema esistenziale e concettuale»<sup>177</sup>.

Ogni performance comunicativa lascia qualcosa di irrisolto fra gli interlocutori della interpretazione: questo può dar luogo a fraintendimenti, ma anche a una continua possibilità di ridiscutere il rapporto, di continuare una ricerca sull'altro che è anche una ricerca su se stessi, di misurare l'insondabilità del mistero dell'io che nessuna forma comunicativa può svelare compiutamente.

Ognuno di noi è portatore di più immagini di se stesso, questa verità ermeneutica esplose nelle reti digitali in cui al soggetto che si connette viene lasciata piena libertà di espressione e di comunicazione.

Come sostiene Sherry Turkle<sup>178</sup>, l'idealtipo del modello dell'identità in rete è caratterizzato dalla molteplicità e dalla fluidità in quanto Internet fornisce la possibilità agli utenti di poter manifestare qualsiasi lato del loro carattere che prende forma attraverso la pubblicazione<sup>179</sup> di idee, opinioni, modi di vedere e di sentire il mondo che sono articolati nelle loro diversità come lo è la personalità che li esprime, in quanto come afferma l'antropologa: «La tecnologia genera mutamenti non solo in ciò che facciamo, ma nel nostro modo di pensare»<sup>180</sup> e di essere.

Le potenzialità insite nella comunicazione online che spazia in ogni territorio, che sconfigge il tempo in una simultaneità costante offrono ai suoi utenti la vertigine di una libertà senza frontiere nel far circolare i propri vissuti e i propri pensieri, nell'entrare a far parte di gruppi non strutturati, nel viaggiare tra social network, siti e blog, nel

---

<sup>177</sup> G. Gili, F. Colombo (2012), *Comunicazione, cultura, società*, Editrice la Scuola, Milano, pp. 23-24.

<sup>178</sup> Cfr. S. Turkle (1997), *La vita sullo schermo. Nuove identità e relazioni sociali nell'epoca di internet*, Apogeo, Milano.

<sup>179</sup> Cfr. G. Gerber, (1967), *Mass Media and Human Communication Theory*, in F.E.X. Dance (a cura di), *Human Communication Theory*, Holt, Rinehart and Winston, New York, pp. 40-57.

<sup>180</sup> S. Turkle (1985), *Il secondo io*, Feltrinelli, Milano, p. 3.



provare la sensazione di impadronirsi di un vasto mondo che aspetta di essere conquistato, che non erge particolari barriere difensive, ma che anzi pare invitare ad una pacifica invasione.

All'interno del cyberspazio si costruisce una rete comunicativa in cui chiunque si può inserire per esprimere se stesso nella molteplicità dei suoi aspetti, per costruire rapporti amicali con persone sconosciute, per condividere le stesse passioni, per incrementare il proprio capitale sociale.

Putnam<sup>181</sup>, utilizzando la dialettica inerente ai legami deboli e forti, che si instaurano nella comunicazione interpersonale, ha concettualizzato due espressioni diverse di capitale sociale: il *bonding social capital*, che riguarda i rapporti che intercorrono in spazi sociali delimitati caratterizzati da una relazionalità densa e ricca affettivamente, e il *bridging social capital*, che è contraddistinto da legami deboli che possono essere fortuiti e privi di trasporto emotivo.

Il cyberspazio, pur nella sua dimensione potenzialmente infinita, rende possibile aumentare il proprio capitale sociale sperimentando sia una condivisione comunicativa emozionalmente connotata sia una prassi interattiva scevra di affettività. Risiede nella autonomia decisionale del singolo la scelta fra il tipo di relazione da costruire.

Nell'un caso e nell'altro aumentare il proprio capitale sociale attraverso le interazioni digitali significa promuovere se stessi e la propria identità .

Questa opera di autopromozione e la parallela celebrazione della molteplicità identitaria viene vista sotto un aspetto negativo da Geert Lovink, il quale sostiene che sia necessario opporsi alla dinamica della spettacolarizzazione di se stessi che può diventare un'ossessione collettiva.

Egli scrive: «Sono tre le possibilità per contrastare la macchina della auto-promozione. La prima è quella di disgregare la stessa auto-evidenza. Parlare del lato oscuro del pensiero positivo è il primo passo per riprendersi dalla delusione di massa del «sorrìdi o muori», e risulta più efficace del fatto di limitarsi a scherzare sulla mancanza di un pulsante «non mi piace» su Facebook o sulla rappresentazione unidimensionale delle relazioni, laddove l'unica opzione possibile è «diventare amici» di qualcuno. [...] Un'altra via d'uscita è quella di smontare innanzitutto lo stesso

---

<sup>181</sup> Cfr. R. D. Putnam (2000), *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, Simon and Schuster, New York.

desiderio dei consumatori che traina la macchina auto-promozionale. In quest'ambito, il marketing dell'io non riguarda tanto un'impresa narcisistica finalizzata a soddisfare le necessità interiori, ma è sospinto in modo primario dal rapido consumo di oggetti esterni, dall'inarrestabile impulso ad ammassare sempre più cose – da amici e amanti fino a prodotti griffati, servizi e altre brevi esperienze semi-esclusive. [...] La terza opportunità per smantellare le prestazioni dell'io e dell'auto-scoperta è quella di rivisitare l'anonimato nel contesto odierno. Il punto è come re-immaginare l'anonimato non soltanto in quanto situazione raggiungibile ma anche come modalità per recuperare l'energia della metamorfosi, il desiderio di diventare qualcun altro»<sup>182</sup>.

Ci si può perdere in questo universo digitale, inseguendo le proprie ossessioni, e/o ci si può trovare attraverso la creazione e la condivisione di contenuti, attraverso il passaggio dalla vita online alla vita offline, attraverso il riconoscimento dei possibili interlocutori dal loro nome, sia che esso corrisponda a quello reale, sia che sia scelto un nickname identificativo legato solitamente al proprio vissuto personale.

Dotarsi di un nome, sceglierlo, farsene uno scudo e un segno di riconoscimento, significa affermare la propria esistenza nella rete, rivendicare la propria identità, pur molteplice e varia a seconda di quale personaggio abbiamo scelto di interpretare.

Analizzando le caratteristiche fondamentali del nomadismo nella accezione di Maffesoli, Lella Mazzoli afferma: «le persone cessano di rappresentarsi come "individui" che fanno parte di un disegno o di una struttura precisa ma si pensano come "persona" (ovvero maschere nel senso etimologico del termine)»<sup>183</sup>.

Vi sono utenti che si servono di più nomi che corrispondono a più identità in rete in quanto desiderano moltiplicare le proprie esistenze o dotare ogni maschera che si indossa di uno pseudonimo adatto a certificarla.

La maschera indossata su un volto può assumere diverse funzioni: può essere strumento di rivelazione di una parte di noi stessi che fino ad allora era stata celata, può essere mezzo per nascondere agli altri quello che siamo, e quindi può essere utilizzata per scopi antitetici, per dichiarare una verità o per costruire una menzogna<sup>184</sup>.

---

<sup>182</sup> G. Lovink (2012), *Ossessioni collettive. Critica dei social media*, Università Bocconi Editore, Milano, p. 63-65-68.

<sup>183</sup> L. Mazzoli (2009) (a cura di) *Network effect. Quando la rete diventa pop*, Codice Edizioni, Torino, p. 7.

<sup>184</sup> Cfr. capitolo 2.

Ma la maschera può essere anche usata come dichiarazione consapevole di anonimato, un simbolo della volontà di coprire il proprio volto per portare avanti una dichiarazione libertaria. In questo senso essa viene usata da un gruppo di hacker che si è autodefinito *anonymous*, il cui motto è “We’re anonymous. We’re legion. We don’t forgive. We don’t forget. Expect us!”<sup>185</sup>.

Questo collettivo formato da singoli utenti ha come obiettivo dichiarato quello di combattere la censura che impedisce la libera circolazione delle idee e il deterioramento dei valori sociali, culturali e umani in nome del profitto.

Gli aderenti ad *anonymous* sono diventati famosi per aver condotto delle battaglie contro centri potere quali: gruppi bancari, stati totalitari, multinazionali, compagnie farmaceutiche e istituzioni religiose.

Il modello di protesta di *anonymous* si traduce principalmente in attacchi online su obiettivi designati, ma anche trasformandosi in prassi concreta come è avvenuto nel caso delle marce contro Scientology, svoltesi nel 2011.

Per mantenere nella realtà l’anonimato consentito dalla rete, in linea con la missione e il simbolismo del collettivo<sup>186</sup>, i membri hanno indossato la maschera di Guy Fawkes, resa celebre dal film “V per Vendetta”, pellicola che si ispira alla storia realmente accaduta del terrorista che tentò senza successo, nel diciassettesimo secolo, di far saltare il palazzo in cui ha sede il parlamento inglese a Londra. Il film, basato su un fumetto che richiama con chiarezza il filone letterario basato sulla metafora distopica, narra di avvenimenti legati ad una Inghilterra dominata da un regime dittatoriale, che si macchia di diversi crimini al fine di mantenere e consolidare il potere, contro cui combatte un eroe mascherato, con il quale alla fine si identificherà tutto il popolo inglese.

Indicativo quindi che *anonymous* abbia utilizzato la stessa maschera per simboleggiare la sua lotta contro un potere che viene rappresentato come autoritario e censurante, un elemento che ha contribuito ad alimentare l’alone di mistero che circonda il gruppo, sottolineandone il carattere rivoluzionario ed eversivo.

Gli atti del collettivo, ispirati alla vendetta contro l’arbitrio del potere esercitato dalla classe dominante, hanno avuto un grande impatto sull’opinione pubblica, ricevendo

---

<sup>185</sup> “Noi siamo anonymous. Noi siamo una legione. Noi non perdoniamo. Noi non dimentichiamo. Aspettateci.”

<sup>186</sup> L’immagine ufficiale con cui si presenta *anonymous* è un busto con al posto del viso un punto interrogativo, allo scopo di simboleggiare una struttura organizzativa non verticistica e il carattere anonimo dei membri.

consensi e allo stesso tempo giudizi negativi, come da parte di Geert Lovink, uno dei maggiori esponenti della teoria critica della rete, il quale nel suo ultimo libro, con intento evidente, ha intitolato un paragrafo “Anonymous non sta dalla tua parte”<sup>187</sup>, mettendo in dubbio le finalità dei membri e soprattutto il loro reale carattere anonimo.

Di certo l'elemento da sottolineare in merito ad anonymous, rispetto ad azione classiche di hackeraggio, è la portata innovatrice che il collettivo ha esplicitato attraverso la creazione di un gruppo in cui ogni membro è rappresentato e celato da uno stesso simbolo che è la raffigurazione stessa della “presenza/assenza di un protagonismo non protagonista”, caratteristica che trova nella rete la sua ideale collocazione.

#### **4.5 Realtà aumentata versus dualismo digitale**

Sherry Turkle conclude la trilogia dedicata all'analisi del rapporto tra cyberspazio e identità con il volume “Insieme ma soli”<sup>188</sup>, nel quale l'autrice propone la tesi secondo cui il suo saggio «[...] descrive un arco: ci aspettiamo di più dalla tecnologia e meno gli uni dagli altri. Questo ci mette nell'occhio del ciclone. Sopraffatti ci siamo lasciati attrarre da connessioni che sembravano poco rischiose e sempre disponibili: gli amici di Facebook, gli avatar, i compagni di chat su IRC<sup>189</sup>. Se comodità e controllo continueranno ad essere le nostre priorità saremo tentati dalla robotica sociale, che ci promette divertimento come fanno le slot machine per i giocatori d'azzardo; macchine programmate per farci continuare a giocare. Nel momento robotico dobbiamo stare attenti che la semplificazione e la riduzione delle relazioni continuino ad essere qualcosa di cui lamentarsi, e non diventino invece ciò che ci aspettiamo o addirittura desideriamo»<sup>190</sup>.

---

<sup>187</sup> G. Lovink (2012), *op cit.*, p. 70.

<sup>188</sup> Opera per la quale l'autrice ha intervistato più di 450 individui, per la maggior parte in una età compresa tra i venti e trent'anni o in età adolescenziale, allo scopo di comprenderne le abitudini digitali.

<sup>189</sup> IRC acronimo di “Internet Relay Chat”, la prima forma di instant messaging su Internet. Consente sia la possibilità di conversazione diretta fra due utenti che la comunicazione contemporaneo di gruppi di fruitori diversi in settori di discussione chiamati canali.

<sup>190</sup> S. Turkle (2012), *Insieme ma soli*, Codice edizioni, Torino, p. 372.

Il monito racchiuso nell'ultima affermazione ricalca fedelmente il filo rosso che unisce l'intera riflessione fatta dall'autrice, e cioè la contraddizione emergente tra le aumentate possibilità di connessione e comunicazione offerte dai media digitali e le crescenti sensazioni di stress e infelicità legate alla dipendenza dal medium stesso.

Il rischio preconizzato dalla Turkle è dunque quello che con l'amplificazione delle opportunità di legami digitali e di una conseguente vita "insieme" diminuisca il livello di empatia in grado di unire gli individui, condannando questi ultimi ad una vita di solitudine.

È interessante sottolineare come nelle parole dell'antropologa sia possibile riscontrare un parallelo con il pensiero di Marshall McLuhan e l'utilizzo che il teorico della comunicazione fa del concetto di entropia, cioè la ridondanza di messaggi che porta a non poterne più considerare nessuno (e tutti nello stesso modo) e a vivere in una condizione di costante "rumore". L'esito della massiccia offerta comunicativa potrebbe portare alla saturazione e quindi alla passività. Nel caso della Turkle potremmo dire che si tratta di una passività emotiva legata all'eccessiva possibilità di legami digitali, una passività che dalla vita online si trasferisce in una solitudine nella vita offline.

L'individuo, come travolto dall'eccessiva offerta, si ritrova in uno stato di deregolamentazione sociale ed emozionale che, seguendo il filo logico del pensiero critico della Turkle, sembra richiamare un'assenza di norme morali condivise capaci di guidarlo all'interno delle infinite possibilità della rete, una concettualizzazione che rimanda all'anomia<sup>191</sup> di Emile Durkheim.

Il sociologo francese definiva appunto l'anomia come un rischio tipico della società moderna incapace di «vincolare a sé i suoi membri, di garantire la loro adesione ad un medesimo e condiviso ordine di valori, di credenze e aspettative»<sup>192</sup>.

Ovviamente il contesto temporale e culturale della società attuale è mutato, ci ritroviamo in quella fase che potremmo definire stadio tardomoderno (Giddens), secondo-moderno (Beck), surmoderno (Balandier) o postmoderno<sup>193</sup>, ma, a prescindere dalla definizione, indubbiamente possiamo applicare alla nostra epoca e all'uso dei media digitali il rischio di distorsioni e patologie legate ai processi di

---

<sup>191</sup> Cfr. E. Durkheim (1977), *La divisione del lavoro sociale*, Comunità, Milano.

<sup>192</sup> P. Jedlowski (2009), *op. cit.*, p. 75.

<sup>193</sup> Z. Bauman (1999), *Dentro la globalizzazione. Le conseguenze sulle persone*, Laterza, Roma-Bari, p. 89.

socializzazione che prendono vita nella virtualità, rifacendoci anche al fatto che, come sostenuto dallo stesso Durkheim, il rischio di forme anomiche all'interno della società erano più probabili in periodi di crisi economica<sup>194</sup>, intesi come momenti in cui si diffonde incertezza e disorientamento valoriale negli individui; ed è proprio questa la fase storica ed economica che stiamo attraversando.

Il portato delle riflessioni della Turkle, che in precedenza si era distinta per essere favorevole all'uso della tecnologia digitale, ha spinto la comunità scientifica ad interrogarsi sulle conclusioni del volume in cui l'autrice «denuncia un mondo di persone tristi e stressate chiuse in un rapporto distopico con le loro macchine»<sup>195</sup>.

In risposta alle ipotesi della Turkle abbiamo le riflessioni di Nathan Jurgenson, sociologo e ricercatore digitale dell'università del Maryland, che sostiene come i presupposti teorici al supporto delle riflessioni della antropologa siano fallaci in quanto basati sul dualismo digitale, e coloro che abbracciano questo punto di vista sostengono che la vita digitale e la vita reale siano entità separate «Digital dualists believe that the digital world is “virtual” and the physical world “real”»<sup>196</sup>.

Alla base della critica di Jurgenson, che combacia alla perfezione con l'ipotesi guida di questa ricerca, vi è la consapevolezza che l'offline (vita reale) e l'online (vita digitale) siano due componenti sempre più legate ed interconnesse e l'unione delle quali dà vita al concetto di “realtà aumentata”, «I fundamentally think this digital dualism is a fallacy. Instead, I want to argue that the digital and physical are increasingly meshed, and want to call this opposite perspective that implodes atoms and bits rather than holding them conceptually separate augmented reality»<sup>197</sup>.

Seguendo un approccio analogo, Alberto Marinelli, interrogandosi sul rapporto tra legami sociali e la network society, afferma: «La pervasività della comunicazione tecnologicamente mediata, dunque, contribuisce ad abbattere la barriera tra “virtuale” (*online*) e “reale” (*face to face*) nelle pratiche quotidiane e favorisce una sostanziale indistinzione sul piano percettivo tra gli eventi comunicativi che si producono

---

<sup>194</sup> È doveroso sottolineare come Durkheim sostenesse come per crisi economica egli intendesse anche quando la crisi è di tipo positivo, in quanto un eccessivo benessere e conseguenti variazioni nello status sociale degli individui potesse portare a un disequilibrio e alla mancanza di norme condivise.

<sup>195</sup> Dall'articolo “Internet ci rende pazzi?” Di Tony Dokoupil, contenuto nella rivista «Internazionale», n. 971, p. 45.

<sup>196</sup> N. Jurgenson (2011b), *Digital Dualism versus Augmented Reality*, Articolo tratto dal sito “<http://thesocietypages.org>” nella sezione Cyborology, 24 febbraio 2011.

<sup>197</sup> Ibidem.

attraverso la mediazioni tecnologica e gli eventi comunicativi propri delle attività in presenza. Si entra ed esce con assoluta tranquillità dai diversi contesti (*online* e *offline*); si sperimentano forme sempre più raffinate di integrazione tra le diverse modalità, secondo una logica che privilegia la “continuità” dell’esperienza comunicativa piuttosto che la “separazione” (delle identità, delle relazioni, delle forme di comunicazione)»<sup>198</sup>.

La critica al dualismo digitale ad opera di Jurgenson investe anche l’uso che l’antropologa Amber Case ha fatto del concetto di “secondo sé” mutuato dall’immaginario concettuale della Turkle, che postula un dimidiamento tra un primo sé costruito nella prassi quotidiana della comunicazione offline e appunto un secondo sé generato dalla vita online e relegato nel cyberspazio. A tale proposito Jurgenson sostiene che “My critique was that conceptually splitting so-called “first” and “second” selves creates a “false binary” because “people are enmeshing their physical and digital selves to the point where the distinction is becoming increasingly irrelevant»<sup>199</sup>.

Opere come “Insieme ma soli” della Turkle e “Internet ci rende stupidi? Come la rete sta cambiando il nostro cervello”<sup>200</sup> di Nicholas Carr sono accomunate dalla ipotesi della scissione tra la vita reale e quella digitale e dei pericoli che quest’ultima possa generare nella dimensione quotidiana. Nicholas Carr si interroga intorno agli effetti della connessione in Internet sulla capacità di riflessione, di pensiero e di intelligenza del mondo: navigare nella rete allarga le conoscenze, ma impedisce la lettura in profondità dei fenomeni.

Carr dice infatti: «Possiamo quindi presumere che i circuiti utilizzati per la scansione veloce, la scrematura e il multitasking si stiano ampliando e rafforzando, mentre quelli dedicati alla lettura e alla riflessione approfondita – con un intensa concentrazione – si stiano indebolendo e consumando»<sup>201</sup>.

La riflessione prosegue: «La Rete ci garantisce l’accesso istantaneo a una biblioteca di informazioni senza precedenti per dimensioni e sfera d’azione e ci rende facile fare una selezione all’interno di essa per trovare – se non ciò che stavamo cercando –

---

<sup>198</sup> A. Marinelli (2012), *Socievolezza 2.0. I legami sociali nella network society*, in «Sociologia della Comunicazione», n. 41-42, FrancoAngeli, Milano, p. 31.

<sup>199</sup> N. Jurgenson (2011a), *Amber Case: Cyborg Anthropologist (a critique)*, Articolo tratto dal sito “<http://thesocietypages.org>” nella sezione Cyborology, 10 febbraio 2011.

<sup>200</sup> N. Carr (2011), *Internet ci rende stupidi? Come la rete sta cambiando il nostro cervello*, Raffaello Cortina, Milano.

<sup>201</sup> *Ibidem*, p. 171.

almeno qualcosa di soddisfacente per i nostri scopi immediati. Quello che la Rete riduce è il primo tipo di conoscenza citato da Johnson: la capacità di conoscere in profondità un argomento direttamente, di costruire nella mente tutte quelle connessioni ricche e soltanto nostre che danno origine all'intelligenza personale»<sup>202</sup>.

Tale disfunzione porterebbe ad una personalità potenzialmente sdoppiata, compulsiva nelle sue scelte, superficiale nelle sue analisi, una personalità che solo sottoponendosi a cure terapeutiche potrebbe liberarsi dalla "dipendenza da internet".

Jurgenson propone invece una prospettiva diversa in cui gli individui non vivono in due realtà separate ma in un'unica realtà, aumentata appunto, in cui l'offline e l'online si integrano armoniosamente: «I am proposing an alternative view that states that our reality is both technological and organic, both digital and physical, all at once. We are not crossing in and out of separate digital and physical realities, ala The Matrix, but instead live in one reality, one that is augmented by atoms and bits. And our selves are not separated across these two spheres as some dualistic "first" and "second" self, but is instead an augmented self. [...] Our Facebook profiles reflect who we know and what we do offline, and our offline lives are impacted by what happens on Facebook. [...] Most importantly, research demonstrates what social media users already know: we are not trading one reality for another at all, but, instead, using sites like Facebook and others actually increase offline interaction»<sup>203</sup>.

Ovviamente siamo dinnanzi ad un dibattito teorico e sociale di difficile risoluzione, ma come detto, l'ipotesi alla base di questa analisi è quella che non esista più una netta separazione tra le due realtà, e l'obiettivo di tale ricerca sarà dunque quello di dimostrare tale connessione.

---

<sup>202</sup> Ibidem, p. 173.

<sup>203</sup> N. Jurgenson (2011b), *op. cit.*



## CAPITOLO V

*Predictability: Does the flap of a butterfly's wings in Brazil set off a tornado in Texas?*

Edward Lorenz

### **Ipotesi e metodologia della ricerca**

Per gettare luce sulle pratiche comunicative inaugurate dall'incontro di più piattaforme mediatiche e sulle inedite relazioni interpersonali scaturite dal passaggio dai media tradizionali ai media digitali che si riflettono sulle dinamiche di socializzazione costituenti l'identità dell'io, ho focalizzato la mia attenzione sui processi di comunicazione inaugurati dai social network, in particolare da Facebook.

I social network rappresentano un'arena comunicativa che non si limita a strutturare in maniera diversa il rapporto tra il sé e l'altro da sé rispetto ai processi relazionali che si instauravano prima del loro avvento, ma che contribuisce a fornire nuovi linguaggi, nuovi significati, nuove chiavi di lettura che sono in grado di dare un di più di senso al mondo sociale in cui viviamo.

Fino a quando l'online non esisteva, i meccanismi costruttori dell'identità passavano attraverso rapporti sociali che si instauravano e divenivano nella concretezza del quotidiano, anche quando i messaggi dei media portavano in esso i segni e le proposte che entravano a far parte dell'immaginario collettivo.

Con l'ingresso dell'online nello sviluppo della relazionalità sociale si producono e si attuano due piani di interazioni comunicative, uno relativo all'online e l'altro relativo all'offline.

È interessante chiedersi quale rapporto si è stabilito tra l'orizzonte semantico proprio dell'online e quello dell'offline, se sono vissuti come due realtà distinte o si integrano a

vicenda e quanto l'online influenza l'offline nell'edificazione della lettura del mondo e delle relazioni che si vanno a creare tra i soggetti che fruiscono dell'uno e dell'altro universo comunicativo.

L'ipotesi di lavoro che ha guidato la mia ricerca è che la pervasività dell'online non consenta oramai alcuna distinzione tra i due piani comunicativi: la "vita digitale" si insinua nelle dinamiche di comunicazione che si sviluppano nella prassi sociale quotidiana integrandosi con i rapporti semantici propri della relazione *face to face* e influenzandoli profondamente.

L'online entrerebbe a far parte del vissuto degli utenti digitali, ritmando le scansioni delle domande e delle risposte sul mondo, segnando la modalità di porsi nei confronti dell'altro da noi e quindi influenzando la costruzione dell'identità.

Per cogliere il passaggio tra il prima e il dopo, costituito dalla diffusione delle infrastrutture digitali come strumento di comunicazione, e la valenza sociale di questo passaggio, ho scelto di orientare la mia ricerca su soggetti che hanno vissuto attraverso la loro esperienza diretta le modificazioni del loro approccio alla socializzazione.

Coloro che si collocano nella fascia d'età dai 25 ai 30 anni hanno esperito in prima persona l'allargarsi della loro potenzialità comunicativa a seguito della diffusione dei social network, ma avevano già sperimentato le modalità dei processi comunicativi tradizionali.

La possiamo definire come la generazione precedente a quella dei cosiddetti "nativi digitali", e successiva a quella dei cosiddetti "migranti digitali".

I "nativi digitali", sono coloro che sono nati quando l'online si stava affermando con la sua cultura multitasking, e quindi usano gli strumenti digitali con grande immediatezza e disinvoltura in quanto il linguaggio digitale è stato appreso da loro come un linguaggio naturale fin dall'infanzia.

I "migranti digitali" sono coloro che, socializzati nella cultura tradizionale, sono cresciuti prima dell'avvento delle tecnologie digitali e si sono adattati ad apprenderle in un secondo momento.

La generazione di cui mi occupo, che si può delineare attraverso le statistiche disponibili sul livello di diffusione tra le giovani generazioni di Internet e nello specifico del Social Network Facebook, può essere definita come la generazione del "meticcio"

digitale”: i meticci digitali nella loro infanzia hanno imparato a comunicare utilizzando i mezzi tradizionali, ma sono venuti in contatto con i linguaggi digitali quando erano ancora in grado di impadronirsi di un nuovo linguaggio con facilità, entrando nelle sue dinamiche comunicative e facendole proprie.

L’orizzonte semantico di riferimento per coloro che hanno vissuto e vivono con consapevolezza entrambe queste esperienze comunicative si è dilatato in quanto essi si muovono al di qua e al di là del confine, tra l’offline e l’online, interagendo con gli altri in entrambi i mondi anche se il linguaggio digitale rimane per loro uno strumento appreso e non un linguaggio introiettato come naturale.

I meticci digitali sono figure di confine che sono in grado di agire, con maggiore o minore capacità, in entrambi i territori senza consegnarsi a nessuno e sono quindi, a mio parere, gli interlocutori ideali per cogliere come e quanto i social network abbiano agito da protagonisti nella formazione di inedite dinamiche di interazione semantica.

Il luogo della comunicazione su cui ho optato di concentrare la mia ricerca è Facebook, un social network nato nel 2004 e rapidamente divenuto uno strumento privilegiato per entrare in relazione con gli altri.

Facebook, che all’inizio della sua storia era stato creato per mettere in contatto studenti di una stessa università americana (Harvard), si è allargato a comprendere il mondo degli utenti di internet insediandosi nella quotidianità dell’offline. È così diventato il terzo “paese” più grande del mondo la cui popolazione è inferiore solo a quelle della Cina e dell’India.

## 5.1 Analisi di un fenomeno: Facebook

# WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

December 2012



credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

license: CC-BY-NC

sources: Alexa

204

Il 4 ottobre 2012 Mark Zuckerberg, ideatore e fondatore di Facebook, in un post dava l'annuncio che la sua creatura aveva raggiunto un miliardo di utenti.

Osservando l'immagine qui sopra riportata, in cui vengono colorate le zone a seconda di quale sia il social network più utilizzato e con il maggior numero di utenti, non si può non restare impressionati dalla diffusione planetaria di Facebook, pensando anche al fatto che la popolazione mondiale ammonta a circa 7.000.000.000 di persone, e quindi ciò significa che una persona su sette è iscritta a questa piattaforma digitale.

Sono invece più di 600.000 gli utenti che utilizzano il proprio cellulare per restare informati e attivi, elemento di grande interesse in quanto ci spiega come le interconnessioni tra i diversi strumenti offerti dall'evoluzione tecnologica provvede a

<sup>204</sup> <http://vincos.it/world-map-of-social-networks/>

mantenere gli utenti costantemente collegati al proprio profilo e a quello dei loro contatti.

Anche altri dati<sup>205</sup> sottolineano la straordinaria influenza di tale social network: il 44% di coloro che utilizzano Internet sono utenti Facebook, sono 140 miliardi le amicizie tra gli utenti, 219 miliardi le foto che sono state caricate e 17 miliardi le volte in cui un fruitore ha registrato la sua presenza in un luogo particolare.

I tre paesi in cui ritroviamo il maggior numero di iscritti sono: gli Stati Uniti con 167.821.900, il Brasile con 59.656.820 e infine al terzo posto l'India in cui abbiamo 59.399.300<sup>206</sup>, dati che sottolineano la trasversalità spaziale e culturale di Facebook.

In Italia all'ottobre 2012 gli utenti iscritti sono 23.248.000 e, pensando che il secondo social network più diffuso è Google+ con 3.508.000, è facile rendersi conto del dominio di Facebook nella socialità digitale.

Per quanto riguarda la questione legata al genere ci ritroviamo di fronte ad una sostanziale uguaglianza di utilizzo: le donne presenti sono 10.794.520 con una percentuale pari al 46.6% mentre il numero dei fruitori maschili è pari al 12.194.900 (52.9%)<sup>207</sup> mentre a livello mondiale la situazione si ribalta: la percentuale femminile si attesta al 57% mentre quella maschile al 43%.

Uno dei dati di maggiore rilevanza riguarda la presenza delle aziende sul social network a livello mondiale: l'80% è presente su Facebook, i primi tre marchi, in una classifica basata sul numero di fan, sono Coca-Cola (52.706.227), Disney (38.561.285) e Converse (33.271.646)<sup>208</sup>.

Si tratta di dati di grande significatività in quanto ci spiegano non solo come tale social network sia ormai entrato nella vita quotidiana degli individui, ma anche evidenziano la necessità di essere presenti su tale piattaforma in quanto essa offre una visibilità ormai imprescindibile nelle dinamiche di mercato della tardomodernità.

---

<sup>205</sup> <http://www.isocial.it/statistiche-facebook/>

<sup>206</sup> <http://blogosfere.it/>

<sup>207</sup> <http://vincos.it/world-map-of-social-networks/>

<sup>208</sup> <http://blogosfere.it/>

## 5.2 Metodologia: i motivi di una scelta

La problematica emersa con maggiore urgenza, nel momento in cui ho delineato il campo di analisi della mia ricerca, è stata chiara sin dall'inizio: la complessità del contesto in cui mi sarei dovuto muovere, legata alla mutevolezza, alla velocità, all'asincronicità, caratteristiche intrinseche nel dna della rete e delle reti sociali.

Mi sono trovato ad immaginare di dover descrivere un bellissimo giardino inglese e di doverlo fare da una finestra o di basarmi sulle opinioni di chi lo ha visitato; sarebbe certamente possibile tratteggiare con chiarezza le sue peculiarità, ma questa modalità di studio comporterebbe la perdita della bellezza della scoperta, dei profumi, dei colori, delle esatte proporzioni, del microcosmo animale che lo abita. Ci ritroveremmo dunque con una descrizione incompleta e fallace. È per questo motivo che ho scelto di affidarmi per la realizzazione della ricerca sul campo al metodo dell'etnografia digitale, una tipologia emergente di indagine prettamente qualitativa, per lo studio socio-antropologico delle comunità online e delle risultanti relazioni sociali tecnologicamente mediate.

Per cogliere le connessioni tra la comunicazione online e quella offline e gli esiti di tale interazione sullo sviluppo della relazionalità sociale e del processo di costruzione dell'identità, ho affiancato all'osservazione partecipante all'interno dell'online interviste lunghe semi-strutturate realizzate nell'offline.

La sfida da affrontare per i ricercatori che si propongono di analizzare le interazioni e le socialità che si evolvono all'interno della rete è quella di utilizzare un metodo di studio che permetta di comprendere le modalità con cui gli individui si muovono attraverso i luoghi virtuali interconnessi nell'universo del cyberspazio.

L'etnografia digitale/virtuale o antropologia del cyberspazio risponde alla necessità sopracitata in quanto è una tipologia di analisi il cui obiettivo è quello di decodificare la complessità del campo di studio e illuminare le prassi semantiche che si intrecciano attraverso il cyberspazio e che producono inediti rapporti comunicativi i quali non possono non riflettersi sui processi che contribuiscono alla formazione dell'identità dell'io.

L'etnografia digitale, teoria sviluppatasi all'inizio degli anni novanta, si propone di utilizzare la cassetta degli attrezzi e gli strumenti tipici dell'antropologia sociale e di

adattarli alla virtualità spaziale della rete; al tal proposito Hine afferma «Ethnography is an ideal methodological starting point for such a study. It can be used to explore the complex links between the claims which are made for the new technologies in different arenas: the home, the workplace, the mass media and the academic journal and monograph. An ethnography of the internet can look in detail at the ways in which the technology is experienced in use»<sup>209</sup>.

Come sostiene Murthy «As ethnography goes digital, its epistemological remit remains much the same. Ethnography is about telling social stories. When an ethnographer comes back from 'the field', they, like Walter Benjamin's [...] 'storyteller', have 'something to tell about'. Whyte's [...] seminal work in Street Corner Society, among other examples, demonstrates how good ethnography effectively communicates a social story, drawing the audience into the daily lives of the respondents»<sup>210</sup>. Secondo l'autore quindi l'avvento delle nuove tecnologie ha cambiato il modo in cui raccontare ma non le storie stesse e il metodo di ricerca e analisi.

L'idea alla base di questa metodologia è dunque quella di usufruire di tecniche appartenenti all'antropologia come l'osservazione partecipante e la ricerca sul campo, ma adattandole al nuovo campo di analisi virtuale.

Ci si rivolge dunque agli studi antropologici di Bronislaw Malinowski, colui che aveva dato vita all'"osservazione partecipante", pratica che aveva portato Robert Marret, che aveva lavorato come lui in Oceania, a considerare Malinowski «un uomo capace di farsi strada nel cuore del più diffidente selvaggio»<sup>211</sup>.

Ovviamente il campo di ricerca non è più solo circoscritto alla misteriosa terra della Nuova Guinea e alle popolazioni indigene studiate dall'antropologo polacco, ma si amplia a dismisura per abbracciare l'intero universo visibile e sommerso rappresentato dalla rete e dalla moltitudine dei suoi fruitori.

Il punto da cui partire è quello di prefissarsi lo scopo di vivere l'esperienza della rete e del social network proprio come farebbe Malinowski in uno dei villaggi descritti nei suoi diari, utilizzando la sua stessa metodologia: "vivere proprio in mezzo agli

---

<sup>209</sup> C. Hine (2000), *Virtual Ethnography*, Sage, London, p. 4.

<sup>210</sup> D. Murthy (2008), *Digital Ethnography: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research*, p. 838, in «Sociology», Volume 42, N. 5, Sage, London, pp. 837-855.

<sup>211</sup> U. Fabietti, *Storia dell'antropologia*, Zanichelli Editore, Bologna, 2001, p. 100.

indigeni”, cercando di comprenderne usi, costumi e tradizioni per essere in grado di vedere attraverso i loro occhi al fine di condividere la loro visione del mondo e delle cose che li circondano.

L'obiettivo sarà dunque quello di trovare un equilibrio stabile tra il mantenere un punto di vista distaccato e al tempo stesso entrare nel cuore della comunità, per avere accesso alla comprensione della cultura sociale e del linguaggio comune, della quotidianità umana e delle ritualità condivise. Un equilibrio che è un elemento necessario per la buona riuscita di una ricerca etnografica come ha sostenuto Christine Hine: «the ethnographer inhabits a kind of in-between world simultaneously native and stranger. They must become close enough to the culture being studied to understand how it works, and yet be able to detach from it sufficiently to be able to report»<sup>212</sup>.

L'osservazione partecipante è una pratica che implica una costante e ricettiva presenza sul campo, e per quanto riguarda lo studio digitale, questa presenza si concretizza attraverso la mediazione dello schermo del computer e può avvenire secondo due distinte modalità: il ricercatore può decidere di partecipare attivamente alle conversazioni della rete oppure di indossare i panni del semplice osservatore, il cosiddetto *lurker*.

### **5.3 Origini dell'etnografia digitale**

La nascita dell'etnografia digitale come metodologia di ricerca va datata alla metà degli anni '90 quando la vita in rete e le community virtuali iniziavano a diventare un interessante campo di analisi per la comunità scientifica.

Inizialmente questa pratica era definita Cyberculture Studies ed era orientata allo studio delle emergenti comunità virtuali e di conseguenza delle diverse identità online che nascevano nel momento in cui gli utenti si iscrivevano ai forum di discussione e alle prime piattaforme virtuali.

---

<sup>212</sup> C. Hine, *op. cit.* p. 5.



### 5.3.1 The WELL e le prime comunità virtuali

Il primo contributo rilevante sul tema è *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier* ad opera di Howard Rheingold, considerato a tutti gli effetti il precursore e il padre di questa disciplina.

In questo volume l'autore studia le dinamiche comunicative all'interno di "The Well"<sup>213</sup> (Whole Earth Electronic Link) andando a definire le comunità virtuali come «nuclei sociali che nascono nella Rete quando alcune persone partecipano costantemente ai dibattiti pubblici e intessono relazioni interpersonali nel cibernazio»<sup>214</sup>.

L'importanza dell'opera di Rheingold è legata al fatto di essere il primo vero e proprio resoconto etnografico delle comunità virtuali attraverso l'uso dell'osservazione partecipante da parte del ricercatore in alcune delle prime aggregazioni sociali nel cyberspazio. L'obiettivo che l'autore si pone è dunque quello «di applicare l'analisi tradizionale del comportamento delle comunità al tipo di interazioni che scaturiscono dalla Rete»<sup>215</sup>; l'autore ci dice: «ho adottato uno schema proposto da Mark Smith. [...] Smith si sofferma sui "beni collettivi". Analizzare i beni collettivi di un gruppo è un modo per capire quali elementi tengono uniti in una comunità individui prima isolati»<sup>216</sup>.

Secondo Smith vi sono tre tipologie di beni collettivi che, come fossero un collante sociale, sono in grado di rappresentare il WELL come una comunità avente le stesse caratteristiche di una non virtuale: il capitale sociale della rete, il capitale di conoscenza e la comunione sociale.

Utilizzando la descrizione dello stesso Rheingold: «il capitale sociale di rete consiste per esempio nell'essere accolti dalla comunità che si sceglie anche se è situata in luogo sconosciuto come mi è successo a Tokio. Il capitale di conoscenze è quello che consente di usare la comunità virtuale come una sorta di consorzio di cervelli con esperienze e competenze molto eterogenee. E la comunione sociale è, per esempio,

---

<sup>213</sup> «Un sistema di teleconferenze che permette a persone di qualsiasi parte del mondo di partecipare a dibattiti pubblici e di scambiarsi messaggi privati per mezzo di un sistema di posta elettronica», definizione data dall'autore nell'introduzione al volume.

<sup>214</sup> H. Rheingold (1994), *Comunità virtuali. Parlare, incontrarsi, vivere nel cibernazio*, Sperling & Kupfer, Milano, p. 333.

<sup>215</sup> Ibidem, p. 14.

<sup>216</sup> Ibidem.

la conferenza *Essere genitori*<sup>217</sup> quando i bambini di Phil e Jay erano malati e tutti noi cercavamo di sostenerli con le nostre parole»<sup>218</sup>.

Secondo l'autore all'interno delle comunità virtuali prendono vita diverse dinamiche di socializzazione in cui gli utenti «si scambiano parole gentili, danno vita a dibattiti intellettuali, effettuano transazioni, si scambiano conoscenze, si danno reciprocamente un sostegno emotivo, fanno progetti, cercano soluzioni brillanti, fanno pettegolezzi, si vendicano, si innamorano, trovano e perdono amici, giocano, flirtano, discutono di arte e fanno moltissime chiacchiere: più o meno tutto quello che succede nella vita reale, ma lasciano fuori il corpo. [...] Nel mondo delle comunità telematiche, non esiste una cultura telematica; è più ecosistema eterogeneo di culture, alcune più frivole, altre più serie»<sup>219</sup>.

Interessante da notare è l'uso del termine ecosistema, infatti successivamente l'autore paragona il ciber spazio ad «[...] una coltura biologica, la Rete come il terreno di coltura e le diverse comunità virtuali come le colonie di microorganismi che si moltiplicano nella coltura. Ognuno di queste piccole comunità è un esperimento sociale in corso anche se nessun scienziato l'ha predisposto»<sup>220</sup>.

L'approccio e le riflessioni dell'autore richiamano da vicino il concetto di "laboratorio" della scuola ecologica di Chicago. I ricercatori della scuola di Chicago, seppur provenienti da diversi background sociali e culturali, erano accomunati dall'adozione di metodi qualitativi, come l'osservazione partecipante o l'utilizzo delle "storie di vita", e dall'aver individuato la città come laboratorio sociale «nel senso che concepisce il comportamento dei gruppi nello spazio urbano sulla base di un modello naturalistico (allo stesso modo di un ambiente naturale caratterizzato dalla presenza di diverse specie animali e vegetali che competono e cooperano tra loro) [...]»<sup>221</sup>. Non a caso Rheingold definirà il WELL come il suo principale campo di ricerca ma anche di vita digitalmente intesa, come «una piccola città, ma ora questa piccola città ha una porta che dà sul fermento e sulla rumorosa confusione della Rete; [...]»<sup>222</sup>.

---

<sup>217</sup> *Essere genitori* è uno dei forum delle conferenze che si svolgono all'interno del WELL: si tratta di un gruppo di sostegno informativo ed emotivo dedicato ad utenti con problemi legati alla sfera familiare. Lo stesso Rheingold lo definisce, a p. 22, "[...] un cantuccio del ciber spazio, piccolo ma pieno di calore umano".

<sup>218</sup> Ibidem, p. 14.

<sup>219</sup> Ibidem, p. 4.

<sup>220</sup> Ibidem, p. 6.

<sup>221</sup> P. Jedlowski (2009), *op. cit.*, p. 156.

<sup>222</sup> H. Rheingold, *op. cit.* p. 11.

Altra importante elemento da sottolineare di *Comunità virtuali* è lo sguardo equidistante che l'autore ha nei confronti delle allora nascenti comunità: da un lato ne esalta le potenzialità, immaginando “un’agorà elettronica” fondata sulla democrazia digitale, dall’altro ne sottolinea i pericoli che potrebbero nascere se la rete fosse usata in modo sbagliato.

A tal proposito Rheingold mette in risalto il concetto di *Panopticon*, ideato dal filosofo inglese Jeremy Bentham, e ripreso dal pensatore e critico sociale Michel Foucault in “Sorvegliare e punire”<sup>223</sup>, per sottolineare come l’apparato mondiale della rete delle comunicazioni potesse rappresentare in realtà una struttura di sorveglianza simile a quella ipotizzata da Bentham.

Foucault sosteneva che l’effetto più rilevante di tale struttura era quello di «[...] indurre nel detenuto uno stato cosciente di visibilità che assicura il funzionamento automatico del potere»<sup>224</sup> e «L’efficacia del potere, la sua forza costrittiva, sono, in qualche modo, passate dall’altra parte – dalla parte della superficie di applicazione. Colui che è sottoposto ad un campo di visibilità e che lo sa, prende a proprio conto le costrizioni del potere; le fa giocare spontaneamente su se-stesso; iscrive in se-stesso il rapporto di potere nel quale gioca simultaneamente i due ruoli, diviene il principio del proprio assoggettamento»<sup>225</sup>.

Questa esemplificazione di un modello di sorveglianza è stata spesso citata in riferimento alla rete<sup>226</sup> e alle forme di controllo incrociato permesse agli utenti stessi, divenendo col tempo l’archetipo del potere coercitivo e coattivo del sistema di socializzazione digitale.

### 5.3.2 La vita sullo schermo e i M.U.D.

Un altro contributo molto importante sul tema è *Life on the Screen: Identity in the Age of Internet* della studiosa Sherry Turkle, pubblicato nel 1995. L’autrice, laureata in psicologia all’università di Harvard, è stata definita l’“antropologa del cyberspazio” in

---

<sup>223</sup> M. Foucault (1976), *Sorvegliare e punire. Nascita della prigione*, Einaudi editore, Torino.

<sup>224</sup> Ibidem, p. 219.

<sup>225</sup> Ibidem, p. 221.

<sup>226</sup> D. Lyon (2002), *La società sorvegliata. Tecnologie di controllo della vita quotidiana*, Feltrinelli, Milano.

quanto ha dedicato allo studio dell'universo virtuale e delle conseguenti influenze sul processo di creazione dell'identità una trilogia di opere iniziata nel 1984 con il volume *Il secondo io* sul quale l'autrice dirà poi a posteriori « [...] descrivevo il lato soggettivo dei personal computer: non ciò che fanno per noi, ma ciò che fanno a noi, al modo in cui consideriamo noi stessi, le nostre relazioni, la nostra percezione di essere umani»<sup>227</sup>.

Le riflessioni contenute all'interno del primo capitolo di questo trittico furono ampliate nel secondo volume *La vita sullo schermo* nel quale la Turkle compie un viaggio esaustivo sullo stato dell'arte dell'allora nascente espansione delle comunità virtuali andando ad analizzare i M.U.D., i *Multi-Users Domains*, e cioè «domini a più utenti – oppure per maggiore accuratezza storica, *Multi-users Dungeons*, la cui genealogia deriva da *Dungeons and Dragons* – prigionie e draghi –, il gioco di ruolo fantastico molto popolare nelle scuole superiori statunitensi tra gli anni sessanta e ottanta»<sup>228</sup>.

Un M.U.D. veniva descritto come un portale di accesso che permette di entrare in spazi virtuali dove è consentito navigare, conversare e realizzare costruzioni, un gioco di ruolo online in cui era possibile partecipare in Internet ed in cui la caratteristica più interessante per l'autrice era l'anonimità del MUD.

La Turkle scrive: «l'anonimità dei MUD – dove si è identificati soltanto dal nome di uno o più dei personaggi – consente alle persone di esprimere uno o più aspetti inesplorati del proprio sé, di giocare con la propria identità e di sperimentarne di nuove. I MUD consentono la creazione di identità talmente fluide e multiple da esplorare i limiti del concetto stesso di identità»<sup>229</sup>.

Grande rilevanza viene data nel volume al rapporto tra mondi virtuali e identità e a tal proposito la Turkle sottolinea come «I MUD sono clamorosi esempi di come la comunicazione mediata del computer possa servire come luogo per la costruzione e la ricostruzione dell'identità»<sup>230</sup>.

Lo stesso Rheingold, nella sua ricerca etnografica, si è interessato ai MUD partecipando attivamente, con l'identità di *Pollenator*, ad uno di essi, un gioco immaginativo di recitazioni di ruoli ambientato nel ventiquattresimo secolo, in quanto

---

<sup>227</sup> S. Turkle (2012), *op. cit.*, p. 4.

<sup>228</sup> S. Turkle (1997), *op. cit.*, p. XI.

<sup>229</sup> *Ibidem*, p. XIII.

<sup>230</sup> *Ibidem*, p. XIV.

ispirato alla serie televisiva di *Star Trek*, nella città di *Cyberion city*. Analogamente alle riflessioni della Turkle in merito all'evoluzione del concetto di identità, Rheingold sottolinea come i mezzi di comunicazioni precedenti all'era digitale, come la radio e la televisione, «[...] hanno dissolto vincoli sociali relativi al tempo e allo spazio, i più recenti mezzi di telecomunicazioni telematiche sembrano dissolvere i confini dell'identità»<sup>231</sup>.

Nel MUD, che all'epoca potevano essere di due diverse tipologie<sup>232</sup>, vi è dunque la possibilità di interagire con gli altri utenti in maniera anonima, e di rappresentare una identità simile o completamente diversa da quella reale, entrando a far parte di una comunità virtuale con regole precise al cui interno vengono implementati e discussi progetti e azioni politiche. Interessante è il paragone che l'autrice fa con la lettura di un libro o la fruizione della televisione: «[...] giocare al MUD è allo stesso tempo simile a leggere un libro e guardare la televisione. Esiste sì un testo come nella letteratura, ma nel MUD l'azione si svolge in tempo reale e si è autori della storia. Come la televisione, si sta davanti ad uno schermo, ma il MUD è interattivo e si può mantenere pieno controllo su ciò che accade. Come nel teatro, scopo specifico è la costruzione di una maschera, o persona, credibile»<sup>233</sup>.

È dunque l'interazione dovuta al collegamento e alla partecipazione dei diversi utenti a dare vita a questo nuovo tipo di sé multiplo e fluido, a tal punto che l'autrice sostiene come il modello culturale destinato a divenire predominante negli anni a venire sia quello della simulazione «dove le persone si sentono sempre più a proprio agio nel sostituire le rappresentazioni con la realtà»<sup>234</sup>.

La possibilità di assumere più maschere e quindi di adottare più identità è stata resa possibile attraverso l'uso di un nuovo linguaggio a cui hanno partecipato la scienza dei computer e i progressi tecnologici dell'informatica tra cui «Internet [...] che ha contribuito al pensiero dell'identità come molteplicità. È su internet che si riesce a

---

<sup>231</sup> H. Rheingold, *op. cit.* p. 172.

<sup>232</sup> Le due tipologie erano: il gioco d'avventura che richiama molto da vicino l'eredità stessa dei giochi ad ambientazione medievale tipici di *Dungeons and Dragons*, chiaramente ispirati all'immaginario legato a "Il signore degli Anelli" di Tolkien; l'altro tipo è più legato alla partecipazione ad un mondo virtuale, che viene creato attraverso l'interazione dei diversi utenti che collaborano costruendo oggetti personali e ambienti architettonici.

<sup>233</sup> S. Turkle (1997), *op. cit.*, pp. 272-273.

<sup>234</sup> *Ibidem*, p. XXIX.

costruire un sé che fa ciclicamente ricorso a molti sé»<sup>235</sup>. Le enormi opportunità di esprimere diversi lati della personalità degli individui, lati destinati a diventare diverse identità nel mondo dei MUD, hanno portato l'autrice ad affermare come «Nell'epoca postmoderna le identità multiple non stanno più così ai margini della vita. Aumentano le persone che vivono l'identità come un insieme di ruoli in grado di fondersi e mescolarsi, di cui bisogna negoziare le diverse esigenze»<sup>236</sup>.

Successivamente nell'opera vengono evidenziati i possibili rischi legati all'utilizzo e alla partecipazione ai mondi virtuali, tra cui l'assuefazione e la possibilità che gli utenti considerino la vita reale come una delle tante finestre attraverso cui è possibile accedere ad un diverso MUD e ad una diversa versione di se stessi, allo stesso tempo però il volume è permeato dall'entusiasmo che l'autrice provava nei confronti dei mondi online ma, come abbiamo visto alla fine del capitolo precedente, nel suo ultimo volume *Insieme ma soli*, verranno approfondite maggiormente le distorsioni che la vita digitale può portare legate al tema della solitudine e al ritorno ad una ricerca dell'umanità del singolo.

### 5.3.3 Vita offline e online all'alba del nuovo secolo

È invece datato 2000 il libro *Virtual Ethnography* di Christine Hine, nel quale l'autrice si interroga sull'universo della rete, cercando di comprendere come applicare la ricerca a questo campo di studio. Nel volume Hine delinea una distinzione andando a definire Internet sia come cultura sia come artefatto culturale. Nella prima accezione ella sostiene che «the first view of the internet is that it's represents a place, a cyberspace, where culture is formed and reformed. Early approaches to computer-mediated-communication (CMC), conducted largely in experimental mode, suggested that it was an impoverished medium of communication»<sup>237</sup>.

L'autrice dunque sottolinea come nei primi studi sul tema fosse avvertito il timore di un impoverimento dei contenuti e del processo comunicativo: «Aggression and misunderstandings could be expected where people were limited to a text based

---

<sup>235</sup> Ibidem, p. 265.

<sup>236</sup> Ibidem, p. 267.

<sup>237</sup> C. Hine (2000), *op cit.*, p. 9.

communications, and the transmission of social cues vital to communication would be constrained»<sup>238</sup>.

La Hine evidenzia come gli studi più recenti sul tema abbiano superato l'empasse dovuto al rischio di una banalizzazione del cyberspazio, legittimando l'importanza delle comunicazione mediate dal computer «More systematic studies drew on ethnographic methodology to established CMC as a site of rich and sustained interactions which could viewed as constituting cultures in their own right. Ethnographic studies of online settings made a major contribution to establishment of a view of the internet as a culture where the uses people make of the technology available to the could be studied»<sup>239</sup>. La prima accezione di Internet, visto come una forma comunicativa che si sviluppa online e che è in grado di produrre cultura, porta l'autrice ad asserire che «these approaches established cyberspace as a plausible ethnographic field site»<sup>240</sup>.

Hine analizza successivamente l'accezione di Internet come artefatto culturale, inteso quindi come prodotto e non più come produttore di cultura: «this approach sees internet as a product of culture: a technology that was produced by particular people with contextually situated goals and priorities. It is also a technology which is shaped by the ways in which it is marketed, taught and used»<sup>241</sup>. Secondo l'autrice parlare di Internet come artefatto culturale significa: «is to suggest that it could have been otherwise, and that what it is and what it does are the product of culturally produced understanding that can vary»<sup>242</sup>.

L'analisi dell'universo virtuale, inteso come artefatto culturale, presuppone dunque un cambiamento del punto di osservazione e quindi secondo l'autrice l'interesse deve essere rivolto alla dimensione offline, il luogo reale dove tale prodotto culturale viene generato. La risposta fornita dell'autrice è che entrambe le concezioni devono essere studiate contemporaneamente per comprendere l'oggetto di studio, nonostante questo approccio integrato possa creare delle problematiche, «combining the two approach to the internet raises some methodological difficulties»<sup>243</sup>. Tali difficoltà sono legate allo

---

<sup>238</sup> Ibidem.

<sup>239</sup> Ibidem.

<sup>240</sup> Ibidem.

<sup>241</sup> Ibidem.

<sup>242</sup> Ibidem.

<sup>243</sup> Ibidem p. 10

stesso oggetto di studio in quanto «this is due to problems in translating an approach traditionally applied in specific bounded social settings to a communications technology which seems to disrupt the notion of boundaries»<sup>244</sup>.

Ci troviamo di fronte ad un ossimoro metodologico: come è possibile applicare un metodo di analisi che ha come oggetto specifici luoghi sociali ben delineati ad un campo di analisi che non conosce confini geografici? La via indicata dell'autrice per superare l'empasse dovuto al dilemma metodologico è appunto quello di utilizzare entrambi gli approcci attraverso un ripensamento ed un riadattamento dei concetti di spazio e etnografia: «Ethnographers have often settled down for studying either online and offline contexts. To combine the two requires a rethinking of a relationship between ethnography and space, to take account of the internet as both culture and cultural artefact»<sup>245</sup>.

Ovviamente la classica visione dell'etnografo come una sorta di esploratore della socialità che si muove in territori lontani per incontrare remote tribù di cui cerca di comprendere il punto di vista sul mondo attraverso l'interazione *face to face* si sposa con difficoltà con la comunicazione mediata dal computer, ma l'autrice sostiene che tale posizione può cambiare «if we recognize that the ethnographer could instead be construed as needing to have similar experiences to those of informants, however this experiences are mediated. Conducting an ethnography enquiry through the use of CMC opens up the possibilities of gaining a reflexive understanding of what it is to be a part of the internet»<sup>246</sup>.

Questa modalità permette dunque di fornire una simmetria all'etnografia in quanto l'etnografo è in grado di imparare attraverso lo stesso strumento di cui fa uso l'individuo che è obiettivo della sua stessa ricerca.

Gli sviluppi avvenuti nel campo della ricerca etnografica in merito alla mobilità e alla possibilità di esplorare luoghi diversi contemporaneamente insieme agli "indigeni virtuali" permettono di pensare all'etnografia come ad un metodo di conoscenza basato sull'esperienza il cui scopo non è più dunque solo quello di produrre una analisi olistica di una ristretta cultura. Secondo l'autrice questo offre quindi l'opportunità sia di ripensare la forma dell'oggetto di studio dell'antropologia sia di

---

<sup>244</sup> Ibidem.

<sup>245</sup> Ibidem.

<sup>246</sup> Ibidem.



riformulare le basi della partecipazione etnografica sul campo, per giungere alla consapevolezza che «An Ethnography of, in and through the internet can be conceived as of as an adaptive and wholeheartedly partial of approach which draws on the connection rather than location in defining objects»<sup>247</sup>.

Proseguendo sulla stessa linea tracciata dalla Hine in merito ad un approccio integrato tra la vita online e la vita offline ritroviamo il contributo di una giovane ricercatrice Israeliana, Liav Sade-Beck con l'articolo "Internet Ethnography: Online and Offline" del 2004.

L'autrice nella sua analisi sottolinea le difficoltà metodologiche che una ricerca di tipo qualitativo incontra quando si rivolge all'universo virtuale della rete: «[...] the Internet presents very many methodological difficulties in conducting ethnographic research due to its complex, diffuse, multi-faceted structure that makes it difficult to focus on a specific research object, and to take a particular sector of the population as the research subjects. Such a research population cannot be determined solely according to regular criteria, since use of the Internet is not limited to a particular social space»<sup>248</sup>.

Le complessità sono molteplici e sono legate alla liquidità del campo di analisi, all'anonimato dei suoi fruitori e alla modificazione dei concetti di spazio e tempo, a differenza di ciò che avviene in una ricerca etnografica classica: «This difficulty stands out especially in attempts to carry out observation and monitoring of users; the liquidity and constant movement on sites on the Web makes it difficult to follow up on a regular and methodical basis, or to define users, as people can change their identities from site to site. We cannot always check this due to the anonymity that characterizes Internet communication»<sup>249</sup>.

Un ulteriore livello di difficoltà riscontrato dalla ricercatrice è legato allo strumento dell'intervista online in quanto, a differenza dell'esperienza *face to face*, tale modalità priverebbe l'intervistatore del fondamentale contributo del linguaggio non verbale (espressioni facciali, linguaggio del corpo etc.) e della spontaneità, che vengono a

---

<sup>247</sup> Ibidem.

<sup>248</sup> Sade-Beck L. (2004), *Internet Ethnography: Online and Offline*, in «International Journal of Qualitative Methods», Vol. 3, No. 2., p. 6.

<sup>249</sup> Ibidem, p. 7.

mancare quando l'intervistato ha tempo per organizzare e modificare più volte le risposte.

Le complessità sopra citate hanno indotto la ricercatrice a riflettere sul metodo da adottare in quanto una etnografia unicamente basata sulla vita digitale non permette una comprensione esaustiva dell'oggetto di studio: «Ethnography solely based on online research supplies much information with a high degree of accessibility to subjects physically distant from the researcher. However, such research cannot be the sole source of data as it provides only a partial and limited picture without the link to the “real world,” and from which it is difficult to obtain an “overflowing description”<sup>250</sup>. This problematic dimension is created in the wake of the common dichotomous outlook that developed in social research on the Internet that makes a clear and sharp distinction between concepts from the virtual world online and the ‘real’ world offline»<sup>251</sup>.

L'autrice giunge dunque alla conclusione che una distinzione tra la vita reale e la vita digitale non sia attuabile nel momento in cui l'obiettivo è di comprendere la complessità del campo di studio: «Under these circumstances, the virtual world and the ‘real world’ merge, creating a broader definition of reality. Instead of relating to the features that distinguish the virtual world from the real world, we must adopt an approach focusing on imagination, associations and reciprocity between the two worlds. This approach can be expressed only through a re-examination of the fieldwork»<sup>252</sup>.

La soluzione metodologica adottata dall'autrice per comprendere il campo di studio della sua ricerca, l'analisi delle comunità virtuali israeliane presenti nella rete e dedicate al supporto emotivo e alla commemorazione del lutto, è dunque composta dall'integrazione di tre diversi approcci: «[...] integrated three online and offline methodologies of qualitative data-gathering that complement each other: online observations, offline (in-person) interviews, and analysis of a mixture of documents: traditional, “hard copy” press, the online press, Internet databases, and so forth»<sup>253</sup>.

---

<sup>250</sup> C. Geertz, (1973). *The interpretation of cultures: Selected essays*. New York, Basic Books.

<sup>251</sup> Sade-Beck L (2004), *op. cit.*, p. 8.

<sup>252</sup> Ibidem, p. 9.

<sup>253</sup> Ibidem, p. 10.

### 5.3.4 Un antropologo in Second Life

Uno degli studi etnografici di maggior interesse è stato quello condotto da Tom Boellstorff, professore di antropologia all'università della California che, dopo più di due anni di lavoro sul campo nell'universo virtuale di Second Life, ha prodotto l'opera *Coming of Age in Second Life*<sup>254</sup>.

Milioni di persone provenienti da ogni parte del globo fanno parte o hanno fatto parte di Second Life, un mondo virtuale (MUVE) lanciato nel giugno del 2003 dalla società americana Linden Lab. Attraverso la creazione di un Avatar i residenti di Second Life sono in grado di creare comunità, comprare proprietà e costruire case, andare a concerti o ad altri eventi pubblici, presenziare a funzioni religiose, comprare e vendere servizi o beni virtuali, trovare amicizie o innamorarsi.

La scelta del titolo del volume è un voluto omaggio all'antropologa Margaret Mead ed al suo *Coming of age in Samoa*<sup>255</sup>, libro che all'epoca della pubblicazione ebbe uno straordinario successo nella comunità scientifica divenendo una pietra miliare della ricerca in campo antropologico.

All'inizio della sua ricerca Boellstorff, non avendo in mente con chiarezza quale aspetto fosse di maggior interesse, si era interrogato sulla scelta intorno a quale canone metodologico adottare: «[...] What can ethnography tell us about virtual worlds?»<sup>256</sup>.

La risposta dell'autore è stata quella di concentrarsi unicamente sulla vita online di Second Life, decidendo a priori di non interessarsi a nessun aspetto della vita offline dei residenti e di qualsiasi legame con il mondo reale: «For the research upon which this book is based I conducted my research entirely within Second Life, as the avatar Tom Bukoski. I made no attempt to visit the offices of Linden Lab [...] I also made no attempt to meet Second Life residents in the actual world or learn their actual world-identities [...]»<sup>257</sup>. Il motivo di tale scelta è spiegato con chiarezza dallo stesso autore in quanto «if one wants to study collective meaning and virtual worlds as

---

<sup>254</sup> T. Boellstorff (2008), *Coming of Age in Second Life*, Princeton University Press, Oxford.

<sup>255</sup> M. Mead (1928), *Coming of age in Samoa*, Harper Collins, New York,.

<sup>256</sup> T. Boellstorff (2008), *op. cit.*, p. 61.

<sup>257</sup> Ibidem.

collectiveness exist purely online, then studying them in their own terms is the appropriate methodology [...]»<sup>258</sup>.

Ed è proprio in questa svolta metodologica che risiede l'originalità del volume in quanto si tratta del primo studio rivolto unicamente all'analisi delle identità digitali che si muovono, vivono e socializzano all'interno di un mondo virtuale senza andare oltre, senza cercare di comprendere chi vi è dietro la maschera<sup>259</sup>, ma fornendo una dignità analitica unicamente all'avatar e alle sue caratteristiche.

Per Boellstorff, citando un significativo esempio utilizzato dall'autore stesso, non è importante al fine dell'analisi se la persona con cui si sta relazionando in un dato momento è realmente una donna nel mondo reale, ciò che è rilevante per la sua ricerca sono il modo con cui essa esprime la sua identità virtuale.

L'autore è perfettamente a conoscenza del rischio metodologico a cui va incontro e che potrebbe dar luogo a critiche, ma egli controbatte rispondendo che dal momento in cui gli individui considerano tali mondi virtuali come luoghi significativi per l'azione sociale tali «[...] cultures exist wether we like it or not; our task is to study them»<sup>260</sup>, e l'emergere prepotente dei mondi virtuali ci porta a doverli considerare come contesti di grande rilevanza sociale, economica e politica.

Per l'autore dunque «Studyng a virtual world in its own does not meaning ignoring the myriad ways the idea from the actual world impinge upon it, it means examining those interchanges as they manifest in the virtual world, for that is how residents experience then when they are inworld»<sup>261</sup>.

L'obiettivo che l'autore si pone è dunque quello di dimostrare l'esistenza di una « [...] relatively enduring cultural logic shared in some way by those who participate in Second Life, though their stances toward this cultural logic differ»<sup>262</sup>.

Altra riflessione di grande rilevanza nell'opera è quella in cui l'autore sottolinea come in questo mondo virtuale esistano molte subculture affascinanti e diverse le une dalle altre, ma, secondo l'opinione di Boellstorff, Second Life è più che la somma di tali subculture e quindi il suo scopo sarà quello di esplorare le norme culturali nel loro carattere generale e non nella loro singolarità.

---

<sup>258</sup> Ibidem.

<sup>259</sup> Cfr. capitolo 2, in particolar modo i contributi di Goffman e Pizzorno.

<sup>260</sup> T. Boellstorff (2008), *op. cit.*, p.62.

<sup>261</sup> Ibidem, p. 64.

<sup>262</sup> Ibidem.

Nell'affermazione secondo cui Second Life è più della somma delle diverse subculture possiamo riscontrare la metafora organicistica<sup>263</sup> con cui Durkheim spiega la composizione e il funzionamento della società, che per il sociologo francese è come un corpo umano composto da organi che si integrano e cooperano tra loro: la società stessa quindi è più della somma degli individui da cui è composta. Allo stesso modo Boellstorff vuole analizzare il panorama sociale e soprattutto culturale di Second Life non fermandosi allo studio delle sue diverse componenti.

Successivamente, dopo aver spiegato di preferire il termine “antropologia virtuale” per definire la branca di studi sul campo in cui egli stesso è impegnato, Boellstorff si adopera, utilizzando la letteratura classica sul tema, in una distinzione tra i concetti di antropologia e etnografia<sup>264</sup>. Egli identifica quest'ultima come l'analisi volta a comprendere che tipo di cultura si sviluppa in un determinato contesto, e, sottolineando come esistano relativamente pochi studi antropologici sul tema dei mondi virtuali, sostiene che uno studio etnografico sia il più adatto per esplorare l'universo digitale.

Al fine di comprendere appieno le caratteristiche culturali che si sviluppano all'interno del suo campo di analisi l'autore spiega come l'utilizzo di una metodologia basata sull'*elicitazione*, rivolta quindi all'utilizzo di interviste o indagini che implicano porre domande e ricevere risposte, non possa fornire un quadro esaustivo in quanto «To try to understand virtual worlds based on elicitation methods is like trying to construct a grammar of English by asking speakers to describe how English works. [...] Like language, many aspects of culture are only imperfectly available for conscious reflection»<sup>265</sup>.

La tecnica privilegiata, dunque, che Boellstorff ha deciso di adottare per la sua analisi, è l'osservazione partecipante in quanto permette al ricercatore di entrare a fa parte del campo di analisi ed ottenere una conoscenza diretta degli eventi che avvengono al suo interno, evitando di chiedere a coloro che abitano e vivono una particolare comunità quali siano le regole a cui sottostanno in quanto spesso tali regole sono guidate dal senso comune e dall'abitudine e sono divenute automatiche,

---

<sup>263</sup> Cfr. E. Durkheim (2008), *Le regole del metodo sociologico*, Einaudi, Torino.

<sup>264</sup> Si tratta più che altro di una questione di comprensione epistemologica e di un'analisi sullo stato dell'arte delle ricerche sul tema.

<sup>265</sup> T. Boellstorff (2008), *op. cit.*, p. 68.

e dunque non disponibili ad essere analizzate attraverso una consapevole autoriflessione.

L'autore, dopo aver dunque scelto la modalità con cui condurre la ricerca, analizza la tecnica stessa: «The term participant observation is intentionally oxymoronic; you cannot fully participate and fully observe at the same time, but it is that ethnographers conduct their best work. Unlike elicitation methods, participation observation implies a form of ethical yet critical engagement between researcher and researched, even when the researcher is not a member of the community being studied»<sup>266</sup>.

L'osservazione partecipante dunque è utile per l'autore in quanto è un modo per fare propri e maneggiare concettualmente alcuni principi culturali che solitamente non vengono problematizzati e discussi con la dovuta attenzione epistemologica ed inoltre può fornire elementi chiarificatori per far emergere ed evidenziare aspetti che nella fase iniziale della ricerca non erano stati individuati, aspetti destinati a restare sommersi e quindi esclusi dalla formulazione di un questionario o dalle aree di interesse di una intervista, impedendo con ciò una visione chiara e panoramica delle dinamiche culturali all'interno di Second Life.

Oltre all'osservazione partecipante Boellstorff si è avvalso di interviste e focus group, tecniche adatte ad affiancare la ricerca sul campo in quanto utili a far riflettere i residenti in merito alle loro vite digitali e discutere su quali potessero essere tematiche significative o interessanti legate al loro contesto di socializzazione.

In questo studio innovativo e pionieristico per le scelte metodologiche utilizzate è da sottolineare l'attenzione dell'autore nel non tradire le basi propositive da cui ha preso vita la sua ricerca: innanzitutto l'aver inserito nel suo profilo, visualizzabile da ogni residente con cui è entrato in contatto, il fatto di essere un antropologo e in secondo luogo il non aver mai provato ad avvalersi di un avatar alternativo per ovviare a possibili difficoltà legate all'aver dichiarato il suo intento di ricerca. La motivazione alla base di questa scelta è legata da un lato ad un codice etico del ricercatore stesso e dall'altro alla necessità di neutralizzare il rischio di minare quella tensione tra l'atto dell'osservare e l'atto del partecipare e, di conseguenza, compromettere il rapporto di complicità che si viene a creare tra osservatore ed osservato che è un elemento necessario per la ricerca etnografica.

---

<sup>266</sup> Ibidem, pp. 71-72.

## 5.4 Gli strumenti della ricerca

La cassetta degli attrezzi di cui mi sono servito per compiere la mia ricerca ha avuto, dunque, come strumenti qualitativi l'osservazione partecipante e l'intervista lunga semi- strutturata.

La mia osservazione partecipante si è svolta su Facebook ed è durata diciotto mesi.

Il primo momento è stato quello legato allo sdoppiamento tra il ruolo di osservato e osservatore: da semplice utente che utilizzava Facebook come strumento di *entertainment* sono passato ad essere un soggetto interpretante della vita online che è divenuto il campo di indagine della mia osservazione diretta.

Successivamente ho allargato la cerchia dei miei "amici" di Facebook, chiedendo l'amicizia agli "amici degli amici", e ho costruito una griglia di osservazione per recepire le indicazioni emerse dall'analisi della letteratura teorica sul tema, dalle modalità di utilizzo di Facebook al tempo dedicato ad esso, dal tipo di argomenti affrontati e condivisi con i propri "amici" alle forme di conversazione (post, link, foto, ...), dalle forme di rappresentazione del sé (analisi dei profili degli utenti e altre informazioni caricate dall'utente direttamente collegate a questo) alle diverse modalità di gestione del delicato rapporto pubblico/privato (livello di privacy del proprio account), ed altro ancora.

L'obiettivo di questa fase del processo di indagine è stato duplice: da un lato mi ha illustrato le dinamiche comunicative interagenti tra gli utenti di Facebook e le tematiche emergenti dalle loro conversazioni online, dall'altro mi ha fornito la possibilità di individuare un campione di 16 utenti di Facebook, che non rientravano nella mia cerchia di amici virtuali e reali all'inizio dell'indagine, i quali per la continua frequentazione di Facebook rappresentassero i tipi ideali da scegliere come soggetti significativi a cui rivolgersi per le interviste in profondità.

Per quanto riguarda la fase di rilevazione di informazioni offline, la scelta dell'intervista in profondità, che si è avvalsa di una serie di domande guida al fine di coprire tutte le aree semantiche indagate, risponde alla necessità ermeneutica di creare un rapporto dialogico tra l'intervistatore e l'intervistato in cui sia possibile per l'intervistatore orientare il colloquio mantenendo però la libertà di poter approfondire

alcuni aspetti sommersi che si rivelano illuminanti al fine dell'indagine, e per l'intervistato intervenire con maggiore autonomia e quindi manifestare se stesso in maniera più indipendente e meno vincolante.

Come sostiene Grant McCracken: «**The long interview** is one of the most powerful methods in the qualitative armory. For certain descriptive and analytic purposes, no instrument of inquiry is more revealing. The method can take us into the mental world of the individual, to glimpse the categories and logic by which he or she sees the world. It can also take us into the lifeworld of the individual, to see the content and pattern of daily experience. The long interview gives us the opportunity to step into the mind of another person, to see and experience the world as they do themselves»<sup>267</sup>.

Per la realizzazione dell'intervista lunga e semi-strutturata, oltre al campione qualitativo di 16 utenti di Facebook, sono stati individuati, nell'offline, 4 non utenti "dichiarati" di Facebook, vale a dire che hanno scelto intenzionalmente di chiamarsi fuori da questa realtà.

La scelta di includere anche "non utenti dichiarati" di Facebook e più in generale dei Social Network, è motivata dall'esigenza di sondare le motivazioni alla base di questa scelta e il loro vissuto rispetto all'utilizzo di questi strumenti da parte di loro coetanei e amici.

Mi è sembrato altresì interessante sondare se esistano, e eventualmente quali siano, le differenze di genere rispetto all'utilizzo o decisione di non utilizzo di Facebook come strumento di comunicazione, nelle modalità di fruizione, e alla verifica dell'influenza di Facebook sul loro vissuto e sull'eventuale consapevolezza di tale influenza sulla costruzione della loro identità sociale.

---

<sup>267</sup> G. McCracken (1988), *The long interview*, Sage Publication, London, p. 9.



## Capitolo VI

*Our lives are not our own. We are bound to others, past and present, and by each crime and every kindness, we birth our future.*

David Mitchell

### Nuove forme di realtà

Dal 22 Gennaio 2008 sono un utente di Facebook.

Mi sono iscritto su consiglio di un mio amico, esperto di reti digitali, che mi ha suggerito come tale social network potesse diventare un utile strumento emergente di relazionalità sociale.

La mia adesione a Facebook è stata motivata da due ragioni: sia perché comunicare attraverso questo nodo digitale sembrava essere una esperienza interessante da vivere, sia perché mi permetteva di rimanere in contatto con persone con cui, per lontananza spazio temporale e per mancanza di occasioni di incontro, non riuscivo a mantenere una relazione che fosse costante nel tempo.

In questi anni ho costruito una rete di relazioni online che è diventata una fonte di amicalità diffusa e che si è intrecciata con i contatti *face to face* che scandiscono la mia vita quotidiana.

Ho sperimentato in prima persona il fascino dell'online e le sue implicazioni con l'offline, nell'inconsapevolezza propria di un intrattenimento fine a se stesso.

Dal momento in cui le reti digitali sono divenute il tema centrale della mia ricerca è stato naturale rivolgersi a Facebook come terreno ideale per analizzare i legami che si

instaurano nel digitale, l'influenza che esso ha nei processi identitari e il possibile rapporto di mutua implicazione tra la vita di relazione che si svolge nella virtualità e quella che si costruisce nella concretezza del reale.

## **6.1 *Framework* analitico della ricerca**

### **6.1.1 Facebook e le sue dinamiche di utilizzo**

L'osservazione partecipante si è sviluppata nell'arco di un anno e mezzo e ha prodotto un quadro interpretativo dell'universo di Facebook che mi ha fornito le coordinate socio-culturali per delineare le modalità di utilizzo di questo strumento di comunicazione, le tematiche emergenti da questa relazionalità digitale e i rapporti che intercorrono con le altre piattaforme virtuali e che nello stesso tempo mi ha permesso di individuare le linee guida per le interviste in profondità.

Facebook riveste per i suoi utenti una pluralità di funzioni: è un'arena comunicativa in cui è concesso rendere pubbliche le proprie opinioni e poi confrontarsi con quelle degli altri, è spazio di condivisione di interessi e passioni, è un luogo virtuale in cui incontrarsi e raccontare la propria vita attraverso pensieri, immagini, citazioni, narrazioni brevi, è un territorio nel quale è possibile manifestare i propri gusti in fatto di musica, letteratura, cinema e televisione, e in cui liberamente è ammesso dichiarare il proprio orientamento politico.

Tali pronunciamenti che riguardano il proprio vissuto esperienziale, le relazioni sociali, i gusti personali, la visione politica, possono generare approvazione quindi condivisione affettiva e/o ideologica oppure critiche aspre o ironiche.

Del resto chi si espone pubblicamente a dichiarare se stesso, i suoi pensieri, i suoi convincimenti, le sue emozioni, sa di mettersi nella scomoda posizione di divenire oggetto di discussione soprattutto quando si palesano le proprie opinioni politiche che possono dividere drasticamente chi è pro e chi è contro l'enunciazione iniziale.

Bisogna però ricordare che l'utente di Facebook ha la scelta, attraverso le impostazioni della privacy, di aprire il proprio profilo agli amici, agli amici degli amici,

oppure essere completamente pubblico. Il grado di fruibilità dei messaggi e la conseguente ampiezza del bacino di utenza incidono sulla qualità e la quantità delle risposte, sulla possibilità di innescare meccanismi di approvazione e di rifiuto.

Il primo passo dell'adesione alla community di Facebook è l'iscrizione. Iscriverti vuol dire entrare nel sito, mettere la propria email, digitare un password che viene ripetuta per confermare e successivamente scegliere il nome utente, rispetto al quale Facebook ti invita a usare il nome proprio, lasciando aperta la possibilità di modificare per un massimo di cinque volte il tuo nome utente.

Successivamente una serie di domande alla voce informazioni, in cui vengono chieste notizie e dati di base sulla tua vita, contribuisce a delineare il profilo che può essere maggiormente esaustivo con l'aggiunta di altre peculiarità e aspetti che descrivano il vissuto dell'utente come l'orientamento politico, religioso, sessuale, la situazione sentimentale, il percorso di istruzione compiuto, tutti elementi che contribuiscono a delineare la riconoscibilità del nuovo utente di Facebook.

I responsabili e gli investitori di Facebook hanno teso a creare una community in cui le persone si presentano con il loro nome e quindi sono riconoscibili nella loro identità e nello stesso tempo di garantire per loro un "foro" di discussione sicuro in cui sia possibile incontrare virtualmente gli utenti identificandoli dal loro profilo e dalle amicizie in comune.

Questa è una caratteristica di Facebook che viene orgogliosamente rivendicata; Facebook infatti presenta se stesso come un network che "aiuta a connettersi e a rimanere in contatto con le persone della tua vita"<sup>268</sup>.

Peter Thiel, un investitore di Facebook, ha dichiarato che considera «assai positivo il fatto che le persone reali abbiano sconfitto quelle finte»<sup>269</sup>; non tutti condividono questa linea editoriale di Facebook; ad esempio Geert Lovink riporta i giudizi drastici di Zadie Smith su questo network che viene considerato fondamentalmente falso nel suo essere eccessivamente patinato e accattivante: «Nella sua recensione del film *The Social Network* (David Fincher, 2010), Zadie Smith disprezza la normalità di Facebook per come viene definita dai suoi fondatori tutti un po' autistici e *computer-nerd*. «Forse è l'intera Internet a diventare come Facebook: gioviale e amichevole in modo finto, teso all'auto-promozione, viscido e insincero». La generazione Web 2.0

---

<sup>268</sup> [www.facebook.it](http://www.facebook.it).

<sup>269</sup> Wall Street Journal, 11 ottobre 2010.

merita di meglio: «Facebook è il Far West di internet addomesticato per adattarsi alle fantasie e all'anima di un quartiere residenziale». Smith si chiede se non dovremmo opporci a questa pacificazione. «Eravamo destinati a vivere online. Dovevamo essere qualcosa di straordinario. Eppure che razza di vita è mai questa? Facciamo un passo indietro e osserviamo per un momento il nostro Muro su Facebook: non sembra improvvisamente ridicolo? La nostra vita è ridotta ad un formato come *questo?*»<sup>270</sup>.

Geert Lovink si chiede se non sia necessario trovare una via d'uscita da un panorama comunicativo che egli considera ristretto nella sua normalità e distopico nella sua privacy, ma il successo di utenti che ha riscosso Facebook dimostra come esso sia una formula vincente e che quindi le scelte compiute siano funzionali alla diffusione di tale piattaforma mediatica.

Il profilo di Facebook ha subito nel tempo delle modificazioni. All'inizio il nome utente era accompagnato solo da una foto, una rappresentazione connotativa e denotativa della personalità del fruitore.

La foto presente nel profilo può rafforzare la riconoscibilità del fruitore. Può dire qualcosa del suo vissuto affettivo e culturale e/o delle sue passioni. Essa ha la funzione di un biglietto da visita che mette a conoscenza gli amici, gli amici degli amici, il pubblico, di ciò che è importante per l'utente che sceglie una determinata rappresentazione per parlare di se stesso.

Ora alla fotografia si è aggiunta quella che si chiama "immagine di copertina": nel momento in cui il profilo si è trasformato in un diario che rappresenta la cronistoria degli eventi significativi che hanno segnato la vita digitale dell'utente è stata offerta l'opzione di inserire una ulteriore traccia visiva della sua identità.

L'introduzione alla propria identità digitale attraverso un messaggio iconico viene potenziata dall'inserimento dell'immagine di copertina che può essere paragonata alla copertina di un libro e che potrebbe essere il riassunto visuale della storia che nel diario viene narrata.

La scrittura di Internet però, a differenza di quella che compare nei testi in formato tradizionale, è soggetta al mutamento, così come le immagini che compaiono sul digitale.

---

<sup>270</sup> G. Lovink (2012), *op. cit.*, p. 61.

Una storia sul digitale non viene raccontata una volta e per sempre, ma è contraddistinta dalla dinamicità diegetica: come muta la vita del fruitore di Facebook, così possono mutare il nome prescelto per presentare se stesso, la foto che accompagna questo nome e l'immagine di copertina che potenzia semanticamente la presentazione del profilo.

L'iscrizione e la creazione del proprio profilo sono il primo momento di familiarizzazione con lo strumento comunicativo di Facebook. Il secondo momento è contrassegnato solitamente dalla ricerca di amici con cui entrare in contatto e dalla parallela richiesta da parte di altri utenti di entrare in amicizia con lui. I primi "amici" con cui si costruisce una rete di rapporti online sono di solito persone che si conoscono nella vita reale e che a volte assumono la funzione di socializzatore del nuovo fruitore di Facebook quando comincia ad entrare in un mondo a lui sconosciuto.

Con i primi amici inizia la vita digitale dell'utente che può divenire un nodo di un esteso e interrelato network che può tendere sino all'infinito.

I rapporti comunicativi tra amici possono assumere forme diverse, pubbliche o private.

Si può scrivere sui diari reciprocamente postando pensieri, immagini e video che tutti possono vedere: i diari divengono il luogo di una comunicazione reciproca che è aperta a tutti i contatti presenti nell'una e nell'altra cerchia di amici dei protagonisti dell'interazione.

Esistono forme private di comunicazione che potremmo definire "sommerse": la "chat" che è una procedura di instant messaging tra due interlocutori, un dialogo sincrono basato sull'immediatezza del rapporto comunicativo, o i messaggi privati che possiamo descrivere come una via di mezzo tra lettera, posta elettronica e messaggio sul cellulare.

Se le interazioni attraverso chat possono avvenire solo tra amici, che si scambiano parole come se fossero l'uno di fronte all'altro nella vita reale, i messaggi privati possono essere indirizzati anche a chi non fa parte dei contatti dell'utente, sono un'offerta comunicativa che può rappresentare un modo per allargare la rete degli amici.

È possibile creare *ex novo* un gruppo di contatti o aderire a uno già esistente, basati entrambi su interessi comuni, sulla comune appartenenza a un luogo di lavoro, a una

località di villeggiatura, a una esperienza vissuta insieme, ad esempio nel campo della solidarietà sociale e umana, dell'educazione culturale oppure del divertimento.

Questi gruppi possono essere aperti o chiusi, sia per quanto riguarda la visibilità dei contenuti sia per quanto riguarda la possibilità di potersi iscrivere.

I gruppi chiusi possono essere visualizzati come "isole", micro-comunità che vivono all'interno di un contesto comunicativo più vasto.

### **6.1.2 Osservazione partecipante e aree semantiche**

L'osservazione partecipante sia delle modalità di utilizzo di Facebook che dei comportamenti degli utenti mi ha permesso di individuare le tematiche centrali su cui basare la mia analisi tesa a cogliere sia le peculiarità delle interrelazioni semantiche che si attuano attraverso Facebook e che si evolvono nel rapporto tra l'offline e l'online sia la loro influenza sui processi di socializzazione e identificazione.

Il mio sguardo costante sui post di Facebook durante il periodo in cui ho esercitato l'osservazione partecipante mi ha dato l'opportunità di cogliere i centri d'interesse che emergevano dai messaggi e dalle dinamiche comunicative che si svolgevano tra gli utenti.

Fra le opzioni ho scelto di concentrarmi su quelle che da un lato rispondevano alla necessità euristica di indagine su Facebook e il suo universo semantico e che dall'altro venivano incontro al tentativo di comprendere e di interpretare i vissuti degli utenti nei confronti della rete, l'identità digitale e le sue sfaccettature, le relazioni emergenti tra il reale e il virtuale.

Queste tematiche hanno messo in luce aree semantiche che sono diventate i poli strutturali attorno ai quali si sono costruite le interviste in profondità.

La prima area semantica riguarda le motivazioni che sono sottese all'iscrizione a questa piattaforma digitale. Il mio interesse si è concentrato sul perché un soggetto decide di aderire ad un network: attraverso un percorso di riflessione e di autoanalisi da parte dell'utente. Il mio intento ermeneutico è stato quello di far affiorare la consapevolezza del motivo che sta alla base della decisione di dedicarsi alla costruzione di relazioni online.

La seconda area semantica ha come oggetto di analisi le opzioni relative al significante e al significato nella delineazione del proprio profilo.

Ogni scelta non è mai innocente o casuale. Evidenziare quali immagini e quali contenuti hanno contribuito alla creazione del proprio diario/profilo è utile per dirci qualcosa sulla raffigurazione dell'io da parte dell'utente e sulle sue caratteristiche.

La terza e la quarta area semantica hanno come obiettivo quello di cogliere non solo i meccanismi che contribuiscono attraverso l'online alla delineazione della propria identità e di quella degli amici che comunicano attraverso Facebook con l'utente, ma anche se e come egli abbia maturato una consapevolezza del sé digitale e del sé reale attraverso il proprio profilo e le interazioni semantiche che si sviluppano quotidianamente nell'orizzonte socializzante di Facebook.

All'interno del grande panorama delle relazioni sociali mi sono focalizzato soprattutto sulle relazioni sentimentali che sono il contesto privilegiato della quinta area semantica.

Tale scelta è legata al fatto che attraverso l'osservazione partecipante ho potuto constatare come tale tema coinvolga emozionalmente un numero di utenti piuttosto elevato. Ad esempio, quando si sviluppa un rapporto sentimentale, quando si viene a conoscenza di una proposta di matrimonio, quando si apprende che una coppia aspetta un bambino, e quando compare la sua foto su Facebook, le adesioni si moltiplicano e si riesce a visualizzare di che materia è fatto un sentimento attraverso la sua esposizione nella rete degli amici.

La possibilità di cogliere il rapporto di mutua implicazione tra il reale e il virtuale mi è stata offerta anche dalla sesta area semantica in cui ho analizzato la creazione di eventi sulla rete digitale e la loro concretizzazione nella prassi quotidiana.

La ricerca ha avuto come oggetto eventi privati ed eventi pubblici compresi quelli di matrice politica. Questo ha aperto la strada ad una indagine sul modo in cui vengono vissute le esternazioni politiche in Facebook e la loro ricaduta sulla vita reale.

La scelta di avere come interlocutori privilegiati della ricerca utenti tra i venticinque e i trent'anni, è stata motivata dalla necessità conoscitiva di cogliere il passaggio cruciale determinato dall'ingresso e dall'affermarsi dell'online nella vita sociale.

Coloro che hanno compiuto i venticinque anni, come detto in precedenza, hanno conosciuto i media elettronici prima della diffusione capillare dei media digitali, sono

stati familiarizzati fin dalla prima infanzia al loro utilizzo e quindi sono soggetti maggiormente significativi per cogliere le interazioni e la convergenza tra l'elettronico e il digitale. E questo è appunto l'oggetto delle settima area semantica.

L'ultima area semantica su cui si è soffermata la mia attenzione è quella relativa alla percezione del possibile controllo esercitato dalla rete oppure del godimento di una libertà senza confini.

Il digitale offre la possibilità di esprimere le proprie opinioni e soprattutto di farle circolare, se uno vuole, in un ambito non solo molto esteso, ma che si può estendere all'infinito.

Facebook dà ai suoi utenti l'opportunità di scegliere tra un profilo accessibile solo agli amici oppure aperto a tutti i fruitori. In ogni caso mi pareva interessante rilevare se questa rete viene vissuta come uno spazio di libertà espressiva oppure se l'utente avverte il rischio che la partecipazione a un circuito digitale possa comportare delle forme di controllo non tanto ad opera di un potere anonimo esercitato dall'alto quanto da una sorveglianza paritaria e capillare.

Ognuno può trovarsi nel duplice ruolo di controllore e controllato. La mia analisi è rivolta ad appurare come vive se stesso il soggetto che usa Facebook come strumento di comunicazione.

## **6.2 Le linee guida delle interviste in profondità**

Le otto aree semantiche che ho individuato attraverso l'osservazione partecipante mi hanno fornito le linee guida per impostare le interviste lunghe in profondità.

Le linee guida si sono concretizzate in una serie di domande che mi hanno consentito l'elaborazione della traccia per svolgere il colloquio con gli intervistati che, pur libero, è stato indirizzato verso i temi che avevo scelto di approfondire.

Le domande che nel corso del dialogo sono state rivolte a tutti i soggetti sottoposti all'intervista sono le seguenti:

- Da quando tempo sei iscritto a Facebook?
- Come ne sei venuto a conoscenza?



- Per quale motivazione ti sei iscritto?
- Quante volte ti colleghi al giorno?
- Hai per caso qualche rituale particolare legato a Facebook?
- Sei iscritto ad altri social network?
- Ad altre community online?
- Che foto hai ora nel tuo profilo?
- Come l'hai scelta?
- E quella di copertina?
- Ha/Hanno un significato particolare?
- Ti ricordi qual è l'ultimo post che hai messo?
- Qual è l'ultimo post a cui hai dato un like?
- Hai mai partecipato a giochi interattivi tipo Farmville?
- Pensi che il tuo profilo rispecchi la tua personalità?
- Quando guardi il profilo di un tuo amico, che conosci da tempo, hai la sensazione che rappresenti la sua personalità?
- Prova a ripensare a cinque anni fa: in cosa ti sembra diverso il tuo mondo rispetto ad allora?
- Pensi che Facebook abbia cambiato il modo con cui ti rapporti con gli altri?
- Se conosci una persona nella vita reale, una sera che sei fuori con gli amici la cerchi su Facebook successivamente?
- Pensi che la tua vita reale (offline) e tua vita digitale (online) siano due mondi che viaggiano paralleli, interconnessi o separati?
- Facebook ti ha permesso di tornare in contatto con persone del tuo passato?
- La consideri un'esperienza positiva o negativa?
- Ci sono persone a cui hai rifiutato l'amicizia?
- Ci sono persone a cui hai disconnesso l'amicizia?
- A te è mai capitato? Se sì come ti sei sentito?
- Nel momento in cui sei in una relazione stabile aggiorni il tuo status?
- Prima di un appuntamento con un ragazzo/a guardi mai il suo profilo?
- Hai mai avuto un appuntamento con una ragazza/a conosciuto/a grazie a Facebook?
- Che esperienza è stata, come ti sei sentita/o?
- Controlli mai il profilo di un ex-fidanzato/a?

- Hai mai organizzato un evento usando Facebook? Compleanno, riunione con colleghi di lavoro o università, una semplice cena fuori?
- Che esperienza è stata?
- Hai mai partecipato ad eventi pubblici o privati di cui sei venuto a conoscenza grazie a Facebook?
- Li hai condivisi con i tuoi contatti?
- Anche di tipo politico?
- Esprimi mai pareri riguardo al tuo orientamento politico?
- Cosa pensi quando leggi un post politico con cui non sei d'accordo?
- Da quando usi il Facebook è cambiato l'uso che fai del telefono cellulare?
- È cambiato il tuo utilizzo di radio o televisione?
- Temi mai per la violazione della tua privacy?
- Hai mai avuto timore che alcune foto potessero danneggiarti?
- Utilizzi le liste di amici per selezionare i contenuti che posti e la loro visualizzazione?
- Sei mai stato oggetto di revisione da parte dei moderatori? Profilo bloccato per del tempo?
- Pensi di essere mai stato segnalato?
- Hai mai segnalato un post di un tuo contatto?
- Ti senti libero nel suo utilizzo?
- Hai mai avuto timore di essere controllato?
- Conosci la password di qualche tuo contatto?
- L'hai mai utilizzata per fare uno scherzo?
- Se dovessi rappresentare Facebook con una immagine quale sarebbe?
- Da quando sei iscritto/a hai mai avuto un periodo di distacco o disinteresse?
- C'è stato un momento in cui hai pensato di toglierti da Facebook?

### **6.3 La voce degli utenti**

La storia di ogni utente di Facebook comincia con una vera e propria nascita nel digitale che coincide con il momento in cui si iscrive in questo network e comincia a connettersi attraverso la piattaforma digitale.

Questo atto formale e sostanziale, che include il soggetto nella fruizione sociale del cyberspazio, ha origine in una scelta di cui è interessante indagare le motivazioni in quanto aiutano a comprendere il passaggio dall'offline all'online e le loro possibili interconnessioni.

Le motivazioni, prendendo a prestito gli attributi conosciuti da Roman Jakobson<sup>271</sup> per definire le funzioni linguistiche, sono di carattere denotativo e/o connotativo, cioè si richiamano alla possibilità di essere informati da coloro che si frequentano sulle opportunità che offre Facebook di avere notizie sulla vita sociale e/o di non essere esclusi dai dialoghi che gli amici facenti parte della tribù intrecciano attraverso questo network digitale.

L'individuo vive in un contesto relazionale in cui le informazioni come frecce semantiche viaggiano velocemente. La vita sociale è scandita per molti, se non per tutti, da una molteplicità di interrelazioni: le occasioni di incontro sono frequenti e quindi sono frequenti le possibilità di conoscere attraverso il passaparola le voci che corrono.

“Per quale motivo?...ma per le ragazze è ovvio...no scherzo, per passaparola, l'aveva una mia amica e mi ha invitato lei a iscrivermi...era il 23 febbraio 2008, me lo ricordo bene perché sono andato a controllare poco tempo fa”. (L. Z.)

Se più amici e conoscenti alludono alla frequentazione di Facebook come a un mezzo che ha permesso loro di allargare le informazioni sull'universo relazionale del loro presente e del loro passato, in chi non usufruisce ancora di questo network può scattare un meccanismo di emulazione che è anche un portato dell'interesse suscitato da qualcosa di nuovo.

Molte risposte alla domanda diretta: “Per quale motivazione ti sei iscritto a Facebook”, hanno legato le informazioni ricevute dal gruppo dei pari alla curiosità generata dal passaparola.

“Perché mi sono iscritta?...per curiosità...ne parlavano tutti...” (E. G.)

---

<sup>271</sup> R. Jakobson (1970), *op. cit.*

“Sai è successo tempo fa...ma se ci penso credo proprio che fosse semplice curiosità”  
(E.G.)

“Sia per curiosità che per passaparola, penso che qualcuno mi avesse mandato l'invito ma non mi ricordo bene... Diciamo che anni fa era l'evoluzione di AUPAT apparentemente...ed io essendo iscritto a quello...” (L. C.)

“All'inizio non davo tanto peso alla cosa..pensavo che fosse una di quelle cose che nascono e spariscono in un paio di mesi...cosa mi ha spinto?...la curiosità di andare a vedere persone del passato, i compagni delle elementari, delle medie, anche del liceo, che avevo perso di vista...per contingenze di vita ma con cui mi avrebbe fatto piacere scambiare quattro chiacchiere...e anche volevo vedere la potenzialità di utilizzarlo come mezzo di comunicazione su base giornaliera con i miei amici e i mie contatti in Italia...contando sul fatto che io vivo all'estero” (L. B.)

“Mmm...dunque di preciso non mi ricordo ma penso perché ne parlavano tutti...per vedere com'era..” (C. R.)

Conoscenti ed amici divengono i testimoni di una relazionalità comunicativa appagante e seducente che rende possibile instaurare rapporti con chi è lontano in una interazione semantica sincronica che sconfigge la stessa distanza.

La velocità comunicativa che è una delle risorse totemiche della postmodernità viene soddisfatta compiutamente così come la possibilità di annullare le distanze spazio-temporali che si frappongono a volte alla volontà di recuperare rapporti interrotti che hanno avuto origine nel passato o che sono di recente acquisizione, ma che senza la comunicazione online non potrebbero continuare ad esistere.

La testimonianza di un'opportunità comunicativa che dilata le possibilità semantiche dell'individuo costituisce una forte motivazione a sperimentare la relazionalità online attraverso la mediazione di Facebook.

“I've heard about it just from friends...A lot of my friends are all around the world, United States...Australia...they use Facebook and so...It's a way to keep on the interaction or to enjoy it more” (S. O.)

“My brother sent me an invite...my younger brother. I thought “It’s a nice thing to do” but at the same time I was a bit sceptical because I don’t want share my details...my complete address...you know...my brother was in Nigeria and I don’t trust so much things come from Nigeria...and so I went to Google to search Facebook... I read about it and I enjoyed it.”

(O. O.)

I dati riportati nel capitolo precedente che testimoniano la grande diffusione di Facebook a livello globale e locale danno ragione della necessità cogente di aderire a tale Social Network che alcuni intervistati hanno legato, in maniera latente, al fatto di non sentirsi “esclusi”:

“...ma sai alla fine quasi tutti i miei amici si erano iscritti e allora...” (A. B.)

La marginalità può creare una forma di sofferenza relazionale: se molti amici o conoscenti sono utenti di Facebook e nei loro discorsi *face to face* ritornano spesso delle narrazioni intorno ai post, alle immagini, alle discussioni che fioriscono nell’online chi non è fruitore non può inserirsi in questa dialogicità diffusa in quanto non è attore di questa rappresentazione.

In passato quando non era stato possibile assistere ad un evento importante per la comunità, piccolo o grande che fosse, ci si sentiva esclusi nel momento in cui gli altri ne parlavano, ne svisceravano ogni aspetto, ricordavano frasi celebri che in quell’evento erano state pronunciate, allo stesso modo chi non si collega a Facebook si sente straniero fra persone che si intendono perché parlano lo stesso linguaggio, commentano eventi condivisi e quindi si sentono parte di una stessa tribù.

Questa richiesta di cooptazione per non essere tenuti ai margini del contesto relazionale emerge in alcune risposte in modo implicito, in un caso, un fruitore la esprime in piena consapevolezza.

Per un periodo mi sono disconnesso e ho...diciamo congelato il profilo...per ragioni mie personali...legate a una ragazza e a una situazione...beh per un po’ ho resistito ma poi tre o forse quattro mesi dopo sono rientrato con il profilo di un mio

amico..conoscevo la password e...usavo la sua identità...ahahah... perché l'ho fatto?... a pensarci bene non essendoci mi sentivo di perdere qualcosa...di essere fuori da qualcosa...e poco tempo fa ho riaperto il mio...quello che avevo congelato” (L.Z.)

I rapporti comunicativi online qualunque sia la motivazione che ha spinto il neofita ad iscriversi diventano parte integrante del suo contesto relazionale quotidiano.

Alla domanda: “quante volte ti colleghi a Facebook?” gli utenti hanno risposto che almeno una volta al giorno accedono al network per essere informati su quanto è successo nella loro cerchia di amici.

“Questa è una bella domanda...eh dipende dal livello di noia.. in linea di massima due volte al giorno: quando torno dal lavoro, oppure prima quando faccio il turno serale e poi un'altra volta la sera..prima di andare a dormire”. (L. B.)

“I use Facebook every day...more times a day” (S. O.)

“...Sempre...” (C.R.)

“Beh quando usavo solo il computer accadeva una volta al giorno, la sera tornato dal lavoro...” (A.B.)

Nessuno vuole restare indietro: la comunicazione immediata di quanto è accaduto richiede di essere immediatamente recepita.

Il collegamento consente di venire a sapere quasi “in diretta” ogni novità che riguarda coloro che fanno parte della tribù.

Con l'avvento degli smartphone la possibilità di accedere alle informazioni si è potenziata: dovunque uno sia, non importa il posto fisico, casa, luogo di lavoro, università, palestra, bar, ristorante e altri spazi di socializzazione, può collegarsi a Facebook e inserirsi nella relazionalità online restando costantemente connesso:

“...mentre ora con l'iphone mi collego...non so neanche dirti quante volte...almeno venti al giorno...mi basta un click” (A.B.)

“In the last one year I have a mobile phone...well I say...In the last one year I have a mobile and I'm on Facebook all the time...I'm always very active...If you send me a message on Facebook my mobile phone gives me a sign of it and so I think I'm on Facebook permanently...” (O. O.)

La comunicazione *face to face* può essere disturbata e/o alimentata dall'uso continuo dello smartphone. Nel momento in cui un individuo, che insieme ad altri sta concretizzando un'azione di relazionalità reale, è continuamente impegnato ad ascoltare i messaggi provenienti dallo smartphone, gli altri attori della relazione, più o meno scherzosamente, gli fanno notare che in questo modo si sta sottraendo ai dialoghi incentrati nella concretezza del reale.

“si è vero...io sono abbastanza “connesso”...però quando sono fuori e magari tre persone su cinque che siamo...sono lì a chattare...beh io dico qualcosa...la butto sul ridere...però penso veramente che alle volte sia..eccessivo...” (L.C.)

Ma se le notizie che arrivano dallo smartphone rivestono interesse per il gruppo, i messaggi dal cyberspazio da rumore si trasformano in strumento di aggregazione e la voce proveniente dalla virtualità offre argomenti di discussione per le comunicazioni *face to face* nel reale.

L'appuntamento con gli amici di Facebook diviene dunque una costante nella vita quotidiana che viene scandita secondo una serialità che ricorda un rituale che comunque deve essere celebrato.

Alla domanda “Hai per caso qualche rituale particolare legato a Facebook?” nessuno degli intervistati ha risposto affermativamente, ma tutti hanno dichiarato che non disertano l'appuntamento giornaliero e soprattutto che hanno delle abitudini che si ripetono quotidianamente nel loro approccio alla vita digitale:

“particolare rituale no...forse proprio il fatto che comunque tutti i giorni mi collego...”  
(A.B.)

“I don't know...well during my first coffee in the morning I think about Facebook...ahahaha maybe that's a ritual...When I wake up I take my phone and I check the messages” (O.O)

Si potrebbe suggerire che lo stesso atto di connettersi a Facebook sia diventato un rituale che è parte integrante della vita degli individui che hanno scelto questo social network come luogo privilegiato della comunicazione online. E questo è confermato da chi utilizza altri social network come Twitter, in quanto la convergenza mediatica digitale permette che i contenuti che appaiono sull'uno vengano automaticamente postati anche nell'altro.

Il profilo di ogni utente di Facebook è un ritratto di se stesso visualizzato in un biglietto da visita digitale che attraverso scrittura e immagini racconta la propria storia.

Chi legge viene a conoscenza degli avvenimenti che hanno segnato la cronistoria dell'autore del profilo, delle opzioni iconiche inerenti alla rappresentazione di sé, dei percorsi esistenziali e delle scelte di vita.

Gli intervistati hanno dichiarato che il loro profilo rispecchia fedelmente quello che sono, o almeno quello che credono di essere o che vogliono essere, il loro interesse e le loro passioni.

“I think that my profile...it's a kind of...I don't know I try to project my life...when I comment it's always something in relations with my believes, with the things I believe... Especially when I post or comment about immigration, inclusion, institutions or poverty. I think that if you look at my profile you see I'm a family man, married with kids, I love my kids, I think it reflects my personality...definitely...” (O.O)

“il mio profilo o diario...come preferisci chiamarlo tu... mi rappresenta direi completamente...sono io in tutto e per tutto” (F. R.)

“...sì direi senza dubbio...sono io quello che appare nel mio profilo...non potrei mai postare una cosa che non interessa, una canzone che non mi piace o ...o magari commentare o mettere mi piace a qualcosa che non penso...” (L.Z.)

“I think that my personality of Facebook reflects my personality in daily life” (S.O.)



Dal dialogo con gli utenti di Facebook emerge che c'è una continuità e una congruenza tra il sé reale e il sé digitale.

Nella descrizione di se stessi non viene portato avanti consapevolmente un progetto ingannevole che conduca alla costituzione di un modello personale lontano da come l'individuo è in realtà.

Chi nel contesto quotidiano vuole apparire in perfetta forma fisica posta delle foto che siano testimonianza della sua assiduità come frequentatore della palestra; chi è particolarmente legato agli animali ed è sensibile al problema del loro abbandono utilizza come foto del profilo una in cui compare, ad esempio, in compagnia del suo cane; chi è appassionato di calcio è solito scegliere delle foto in cui è allo stadio con la sciarpa al collo e la bandiera in mano e commenta su Facebook l'andamento della partita della sua squadra del cuore; chi è particolarmente portato nell'arte culinaria o considera il cibo come una forma di gratificazione fondamentale compare sul profilo con delle immagini che presentano o le sue eleganti creazioni o i piatti che si appresta a mangiare al bar o al ristorante.

Gli esempi potrebbero moltiplicarsi all'infinito; quello che è importante rilevare in questa sede è come il profilo risponda alla realtà, anche se, come accade quando ci si presenta agli altri nella vita reale, a monte c'è una ricerca di eufemizzare la propria immagine in quanto ognuno di noi porta nel palcoscenico della vita quello che egli pensa che sia la sua rappresentazione migliore. L'utilizzazione del mezzo digitale, rispetto al rapporto *face to face*, garantisce una maggiore riflessione su come presentarsi agli altri pur rimanendo se stessi.

La vita di relazione si costituisce, come abbiamo visto nel secondo capitolo, nel rapporto di ego con alter, nel quale l'io dà una rappresentazione di se stesso e si specchia negli occhi di alter per guardare la sua immagine riflessa nell'interazione e cogliere l'eventuale approvazione o la negazione della propria prestazione sociale.

Attraverso Facebook invece c'è uno schermo che fa da mediatore tra ego e alter; questo comporta una minore spontaneità, però consente una maggiore libertà nell'espressione dei propri pensieri e delle proprie emozioni in quanto l'essere al di là di una tastiera garantisce di venire salvaguardati da un coinvolgimento totale nell'interazione.

“...vedi il fatto è che ad esempio tempo fa mi è capitato che un ragazzo che conoscevo di vista mi...mi chiedesse l'amicizia, per poi scrivermi quasi tutti i giorni...ma poi quando lo ho incontrato, una sera con...che ero fuori... non ha avuto il coraggio neanche di fare due chiacchiere ...” (M.F.)

“perché vedi è molto più facile nascondersi dietro a un pc...ora una domanda te la faccio io: secondo te le relazioni umane sono destinate a trasformarsi così radicalmente?” (G.C.)

Se è vero che la ricerca ha suggerito che esiste una coerenza identitaria tra il sé reale e il sé digitale, è anche vero che lo schermo del computer può assumere la funzione di una maschera, che, pur rivelando la verità, attenua i contorni, smussa l'asprezza delle eventuali negazioni delle proprie proposte, consente di posticipare le risposte alle domande e quindi decanta ogni situazione di conflitto che la corporeità non permette di evadere.

Questo non vuol dire che un rifiuto maturato nel digitale non comporti una sofferenza. A volte, ad esempio scatta un meccanismo di eliminazione nei confronti di chi non viene più considerato importante nella propria cerchia di amici o verso chi si è reso sgradito con il suo comportamento.

“ti dirò che all'inizio mi piaceva l'idea di avere un numero alto di amici e allora accettavo tutte le richieste... ora invece mi capita che due o tre volte l'anno scorro i contatti ed elimino quelli che non mi interessano...soprattutto chi ha bar o organizza serate... beh perché mi riempie di notifiche su eventi di cui non mi frega nulla” (L.C.)

Il digitale come il reale espone al rischio del rifiuto e chi si vede negare la propria richiesta di amicizia o chi viene rimosso dalla lista degli amici non assume nel digitale un modo di essere diverso rispetto a quello della vita reale.

“Eh te l'ho detto...mi sono sentito molto male e qui ritorna...ritorniamo a cambiare la mia risposta di prima **(legata alla domanda: pensi che la tua vita reale (offline) e tua vita digitale (online) siano due mondi che viaggiano paralleli, interconnessi o separati?)**” quindi se vuoi in entrambi questi due casi diciamo che l'influenza che la vita sociale virtuale ha su quella reale...c'è molto di più nella connotazione

negativa...di quanto non ci sia in quella positiva...almeno per me...l'evitare quella persona e questo "smacco" hanno sicuramente avuto un impatto sulla mia vita sociale..."(L.B.)

Dalla ricerca è emerso che vita virtuale e vita reale sono interconnesse: in Facebook: il comportamento degli utenti non varia nella dimensione digitale rispetto a quella concreta della prassi quotidiana.

La differenza consiste nella diversa possibilità di interazione che Internet offre. Le relazioni si espandono nel digitale facendosi in uno spazio rarefatto e in un tempo condensato. I chilometri di distanza si annullano nel momento della connessione, e quindi è possibile rimanere in contatto in maniera continuativa con chi è lontano, e anche con chi è vicino si moltiplicano le opportunità di incontro.

Facebook diviene un canale in più che potenzia la forza delle relazioni rendendo possibile una continuità nel divenire che, in caso contrario, sarebbe di difficile attuazione.

La facilità dell'utilizzo di Facebook lo rende adatto a coprire il vuoto comunicativo creato dall'obsolescenza strutturale che contraddistingue la tarda modernità.

Tutto muta velocemente e così non è facile trattenere i rapporti amicali, coltivarli nel tempo quando incalzano le esigenze dell'oggi che possono distrarre o più semplicemente rubare lo spazio dedicato alla socializzazione.

Attraverso le affermazioni dei fruitori di Facebook si è delineato un quadro di consapevolezza: nel dialogo una verità sommersa è venuta alla luce.

I soggetti intervistati hanno dichiarato di collegarsi giornalmente, di raccontare attraverso Facebook gli avvenimenti della vita quotidiana e gli eventi che l'hanno segnata positivamente e negativamente, di interessarsi a ciò che accade agli amici e agli amici degli amici, di sentirsi impegnati ad intervenire con i propri commenti e le proprie riflessioni.

Il guardare se stessi in connessione e l'osservare i propri comportamenti dal di fuori li hanno resi consapevoli da un lato della naturalezza della loro vita in rete e dall'altro del fatto che non esisteva per loro una distinzione tra l'io digitale e l'io reale interconnessi nell'esperienza della comunicazione.

“Well I don’t see in that way...my digital representation is a presentation of my actual life. I use Facebook more for my emancipation...I don’t see that the two are separated for the feedback in my everyday life...also because the everyday life provides to me my contacts for Facebook” (S.O.)

“io non vedo nessuna differenza...ma veramente nessuna...” (F.R.)

“My interconnection is in a convergence of everyday... I changed my profile to reflect my life and work, I did the same with my Twitter and LinkedIn...I think that both life are interconnected, my social life, I call it “social life” now...my social life It’s been lived in my real world and It’s been lived in my digital world...so I can’t separate mi digital life with my everyday life both they walk together...because the have a common goal: to be successful in my work and to be happy in my life...you know...as I told you both they walk together...”(O.O)

“Io non le vedo assolutamente due cose separate ma legate...interconnesse...sono l’una parte dell’altra...o così almeno è per me e l’uso che ne faccio. Ti faccio un esempio semplice: se un lunedì sono di cattivo umore...metterò una foto legata a come mi sento...come dire rispecchia sempre i miei stati d’animo” (C.R.)

“ti risponderò in maniera chiara...separate” **(poi nel proseguo dell’intervista)** “...mi ha chiesto l’amicizia e lo ignorai. Avevo...non lo so mi metteva in difficoltà questa persona che mi entrava...lo sentivo come una invasione e anche se nella mia vita virtuale era una persona con cui non volevo avere niente a che fare nella mia vita...reale...quindi forse la mia risposta di prima alla luce di questo fatto...forse non sono così separate come credo...” (L.B.)

Specchio di questa dinamica relazionale interconnessa sono le narrazioni sui rapporti sentimentali, appena nati, in divenire, complicati, legalizzati, allietati dalla nascita di un erede, che trovano in Facebook il terreno ideale per la loro esplicitazione, partecipazione, condivisione.

Quando un evento legato alle relazioni sentimentali compare in Facebook genera una serie di commenti che a volte si auto-alimenta in un percorso comunicativo condiviso.

Questo è segno dell'ingresso prepotente della vita reale nella storia digitale: la prima viene potenziata dalla seconda che le fa eco allargando in maniera esponenziale il numero di coloro che possono partecipare all'evento.

I post di maggior successo riguardano spesso le foto di matrimonio e quelle in cui compare la prima manifestazione di una nuova vita. L'avvenimento importante viene così certificato, quasi consacrato nella sua esistenza.

La spettacolarizzazione della propria vita di relazione garantisce la condivisione della gioia, ma anche a volte della tristezza per una perdita, dovuta magari alla rottura di un rapporto di affetto.

In quest'ottica si può interpretare Facebook come un luogo che è di supporto all'elaborazione del lutto<sup>272</sup>, una modalità per spartire con gli altri la propria sofferenza, ma anche e soprattutto uno spazio che moltiplica la condivisione di una gioia sperimentata nella vita reale.

Tutto ciò che è rilevante per la vita, o quasi tutto, viene narrato; il diario/profilo disegna una cornice all'interno della quale trovano posto gli interessi e le passioni che coinvolgono la persona nella vita reale la quale rivela molto di se stessa agli amici di Facebook.

La presenza di tante notizie svela le caratteristiche di un individuo e nelle parole degli intervistati si avverte la nostalgia del mistero che nel passato circondava una persona nel momento in cui nasceva un rapporto di coppia.

“...Sai mi viene sempre in mente una puntata di una serie televisiva i cui uno dei protagonisti deve uscire con una ragazza e insieme decidono di non guardare i rispettivi profili...per fare come se fosse un appuntamento vecchio stile in cui nessuno sa nulla sull'altro” (G.C.)

---

<sup>272</sup> Dall'osservazione partecipante è emerso che la scomparsa di un amico, di un parente, di un animale che faceva parte integrante di una famiglia entrano a far parte della comunicazione mediata di Facebook e ciò permette anche da parte di chi è lontano di ricevere la notizia e di partecipare condividendo il dolore attraverso la propria scrittura. A tal proposito Degli Esposti afferma: «Nei social network, particolarmente in Facebook, il costante aumento dei profili dei defunti pone in maniera forte la questione di come sia possibile la condivisione di uno spazio comune tra vivi e morti e di come le narrazioni della vita quotidiana si intreccino con i meccanismi del ricordo e del lutto». Degli Esposti P., *Death on Facebook: il lutto perpetuo dei social network*, 8 febbraio 2012, <http://www.etnografiadigitale.it>

Le connessioni con la vita reale si possono misurare anche dalle affermazioni inerenti alla sponsorizzazione di eventi che riguardano il tempo del *loisir*. Ci si collega in Facebook per organizzare cene, meeting con gli ex compagni di classe, incontri con colleghi al di fuori dell'orario di lavoro o eventi legati a ricorrenze speciali come il Natale e il Capodanno.

“Si per organizzare il capodanno...è stato divertente anche se snervante perché c'è voluto tipo un mese per decidere...sai più persone si è e più è difficile...ognuno ha gusti diversi...avevamo creato una chat in posta privata in cui ognuno poteva esprimere le sue idee...le sue proposte...e poi alla fine quella più votata è stata la scelta finale...è stato davvero divertente...” (G.C.)

Fra gli eventi sociali e culturali organizzati attraverso la rete digitale possiamo annoverare incontri connessi ad avvenimenti politici. Si postano informazioni su interventi di personaggi politici che parlano dell'attuale situazione del paese, che presentano libri, che incontrano i cittadini per sentire le loro opinioni.

Soprattutto nei momenti in cui si fa forte il richiamo alla partecipazione politica, ad esempio durante il periodo che precede l'elezione di un sindaco, le primarie di un partito, le campagne elettorali per il rinnovo del governo del paese, aumentano in maniera rilevante i post politicamente orientati.

Anche in questo caso la presenza comunicativa in rete relativa a tale tematica è direttamente proporzionale agli interessi politici dimostrato dagli utenti nella vita reale.

“Si ho postato una cosa proprio oggi...ma mi è capitato anche in passato perché è una cosa che mi interessa” (F.R.)

“No never post politic stuff...I'm not so into this topic...” (S.O)

L'integrazione tra il digitale e il reale è stata favorita anche dall'invenzione dello smartphone il cui avvento permette di connettersi a Internet in qualsiasi luogo e con facilità attraverso lo stesso dispositivo mobile utilizzato per telefonare.

Questo sistema che integra le prestazioni del medium elettronico e di quello digitale colloca Facebook in maniera potenzialmente costante nella quotidianità.

Non è più necessario avere a disposizione un computer di qualunque dimensione esso sia, basta compiere il gesto naturale di estrarre il telefonino dalla tasca o dalla borsa, premere un tasto per essere già dentro il mondo di Facebook, all'interno della comunicazione mediata.

La possibilità di essere costantemente connesso interferisce negli atti della vita quotidiana, interrompe dialoghi *face to face*, fornisce a quei dialoghi materia di discussione, distrae nei momenti di attesa, riempie i vuoti della giornata, trasforma le scansioni del tempo in un flusso di comunicazione continua.

“hai presente quando si dice...come nella pubblicità: “toglietemi tutto ma non il mio...” beh io direi il mio telefono...ahahaha...si perché ora posso fare tutto quello che voglio...dall'essere sempre su Facebook o chattare su whatsapp o magari controllare il meteo del weekend...qualsiasi cosa...” (L.Z.)

La connessione tra i media elettronici e i media digitali trova in Facebook una sua espressione privilegiata.

Ancora una volta esiste un rispecchiamento tra realtà e virtualità: chi segue i programmi televisivi riporta su Facebook le sue opinioni su quelli che lo hanno colpito positivamente o negativamente, contribuisce a far circolare notizie sulle proposte televisive, posta video di trasmissioni recenti o anche del passato facendo rivivere l'evento televisivo e moltiplicandone l'efficacia comunicativa, genera curiosità e interesse anche da parte di chi non ha seguito quella particolare trasmissione che è diventata oggetto di discussione fra gli amici e quindi viene implicitamente invitato a vederla per tenere il passo con le conversazioni che si intrecciano su di lei e con le frasi in codice che comprende chi ne è fruitore.

L'asimmetria informativa genera asimmetria comunicativa, chi è escluso dalla comunicazione aspira a farne parte.

“alle volte capita che alcune frasi diventino dei tormentoni...che li scrivano tutti..si o un film o programmi alla tv...o magari un evento...in particolare uno che mi ricordo bene era “salga a bordo...”, quando affondò la nave” (L. C.)

Il digitale diviene così cassa di risonanza del medium elettronico televisivo attraverso una selezione operata dall'utente sulla pluralità dell'offerta mediatica e una condivisione di quanto selezionato.

Dall'osservazione partecipante è emerso che i video che suscitano maggiore successo sono quelli ispirati all'umorismo. Gli utenti vogliono condividere gli spazi di allegria che questi programmi hanno generato.

Le proposte televisive che agiscono sulla vita reale contribuendo alla costituzione dell'immaginario collettivo entrano in Facebook e quindi vedono potenziata la loro capacità di orientare i comportamenti di consumo nella realtà.

Ancora una volta reale e virtuale convivono nutrendosi l'uno dell'altro e dilatando l'orizzonte comunicativo.

Il mondo di Facebook appare a coloro che lo abitano non solo come un bacino semantico in cui circolano più voci che dialogano tra di loro a distanza intessendo relazioni e costruendo rapporti amicali che spesso si traducono in incontri nella realtà, ma è anche vissuto come un orizzonte comunicativo nel quale è possibile esprimersi in piena libertà.

Gli intervistati alla precisa domanda: "Ti senti libero nel suo utilizzo?" hanno risposto affermativamente.

"Si assolutamente...pensa che ho tutto aperto nel mio profilo...non me ne frega niente..." (F.R.)

"Mah si direi che non mi faccio veramente alcun problema..." (A.B.)

La possibilità di essere controllati non è un problema che pensano di dover affrontare, alcuni perché dichiarano che le impostazioni sulla privacy messe in atto da Facebook li tutelano, anche se non si soffermano troppo su questo problema, altri perché non percepiscono la violazione della privacy come un rischio a cui possono essere esposti.

L'unico fatto che desta una forma di inquietudine, se sollecitati a prendere in esame il tema relativo alle possibili profanazioni della loro sfera personale, è relativo alle foto in cui essi compaiono che possono essere postate a loro insaputa.



“No le metto io le foto...ah ma intendi anche quelle messe da altri?...perché si è vero...una l'ho fatta togliere proprio l'altro giorno...era proprio dello scorso weekend” (C.R.)

Questa prassi è vissuta come una violenza perpetrata nei confronti della propria libertà espressiva e come una intrusione nel proprio universo privato, soprattutto se tra i contatti dell'utente sono presenti colleghi di lavoro e superiori.

Nonostante il timore di contenuti di altri frequentatori di Facebook che possono creare dei disagi nella vita reale dell'individuo, dalle interviste emerge con chiarezza che gli utenti percepiscono se stessi come i creatori del proprio destino digitale.

Per illustrare in maniera visuale il mondo di Facebook mi sembra interessante riportare alcune delle affermazioni degli intervistati rispetto alla domanda “Se dovessi rappresentare Facebook con una immagine quale sarebbe?”:

“...non ci ho mai pensato...ma credo di immaginarmelo come fosse una nuvola” (C.R.)

“Una via di mezzo tra un binocolo e...la vista attraverso una serratura” (L. C.)

“Uno spazio extraterreno...in cui le persone si incontrano per comunicare...e se avesse un colore avrebbe tutti i colori dell'arcobaleno” (E. G.)

“Per me è come un muro con a lato un viso che spunta e guarda...” (F. R.)

“Ehm...con una immagine?...ma non saprei...lo potrei rappresentare con una parola, la chiave di Facebook: la curiosità...la curiosità di vedere cosa fanno gli altri, di vedere cosa dicono di quello che fai tu, la curiosità di vedere le foto e di cosa dicono gli altri sulle tue...la curiosità prima e poi la vanità che è una cosa più attiva...c'è un animale curioso...il gatto mi sembra...quindi immagino Facebook come un gatto” (L.B.)

“Un megafono. Credo che Facebook sia un mezzo per trasmettere e comunicare le proprie idee, i propri stati d'animo e tutto ciò che passa per la testa delle altre persone. Una sorta di cassa di risonanza per dare voce alle persone e creare nuove interazioni sociali” (L.Z.).

“like a categorization...like grabs...a very elaborated mind map” (S.O.)

“If I have to draw Facebook I imagine a hub with all the people connected, because Facebook is a connector...It's depends on what's you use it for” (O.O.)

## 6.4 Al di là dello steccato

L'obiettivo della ricerca è duplice: comprendere le dinamiche dell'inclusione attraverso l'iscrizione a Facebook e cogliere le motivazioni che stanno alla base dell'autoesclusione da questo network digitale.

L'indagine su coloro che non si sono iscritti a Facebook è stata condotta attraverso quattro interviste lunghe in profondità.

Gli intervistati sono stati divisi per genere, due di sesso femminile e due di sesso maschile; il campione è stato selezionato con le stesse modalità usate per i fruitori di Facebook: persone dai venticinque ai trent'anni.

A differenza dei colloqui con gli utenti di Facebook che sono stati preparati dall'osservazione partecipante e che quindi avevano come base una griglia di lettura, il dialogo con i non-utenti si è svolto in un processo fluido di domande e risposte che ha preso l'andamento di una discussione tra amici.

Nelle risposte degli intervistati sono emerse tre correnti di pensiero relative alla decisione di non iscriversi a Facebook.

Due persone hanno dichiarato che si sentivano a disagio all'idea di manifestare le loro opinioni e i loro stati d'animo in un orizzonte semantico condiviso.

Non è il timore di un possibile controllo dall'alto, il motivo della auto-esclusione, ma la loro reticenza a mettere in comune il loro modo di pensare e di essere, informazioni rispetto alle loro scelte di vita, avvenimenti significativi appartenenti alla loro quotidianità.

“ci ho pensato a volte a iscrivermi ma...non so come spiegarlo...non ero a mio agio...a mettere le cose mie...in pubblico...e...ad esempio uso Skype...però è diverso...Facebook proprio no” (V.F.)

“Pensa che c'è anche un gruppo creato da una mia amica che mi invita a iscrivermi...credo si chiami: “vogliamo su Facebook...”...a cui è anche iscritta della gente...però ti confesserò che non voglio iscrivermi...è una cosa che ho sempre rifiutato...non è un rifiuto alla tecnologia ma riguarda l'influenza sulla mia vita...se per lavoro un giorno dovrò farlo allora va bene...ma solo ed esclusivamente in quel caso “ (P.B.)

La violazione della privacy intesa come intromissione nel proprio mondo privato è dunque una delle motivazioni che spingono gli individui a rifiutare la comunicazione digitale.

La seconda motivazione è relativa a una completa mancanza di interesse nei confronti dei social network e dell'utilizzazione di Internet in generale.

Chi ha dichiarato di non aver mai avuto la tentazione di utilizzare Facebook come strumento di comunicazione ha anche ammesso che l'attrattiva di Internet nei suoi confronti è piuttosto scarsa. seduzione

Predilige la lettura, compra i giornali e non consulta le versioni online, sfiora Internet per lavoro, ma non lo include come elemento indispensabile nel suo panorama quotidiano.

Il computer è per lui strumento asettico che immagazzina dati e non mezzo di comunicazione che apre al mondo.

“magari avrai ricevuto risposte articolate e ben motivate...la mia mi dispiace è di grande semplicità: è qualcosa di cui assolutamente non mi importa...e...non mi importa farne parte” (G.T.)

L'ultima motivazione che è stata individuata è legata ad un deciso rifiuto della mediazione tecnologica come strumento di relazionalità sociale.

Questo intervistato è il simbolo della frangia eversiva che contesta Facebook e altri network in quanto è convinto che occupino uno spazio eccessivo nella comunicazione e che quindi depauperino i rapporti *face to face*.

Il timore che la relazionalità intersoggettiva fondata su dialoghi interpersonali vissuti nella concretezza del reale venga annacquata nella sua valenza semantica rappresenta il deterrente all'accettazione della comunicazione digitale.

Secondo questa interpretazione la mediazione tecnologica impoverisce la carica umana che opera nel rapporto *face to face*, rende superficiale ogni discorso, spezzetta la relazione dialogica in frasi corte, private del pathos che è proprio di ogni rapporto in cui i cinque sensi agiscono insieme rendendo la comunicazione piena, umoralmente segnata, ricca di più significanti che insieme forniscono agli interlocutori un di più di significato.

L'intervistato pensa che guardare in volto il destinatario della sua comunicazione eviti fraintendimenti e che le parole scritte sullo schermo del computer e le immagini postate non possano sostituire i gesti e le espressioni del viso che rivelano messaggi latenti, i quali hanno la capacità di confermare o contraddire i messaggi manifesti.

Questa interpretazione si richiama inconsapevolmente a quanto affermano Gili e Colombo rispetto alla comunicazione non verbale: «Sebbene tutto il corpo sia coinvolto nella comunicazione non verbale, con la conquista della posizione eretta un ruolo essenziale è assolto dalle espressioni facciali e dallo sguardo perché gli esseri umani si possono guardare reciprocamente “da vicino”. Simmel, la cui acutezza sociologica aveva portato a rivolgere l'attenzione alla «interazione visiva» che si realizza nei rapporti faccia a faccia osserva che: «L'importanza sociologica dell'occhio dipende in primissimo luogo dal significato espressivo del volto, che si offre tra uomo e uomo come il primo oggetto dello sguardo. Raramente si ha chiaro in quale ambito anche l'aspetto pratico delle nostre relazioni dipenda dalla conoscenza reciproca non soltanto nel senso di tutto ciò che è esteriore, o delle intenzioni o dello stato d'animo momentaneo dell'altro, ma nel senso che ciò che noi conosciamo consapevolmente e istintivamente del suo essere, dei suoi fondamenti interiori, dell'invariabilità della sua natura colora inevitabilmente la nostra relazione momentanea e la nostra relazione durevole con lui»,»<sup>273</sup>.

La comunicazione *face to face* per questo intervistato risulta più vera della comunicazione digitale: la complessità dei segni che gli interlocutori si scambiano è costituita non solo dalla gestualità e dalle espressioni del volto, ma anche dalle inflessioni vocali, dalla sonorità della voce o dalle sue esitazioni, dalla velocità delle parole che si accavallano le une sulle altre o dalle pause, e persino dai silenzi che interrompono il dialogo verbale ma che sono essi stessi portatori di comunicazione.

---

<sup>273</sup> G. Gili, F. Colombo, *op. cit.*, p. 250.

“era proprio l’altro giorno che ne parlavo con una mia amica...e lei si lamentava della mancanza di genuinità tra le persone...lo so che può sembrare un discorso un po’ da “vecchia” ma non mi importa...io sono per il *vis a vis*, voglio vederne gli occhi...leggerne il sorriso...anche la mail la vedo così impersonale...sì la uso per lavoro o cose così ma come ti ho detto sono per le cose fatte per bene...e poi se vuoi sentire una persona lontana alzi il telefono...è semplice...” (G.V.)

## CONCLUSIONE

«Quello con cui ci confrontiamo è un contesto di umanità accresciuta perché «cresce un sistema di possibilità e di aspettative. Perché aumenta il *range* di possibilità per ciascuno di noi, non la certezza del risultato» (Granieri 2009, p. 47). Questo è il senso di familiarità con la contingenza del mondo che i media che usiamo creano e questo è il tipo di contingenza che possiamo praticare»<sup>274</sup>.

Sperimentare la contingenza del mondo vuol dire accettare il moltiplicarsi delle occasioni partecipative e quindi l'apertura verso più mondi possibili, ma anche esporsi al rischio di perdersi in universi paralleli che spezzano l'unità dell'io frantumando le sue certezze esistenziali.

La domanda posta all'inizio della ricerca era appunto se il viaggio sul web comportava l'affermarsi di un dualismo digitale o la concretizzazione di una realtà aumentata.

Secondo la prospettiva del dualismo digitale vengono costruite due realtà identitarie di cui una, quella virtuale, può portare all'alienazione dell'individuo il quale non si riconosce più nella pluralità delle rappresentazioni da lui stesso create; secondo la prospettiva della realtà aumentata invece l'universo relazionale vive e opera in un contesto più ampio che include il reale e il virtuale co-fattori di una dinamica costitutiva del sé.

Il processo esperienziale che ha avuto come campo di indagine il tessuto comunicativo di Facebook ha evidenziato come l'aumento delle possibilità relazionali e delle presentazioni del sé attraverso il medium tecnologico non conduca a un dualismo digitale, ma a una realtà aumentata in cui l'online e l'offline si potenziano vicendevolmente.

L'ampliarsi all'infinito delle possibilità di comunicazione all'interno di un territorio conosciuto come Facebook che garantisce l'ingresso agli amici e agli amici degli amici consente un processo relazionale che, pur facendosi nel digitale, si riversa nel quotidiano.

---

<sup>274</sup> G. Boccia Artieri (2012), *Stati di connessione*, FrancoAngeli, Milano, p. 64.

Un social network come Facebook si presenta come antidoto rispetto al pericolo rappresentato dalla perdita dei contatti umani che è proprio di una società liquida in cui si rarefanno i rapporti profondi e duraturi nel tempo e la socializzazione si consegna a una dimensione episodica e labile.

Un tempo frammentato in tanti istanti vissuti in un presente acronico che dimentica il passato e che non si rivolge alla progettazione del futuro, uno spazio che diviene in un flusso costante, che tende a sradicare persone o cose da un *ubi consistam* consolidato in anni di relazionalità esperita in luoghi comuni, aprono la strada a una libertà senza confini e senza regole percepita con consapevolezza come occasione di autorealizzazione infinita, ma anche all'esigenza di ritrovare un terreno di incontro nel virtuale che si attualizzi in una realtà segnata da un tempo e da uno spazio ritrovati nella loro concretezza quotidiana.

L'esperienza della deterritorializzazione dello spazio e della simultaneità del tempo non viene negata dai "miei" meticci digitali che conoscono il virtuale, lo abitano con disinvoltura, anche se non lo hanno conosciuto come linguaggio naturale nella prima infanzia, ma la loro adesione convinta a Facebook dimostra anche che il virtuale viene utilizzato come strumento di comunicazione che si connette e si integra con la situazionalità della vita di ogni giorno.

Dalla ricerca emerge che chi viaggia nel web con competenza e utilizza il computer come mezzo per aprirsi al mondo individua in Facebook una risposta al suo desiderio di condivisione.

Nel suo diario-profilo tratteggia la sua vita, le sue passioni, le sue relazioni affettive, offre agli altri un ritratto di se stesso nelle sue sfaccettature, anche nelle sue contraddizioni, che è congruente con la sua rappresentazione nella vita reale. Scambia quotidianamente messaggi con gli amici, commenta gli avvenimenti della sua vita sociale, celebra gli eventi che la segnano in profondità, si apre ad un dialogo continuo che media il sé e l'altro da sé in un processo di costruzione condiviso.

Se il web con le sue possibilità di esplorazioni infinite può costituire uno spazio illimitato in cui l'individuo si perde inseguendo mille immagini che lo portano lontano dalla vita reale, un social network come Facebook può costituire l'orizzonte comunicativo in cui ritrovarsi e in cui sperimentare una digitalità che si integra con l'esistenza quotidiana.

La realtà che vivono gli intervistati è una realtà aumentata nella quale si intrecciano e si integrano gli input che provengono dal cyberspazio e quelli che derivano dalla relazionalità *face to face* vissuta nella materialità della prassi quotidiana.

Facebook nella percezione di coloro che comunicano attraverso il digitale appare come un luogo di socializzazione e non di spersonalizzazione alienante: attraverso lo schermo del computer “io” ho la possibilità di presentare me stesso, di verificare i miei pensieri, di condividere i miei stati d’animo all’interno di un territorio comunicativo amplissimo, ma segnato comunque da una scelta selettiva nei confronti di chi vi può aderire.

Facebook, il social network più diffuso al mondo, può essere letto come la risposta all’esigenza del radicamento e del confine che continua ad essere operante anche in una società labirintica come quella in cui viviamo.



## BIBLIOGRAFIA

- Abbagnano N. (1964), *Dizionario di filosofia*, Utet, Torino.
- Adorno T. W. (1970), *Dialettica negativa*, Einaudi, Torino.
- Agostino (1984), *Confessioni XI*, Einaudi, Torino.
- Anderson C. (2007), *La coda lunga. Da un mercato di massa a una massa di mercati*, Codice, Torino.
- Aristotele (1995), *Fisica*, Rusconi, Milano.
- Augé M. (1993), *Non-luoghi. Introduzione a un'antropologia della surmodernità*, Elèuthera, Milano.
- Augé M. (2004), *Rovine e macerie. Il senso del tempo*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Augé M. (2012), *Futuro*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Bartoletti R. (2009), *Il lato B della Barbie: la rivincita dei consumatori nel social web*, in L. Mazzoli (a cura di), *Network effect. Quando la rete diventa pop*, Codice Edizioni, Torino.
- Bartoletti R., Paltrinieri R. (2012), *Consumo e prosumerismo in rete: processi di creazione di valore*, in «Sociologia della Comunicazione», n.43, FrancoAngeli, Milano.
- Bauman Z. (1999), *Dentro la globalizzazione. Le conseguenze sulle persone*, Laterza, Roma-Bari.
- Bauman Z. (2005), *Modernità liquida*, Laterza, Roma-Bari.
- Beck U. (2003), *La società cosmopolita: prospettive dell'epoca postnazionale*, il Mulino, Bologna.
- Benjamin W. (1996), *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, trad. it. Di Enrico Filippini, Einaudi, Torino.
- Bennato D. (2011), *Sociologia dei media digitali*, Laterza, Roma-Bari.
- Bentivegna S. (2003), *Teorie delle comunicazioni di massa*, Laterza, Roma-Bari.
- Berger P. L., Berger B., Kellner H. (1974), *The Homeless Mind*, Penguin, Harmondsworth.
- Berger P. L., Luckmann T. (1969), *La realtà come costruzione sociale*, il Mulino, Bologna.
- Bergson H. (1963), *Saggi sui dati immediati della coscienza*, Paravia, Torino.

- Binet A. (2011), *Le alterazioni della personalità*, Fioriti Editore, Roma.
- Boas F. (1897), *The social organization and the secret societies of the Kwakiutl Indians*, in "Report of National Museum for 1895".
- Boccia Artieri G. (1998), *Lo sguardo virtuale. Itinerari socio-comunicativi, nella deriva tecnologica*, FrancoAngeli, Milano.
- Boccia Artieri G. (2004), *I media-mondo. Forme e linguaggi dell'esperienza contemporanea*, Meltemi, Roma.
- Boccia Artieri G. (2009), *SuperNetwork: quando le vite sono connesse*, in L. Mazzoli (a cura di), *Network effect. Quando la rete diventa pop*, Codice Edizioni, Torino.
- Boccia Artieri G. (2012), *Stati di connessione*, FrancoAngeli, Milano.
- Boellstorff T. (2008), *Coming of Age in Second Life*, Princeton University Press, Oxford.
- Borello R. S. (2003), *La maschera e il vuoto*, Aracne, Roma.
- Borrelli D. (2008), *Il mondo che siamo. Per una sociologia dei media e dei linguaggi digitali*, Liguori, Napoli.
- Bourdieu P. Wacquant L. (1992), *Risposte. Per un'antropologia riflessiva*, Bollati Boringhieri, Torino
- Bovone L., Rovati G. (a cura di) (1992), *L'ordine dell'interazione. La sociologia di Erving Goffman*, Vita e Pensiero, Milano.
- boyd d. (2008), *Taken Out of Context. American Teen Sociality in Networked Public*, PhD Dissertation, University of California, Berkeley.
- Broom L., Selzenick P. (1959), *Sociology*, Evanston, Ill., Row, Peterson.
- Bruns A. (2008), *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*, Peter Lang, New York.
- Buchanan M. (2003), *Nexus*, Mondadori, Milano.
- Burch N. (1994), *Il lucernario dell'infinito. Nascita del linguaggio cinematografico*, Nuove Pratiche, Parma.
- Caincross F. (1998), *The death of the distance: How Communications Revolution Will Change our Lives*, Orion Books, London.
- Carr N. (2011), *Internet ci rende stupidi? Come la rete sta cambiando il nostro cervello*, Raffaello Cortina, Milano.
- Castells M. (2002a), *La nascita della società in rete*, Egea, Milano.

- Castells M. (2002b), *Galassia Internet*, Feltrinelli, Milano.
- Colombo F. (2003), *Introduzione allo studio dei media. I mezzi di comunicazione fra tecnologia e cultura*, Carocci, Roma.
- Comba E. (1992), *Cannibali e uomini-lupo: metamorfosi e rituali dall'America indigena all'Europa antica*, il Segnalibro, Torino.
- Cova B. (2003), *Il marketing tribale. Legame, comunità, autenticità come valori del Marketing Mediterraneo*, Il Sole 24 ORE, Milano.
- Cova B., Giordano A., Pallera M. (2007), *Marketing non convenzionale*, Il Sole 24 Ore, Milano.
- Crespi F. (2004), *Identità e riconoscimento, nella sociologia contemporanea*, Laterza, Roma-Bari.
- Dahrendorf R. (1966), *Homo sociologicus*, Armando, Roma.
- Dal Lago A. (1994), *Il conflitto della modernità. Il pensiero di Georg Simmel*, il Mulino, Bologna.
- DeFleur M. L., Ball-Rokeach S. J. (1995), *Teorie delle comunicazioni di massa*, il Mulino, Bologna.
- de Kerckhove D. (2008), *Dall'alfabeto a Internet. L'homme "littéré": alfabetizzazione, cultura, tecnologia*, Mimesis Edizioni, Milano-Udine.
- Degli Esposti P. (2004), *Il cibo dalla modernità alla postmodernità*, FrancoAngeli, Milano.
- Degli Esposti P. (2012), *Death on Facebook: il lutto perpetuo dei social network*, articolo online tratto da <http://www.etnografiadigitale.it>.
- Di Nallo E., Paltrinieri R. (2006) (a cura di), *Cum Sumo. Prospettive di analisi del consumo nella società contemporanea*, FrancoAngeli, Milano.
- Donati P. (2011), *Sociologia della riflessività. Come si entra nel dopo-moderno*, il Mulino, Bologna.
- Donati P., Colozzi I. (2006) (a cura di), *Il paradigma relazionale nelle scienze sociali: le prospettive sociologiche*, il Mulino, Bologna.
- Durkheim E. (1963), *Le forme elementari della vita religiosa*, Edizioni di Comunità, Milano.
- Durkheim E. (1977), *La divisione del lavoro sociale*, Comunità, Milano.
- Durkheim E. (2008), *Le regole del metodo sociologico*, Einaudi, Torino.

- Durkheim E., Hubert H., Mauss M., *Le origini dei poteri magici*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Eco U. (1964), *Apocalittici e integrati*, Bompiani, Milano.
- Eisenstein E. L. (1986), *La rivoluzione inavvertita. La stampa come fattore di mutamento*, il Mulino, Bologna.
- Eraclito (1998), *I frammenti e le testimonianze*, Mondadori, Milano.
- Fabietti U. (2001), *Storia dell'antropologia*, Zanichelli Editore, Bologna.
- Foucault M. (1976), *Sorvegliare e punire. Nascita della prigione*, Einaudi editore, Torino.
- Frisby D. (1985), *Georg Simmel*, il Mulino, Bologna.
- Frisby D. (1992), *Frammenti di modernità. Simmel, Kracauer, Benjamin*, il Mulino, Bologna.
- Geertz C. (1973), *The interpretation of cultures: Selected essays*, Basic Books, New York.
- Gerber G., (1967), *Mass Media and Human Communication Theory*, in F.E.X. Dance (a cura di), *Human Communication Theory*, Holt, Rinehart and Winston, New York.
- Giddens A. (1990), *La costituzione della società*, Comunità, Milano.
- Giddens A. (2006), *Fondamenti di sociologia*, il Mulino, Bologna.
- Giddens A., *Structuration Theory: Past, Present and Future*, in Brayant C.G, Jary D. (1991), *Giddens' theory of Structuration*, Routledge and Kegan , London.
- Giddens A. (1994), *Le conseguenze della modernità*, il Mulino, Bologna.
- Gili G., Colombo F. (2012), *Comunicazione, cultura, società*, Editrice la Scuola, Milano.
- Godelier M. (1970), *Antropologia, storia, marxismo*, Guanda, Parma.
- Goffman E. (1969), *La vita quotidiana come rappresentazione*, il Mulino, Bologna.
- Goffman E. (1971), *Rituali d'interazione*, il Mulino, Bologna.
- Gombrich E. H., Hochberg J., Black M. (1978), *Arte, percezione, realtà*, Einaudi, Torino.
- Granieri G. (2009), *La società digitale*, Laterza, Roma-Bari.
- Granovetter M. (1998), *La forza dei legami deboli e altri saggi*, Liguori, Napoli.
- Guy R. (2004) (a cura di) *Portala al cinema*, trad. it. di Luigi Giacone, Einaudi, Torino

- Habermas J. (1990), *Moral Consciousness and Communicative Action*, Polity, Stanford.
- Hafner K., Lyon M. (1998), *La storia del futuro: le origini di internet*, Feltrinelli, Milano.
- Hall S., Obson D., Lowe A., Willis P. (1980) (a cura di), *Culture, media, language. Working papers in cultural studies 1972-1979*, Hutchinson, London.
- Havelock E. A. (1995), *La musa impara a scrivere. Riflessioni sull'oralità e l'alfabetismo*, Laterza, Roma-Bari.
- Heidegger M. (2006), *Essere e tempo*, Mondadori, Milano.
- Hine C. (2000), *Virtual Ethnography*, Sage, London.
- Horkheimer M. (1969), *Eclissi della ragione. Critica della ragione strumentale*, Einaudi, Torino.
- Horkheimer M., Adorno T. W. (1966) , *Dialettica dell'illuminismo*, Einaudi, Torino.
- Hovland C., Lumsdaine A., Sheffiel F. (1949 ), *Experiments on mass communication*, Princeton University Press, Princeton.
- Hubert, H. (1905), *Étude sommaire de la représentation du temps*, Imprimerie Nationale, Paris.
- Hubert, H., Mauss, M. (1909), *Mélanges d'histoire des religions*, Paris (tr. it. in E. Durkheim, H. Hubert e M. Mauss (1972), *Le origini dei poteri magici*, Bollati Boringhieri, Torino).
- Jakobson R. (1970), *Saggi di linguistica generale*, Feltrinelli, Milano.
- Jedlowski P. (2009), *Il mondo in questione*, Carocci, Roma.
- Jenkins H. (2007), *Cultura convergente*, Apogeo, Milano.
- Jenkins H. (2008), *Fan, Blogger e Videogamers. L'emergere delle culture partecipative nell'era digitale*, FrancoAngeli, Milano.
- Jurgenson N. (2011a), *Amber Case: Cyborg Anthropologist (a critique)*, articolo online tratto dal sito "<http://thesocietypages.org>".
- Jurgenson N. (2011b), *Digital Dualism versus Augmented Reality*, articolo online tratto dal sito <http://thesocietypages.org>.
- Kant I. (1981), *Critica della ragion pura*, Laterza, Roma-Bari.
- Katz E. (1969), *Il flusso di comunicazione a due livelli: relazione aggiornata su una ipotesi*, in M. Livolsi, *Comunicazioni e cultura di massa*, Hoepli, Milano.

- Kelly K., (2009), *The New Socialism: Global Collectivist Society Is Coming Online*, Wired, May 22, articolo online tratto dal sito <http://www.wired.com>.
- Kociatkiewicz J., Kostera M. (1999), *The anthropology of empty space*, in «Qualitative Sociology», 1, 1999.
- Lang K., Lang G. (1981), *Mass Communication and Public Opinion: Strategies for Research*, in M. Rosenberg, R. Turner (a cura di), *Social Psychology. Sociological Perspectives*, Basic Books, New York.
- Lash S., Urry J. (1994), *Economies of Signs and Space*, Sage, London.
- Lasswell H. (1927), *Propaganda Techniques in the Word War*, Peter Smith, New York.
- Lazarsfeld P. F., Berelson B., Gaudet H. (1948), *The People's Choice: The Media in a Political Campaign*, Columbia University Press, New York.
- Leibniz G. W. (1988), *Scritti di metafisica. Saggi di teodicea*, in *Scritti filosofici*, UTET, Torino.
- Lessig L. (2009), *Remix. Il futuro del copyright (e delle nuove generazioni)*, Etas, Milano.
- Levine R., Locke C., Searls D., Weinberger D. (2001), *Cluetrein manifesto*, Fazi editore, Roma.
- Lévy P. (2002), *L'intelligenza collettiva. Per una antropologia del cyberspazio*, Feltrinelli, Milano.
- Lievrouw L. A., Livingstone S. (2007) (a cura di), *Capire i New Media. Culture, comunicazione, innovazione tecnologica e istituzioni sociali*, edizione italiana G. Boccia Artieri, L. Paccagnella, F. Pasquali (a cura di), Hoepli, Milano.
- Livolsi M. (1969), *Comunicazioni e cultura di massa*, Hoepli, Milano.
- Livolsi M. (2003), *Manuale di sociologia della comunicazione*, Laterza, Roma-Bari.
- Lyon D. (2002), *La società sorvegliata. Tecnologie di controllo della vita quotidiana*, Feltrinelli, Milano.
- Liotard J. F. (1981), *La condizione postmoderna*, Feltrinelli, Milano.
- Losito G. (1994), *Il potere dei media*, Carocci, Roma.
- Lovink G. (2008), *Zero Comments. Teoria critica di Internet*, Mondadori, Milano.
- Lovink G. (2012), *Ossessioni collettive. Critica dei social media*, Egea, Milano.
- Luhmann N. (1985), *Tempo e società complessa*, in S. Tabboni (a cura di), *Tempo e società*, FrancoAngeli, Milano.

- Luhmann N. (1990), *Sistemi sociali. Fondamenti di una teoria generale*, il Mulino, Bologna.
- MacLuhan M. (1991), *La galassia Gutenberg*, Armando, Roma.
- Maffesoli M. (2004), *Il tempo delle tribù. Il declino dell'individualismo nelle società postmoderne*, Angelo Guerini e Associati, Milano.
- Marcuse H. (1967), *L'uomo a una dimensione. L'ideologia della società industriale avanzata*, Einaudi, Torino.
- Marinelli A. (2004), *Connessioni. Nuovi media, nuove relazioni sociali*, Guerini, Milano.
- Marinelli A. (2012), *Socievolezza 2.0. I legami sociali nella network society*, in «Sociologia della Comunicazione», n. 41-42, FrancoAngeli, Milano.
- Marramao G. (2008), *La passione del presente. Breve lessico della modernità-mondo*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Marx K. (1964), *Il capitale*, Editori Riuniti, Roma.
- Marx K (1970), *Forme economiche precapitalistiche*, Editori Riuniti, Roma.
- Marx K., Engels F. (1972), *L'ideologia tedesca*, Editori Riuniti, Roma.
- Mascio A. (2008), *Virtuali comunità. Uno studio sulle aggregazioni sociali in Internet*, Guerini e Associati, Milano.
- Mathieu V. (1971), *Bergson. Il profondo e la sua espressione*, Guida, Napoli.
- Mazzoli L. (2001), *L'impronta del sociale. La comunicazione fra teorie e tecnologie*, FrancoAngeli, Milano.
- Mazzoli L. (2009) (a cura di), *Network effect. Quando la rete diventa pop*, Codice Edizioni, Torino.
- McCracken G. (1988), *The long interview*, Sage Publication, London.
- McQuail D.(1973), *Sociologia delle comunicazioni di massa*, il Mulino, Bologna.
- McQuail D.(1989), *Le comunicazioni di massa*, il Mulino, Bologna.
- McQuail D. (1996), *Sociologia dei media*, il Mulino, Bologna.
- McQuail D.(2001), *L'analisi dell'audience*, il Mulino, Bologna.
- Mead G. H. (1969), *Philosophie der Sozialität*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt a. M
- Mead G. H. (1972), *Mente, sé e società*, Giunti Barbera, Firenze.
- Mead G. H. (1986), *La filosofia del presente*, Guida, Napoli.
- Mead M. (1928), *Coming of age in Samoa*, Harper Collins, New York.
- Menduni E. (2001), *Il mondo della radio. Dal transistor a Internet*, il Mulino, Bologna.

- Merton R.K. (1984), *Socially Expected Durations: A Case Study of Concept Formation in Sociology*, in W. Powell, R. Robbins (eds), *Conflict and Consensus*, The Free Press, New York, (trad. It.) S. Tabboni (1985) (a cura di), *Tempo e società*, FrancoAngeli, Milano, pp. 157-188.
- Meyrowitz J. (1995), *Oltre il senso del luogo. Come i media elettronici influenzano il cambiamento sociale*, Baskerville, Bologna.
- Mora E. (1994), *Comunicazione e riflessività. Simmel, Habermas, Goffman*, Vita e Pensiero, Milano.
- Morcellini M. (1992), *Passaggio al futuro*, FrancoAngeli, Milano.
- Morcellini M., Pizzaleo A. G. (a cura di) (2002), *Net sociology. Interazioni tra scienze sociali e internet*, Guerini e Associati, Milano.
- Morin E. (1963), *L'industria culturale*, il Mulino, Bologna.
- Murthy D. (2008), *Digital Ethnography: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research*, p. 838, in «Sociology», Volume 42, N. 5, Sage, London.
- Negroponete N. (1999), *Essere digitali*, Sperling & Kupfer, Milano.
- Newton I. (1978), *Scritti di ottica*, Utet, Torino.
- Newton I. (1989), *Principi matematici della filosofia naturale*, UTET, Torino.
- Ong W. J. (1986), *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola*, il Mulino, Bologna.
- Ó Tuama S. (2009) (a cura di), *Critical Turns in Critical Theory. New Directions in Political in Social and Political Thought*, Tauris Academic Studies, London.
- Paccagnella L. (2004), *Sociologia della comunicazione*, il Mulino, Bologna.
- Packard V., (1958), *I persuasori occulti*, Einaudi, Torino.
- Paltrinieri R. (1998), *Il consumo come linguaggio*, FrancoAngeli, Milano.
- Paltrinieri R. (2004), *Consumi e globalizzazione*, Carocci, Roma.
- Paolucci G. (1998), *La città macchina del tempo*, FrancoAngeli, Milano.
- Park R. E. (1950), *Race and culture*, Free Press, Glencoe.
- Park R. E. (1979), *La città*, Comunità, Milano.
- Parmenide (2006), *Poema sulla natura*, BUR, Milano
- Parmiggiani P. (1997), *Consumo e identità nella società contemporanea*, FrancoAngeli, Milano.



- Parmiggiani P. (2001), *Consumatori alla ricerca di sé : percorsi di identità e pratiche di consumo*, FrancoAngeli, Milano.
- Parsons T., Shils E. A., (1951) *Towards a General Theory of Action*, Harvard University Press, Cambridge.
- Parsons T. (1962), *La struttura dell'azione sociale*, il Mulino, Bologna.
- Parsons T. (1965), *Il sistema sociale*, il Mulino, Bologna.
- Parsons T. (1979), *Teoria sociologica e società moderna*, Etas, Milano.
- Parsons T., Bales R. F. (1974), *Famiglia e socializzazione*, Mondadori, Milano.
- Pirandello L. (1941), *Uno, nessuno e centomila*, in *Tutti i romanzi*, Mondadori, Milano.
- Pirandello L. (1994), *L'umorismo e altri saggi*, Giunti, Firenze.
- Pitassi A. (2010), *Teoria sistemica e complessità sociale*, Aracne Roma.
- Pizzorno A. (2008), *Sulla Maschera*, il Mulino, Bologna.
- Prandini R. (1998) (a cura di), *Parsons*, Bruno Mondadori, Milano.
- Prunesti A. (2010), *Social media e comunicazione di marketing*, FrancoAngeli, Milano.
- Putnam R. D. (2000), *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, Simon and Schuster, New York.
- Rheingold H. (1994), *Comunità virtuali: parlare, incontrarsi vivere nel cibernazio*, Sperling & Kupfer, Milano.
- Rifkin J. (2001), *L'era dell'accesso. La rivoluzione della new economy*, Mondadori, Milano.
- Rigoni M. A. (1993), *Variazioni sull'impossibile*, Rizzoli, Milano.
- Ritzer G. (2000), *La religione del consumo. Cattedrali, pellegrinaggi e riti dell'iperconsumismo*, il Mulino, Bologna.
- Ritzer G. (2006), *I concetti di nothing e something nella disperata ricerca del significato dei marchi e nelle comunità di marca*, in E. Di Nallo, R. Paltrinieri (a cura di), *Cum Sumo. Prospettive di analisi del consumo nella società contemporanea*, Franco Angeli, Milano.
- Ritzer G. (2009), *Focusing on the Prosumer: On Correcting an Error in the History of Social Theory*, in «Prosumer Revisited», n. 1, pp. 13-36.
- Ritzer G., Jurgenson N. (2009), *Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital "Prosumer"*, in «Journal of Consumer Culture», Volume10, March 2010, p.p. 13-36.

- Sade-Beck L. (2004), *Internet Ethnography: Online and Offline*, in *International Journal of Qualitative Methods*, Vol. 3, No. 2.
- Sassen S. (2008), *Una sociologia della globalizzazione*, Einaudi, Torino.
- Saunders P (1981), *Social Theory and the Urban Question*, Hutchinson, London.
- Scandurra E. (2001), *Gli storni e l'urbanista. Progettare nella contemporaneità*, Meltemi, Roma.
- Schutz A. (1953), *L'interpretazione dell'azione umana da parte del senso comune e della scienza*, in Schutz A. trad. it. (1979), *Saggi sociologici*, Utet, Torino.
- Sciolla L. (1983) (a cura di), *Identità*, Rosenberg&Sellier, Torino.
- Simmel, G.(1968), *La metropoli e la vita mentale*, in G. Martinotti (a cura di), *Città e analisi sociologica*, Marsilio, Padova.
- Simmel G.(1989), *Sociologia*, Edizioni di Comunità, Milano.
- Simmel, G. (1984) *Filosofia del denaro*, A. Cavalli, L. Perucchi (a cura di) UTET, Torino.
- Simmel G. (1995 a), *Le metropoli e la vita dello spirito*, Armando Editore, Roma.
- Simmel G. (1995 b), *La differenziazione sociale*, Laterza, Roma-Bari.
- Singer P. (2003), *One World*, Einaudi, Torino,.
- Sitte C. (1990), *L'arte di costruire le città*, Jaca Book, Milano.
- Sontag S. (1978), *Sulla fotografia*, Einaudi, Torino.
- Sorokin P.A. (1943), *Sociocultural causality, space, time*, Duke University, Durham.
- Sorokin, P.A., Merton, R.K. (1937), *Social time: a methodological and functional analysis*, in «The American journal of sociology», , XLII, 5.
- Strydom P. (1999), *Triple contingency: the theoretical problem of the public in communication societies*, in *Philosophy Social Criticism*, Sage Publication, vol .25, N. 1, 1999.
- Tabboni S. (1990) *Vicinanza e lontananza*, FrancoAngeli, Milano.
- Thomas W. I., Znaniecki F, (1968), *Il contadino polacco in Europa e in America*, Comunità, Milano.
- Thompson J. B. (1988), *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, Il Mulino, Bologna.
- Toffler A. (1987), *La Terza Ondata*, Sperling & Kupfer, Milano.
- Tönnies F. (1963), *Comunità e società*, Comunità, Milano.

- Turkle S. (1985), *Il secondo io*, Feltrinelli, Milano.
- Turkle S. (1997), *La vita sullo schermo. Nuove identità e relazioni sociali nell'epoca di internet*, Apogeo, Milano.
- Turkle S. (2012), *Insieme ma soli*, Codice edizioni, Torino.
- Turner V. W. (1976), *La foresta dei simboli. Aspetti del rituale Ndembu*, Morcelliana, Brescia.
- Van Dik J. (1999), *Sociologia dei nuovi media*, il Mulino, Bologna.
- Whittaker J. (2004), *The Cyberspace Handbook*, Routledge, Londra.
- Wilde O. (2007), *The critic of as artist*, in *The complete works of Oscar Wilde*, Historical criticism, Vol. IV, *Intentions, The soul of Man*, Josephine M. Guy editions, Oxford University Press.
- Wolf M. (1992), *Gli effetti sociali dei media*, Bompiani, Milano.
- Young K. (1949), *Sociology*, New York, American Book.
- Zanacchi A. (1977 ), *La sfida dei mass media, introduzione allo studio degli strumenti e dei problemi della comunicazione sociale*, Edizioni Paoline, Alba.

## SITOGRAFIA

- <http://blogosfere.it>
- <http://www.etnografiadigitale.it>
- <http://www.facebook.it>
- <http://www.isocial.it>
- <http://joi.ito.com>
- <http://www.repubblica.it>
- <http://thesocietypages.org>
- <http://vincos.it>
- <http://www.wired.com>
- <http://www.xyz.reply.it>