

I blog sono artefatti socio-tecnici
frutto della creatività degli utenti che abilitano
forme di espressione personale e collettiva,
narrazioni, percorsi di memoria e relazioni sociali.

Ripercorrerne la storia

è un viaggio volto

a scoprire come

un'idea si sia

trasformata in uno

standard che ha mutato

il modo in cui gli utenti si appropriano della rete.

Ricostruire i contorni di questo percorso significa anche

identificarne le promesse realizzate, quelle mancate

e le opportunità offerte.

Elisabetta Locatelli

The Blog Up

Storia sociale del blog in Italia

FrancoAngeli

MediaCultura

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



Collana MediaCultura

Responsabili di collana

Roberta Bartoletti, Giovanni Boccia Artieri, Fausto Colombo, Franca Faccioli, Lella Mazzoli

La collana si propone come strumento per comprendere la relazione complessa tra media e cultura. I media rappresentano un ambiente di costruzione e circolazione della cultura, e sono a loro volta modellati dalla cultura, attraverso le pratiche d'uso messe in atto dalle persone, le forme emergenti della socialità, gli immaginari costruiti socialmente e le stesse forme della conoscenza incarnata.

Si tratta di un approccio culturale ai media e alla comunicazione particolarmente sensibile all'innovazione che avviene nelle zone di confine, che contestualmente riconosce nei media un ambiente privilegiato della costruzione della cultura e della società nella tarda modernità.

Luoghi privilegiati per osservare questa relazione sono le forme dell'immaginario contemporaneo nelle sue diverse espressioni – audiovisivi, arte, teatro e performance dal vivo, narrazione, fumetto, pubblicità, comunicazione istituzionale e sociale –; la costruzione delle identità, della socialità e della socievolezza negli ambienti quotidiani e digitali; le pratiche d'uso e i rituali di consumo dove i prodotti dell'industria culturale vengono incorporati nel quotidiano; l'accoppiamento tra media e memoria nei suoi effetti sia sul piano del ricordo e dell'oblio soggettivo, sia sul piano della cultura e della società.

La collana si articola in due sezioni:

- 1. *Territori*: riflessioni scientifiche, teoriche e di ricerca, finalizzate al confronto e all'avanzamento dei saperi disciplinari.
- 2. *Percorsi*: saggistica rivolta a un pubblico non esclusivamente accademico, volta a focalizzare temi di attualità che vengono trattati e approfonditi con gli strumenti della ricerca scientifica.

I volumi pubblicati sono sottoposti a una procedura di valutazione e accettazione nota come "double-blind-peer-review" (doppio referaggio anonimo).

Comitato Scientifico

Romana Andò, Università Sapienza di Roma; Piermarco Aroldi, Università Cattolica di Milano; Sergio Brancato, Università di Salerno; Gea Ducci, Università di Urbino Carlo Bo; Jean-Louis Fabiani, Central European University; Gino Frezza, Università di Salerno; Laura Gemini, Università di Urbino Carlo Bo; Mario Giacomarra, Università di Palermo; Guido Gili, Università del Molise; Giovannella Greco, Università della Calabria; Henry Jenkins, University of California; Giuseppe O. Longo, Università di Trieste; Giacomo Manzoli, Università di Bologna; Alberto Marinelli, Università Sapienza di Roma; Mario Morcellini, Università Sapienza di Roma; Roberta Paltrinieri, Università di Bologna; Paola Parmiggiani, Università di Bologna; Francesca Pasquali, Università di Bergamo; Gianfranco Pecchinenda, Università Federico II di Napoli; Guglielmo Pescatore, Università di Bologna; Georg Ritzer, University of Maryland; Carlo Sorrentino, Università di Firenze; Giovanni Spagnoletti, Università di Roma Tor Vergata; Nicoletta Vittadini, Università Cattolica di Milano; Giorgio Zanchini, Rai.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: *www.francoangeli.it* e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

I blog sono artefatti socio-tecnici
frutto della creatività degli utenti che abilitano
forme di espressione personale e collettiva,
narrazioni, percorsi di memoria e relazioni sociali.

Ripercorrerne la storia

è un viaggio volto

a scoprire come

un'idea si sia

trasformata in uno

standard che ha mutato

il modo in cui gli utenti si appropriano della rete.

Ricostruire i contorni di questo percorso significa anche

identificarne le promesse realizzate, quelle mancate

e le opportunità offerte.

**Elisabetta
Locatelli**

The Blog up

Storia sociale del blog in Italia

FrancoAngeli

La pubblicazione di questo volume ha ricevuto il contributo finanziario dell'Università Cattolica sulla base di una valutazione dei risultati della ricerca in essa espressa (linea d.3.1., anno 2013).

Progetto grafico di copertina di Fabio Fornasari

Copyright © 2014 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Prefazione , di Nicoletta Vittadini	pag.	9
Introduzione	»	11
1. Un artefatto complesso	»	15
1. Cos'è un blog	»	15
2. Web studies e weblog studies	»	16
3. Il blog come prodotto culturale	»	28
2. <i>Early blogger</i>: la nascita della blogosfera in Italia (2001-2003)	»	48
1. Il contatto con la blogosfera statunitense	»	49
2. “Adeguatezza culturale” del blog	»	51
3. L'appropriazione dello strumento	»	52
4. L'ingresso nella routine quotidiana	»	56
5. Una comunità virtuale e reale	»	58
3. L'era di Splinder (2003-2006)	»	66
1. Piattaforme di blogging: la nascita di Splinder e altre storie	»	66
2. Nuove motivazioni per nuovi blogger	»	68
3. Relazioni sociali	»	72
4. La diffusione presso un pubblico di massa (2006-2008)	»	76
1. Nuove forme di appropriazione	»	76
2. La demistificazione del blog	»	83
3. Nuovi circuiti di aggregazione	»	89

5. Blog is not dead (2008-)	pag.	98
1. <i>Being social</i> : nuove pratiche di condivisione dei contenuti	»	99
2. Influencer e opinion leader	»	102
3. Autoreferenzialità	»	106
4. L'assestamento della blogosfera: alcuni casi paradigmatici	»	108
5. Tra fiducia e format	»	115
6. Il modellamento sociale dei blog	»	117
1. Il <i>Social Shaping of Technology</i>	»	117
2. <i>Social Shaping of Technology</i> e blog	»	133
3. Le routines fruttive	»	141
7. Relazioni sociali, dinamiche identitarie ed esperienza estetica del sé	»	151
1. Intimità mediata a distanza	»	151
2. Identità in rete	»	153
3. Metafore del blog	»	160
4. Funzioni del blog	»	173
5. Il blog come luogo di espressione del sé	»	177
8. Conclusioni	»	187
1. Della non separabilità quantistica	»	187
2. Personal media	»	191
3. Tecnologie del sé	»	193
4. Un luogo intrinsecamente sociale	»	195
Nota metodologica	»	197
Bibliografia di riferimento	»	205

A mio padre

Prefazione

di Nicoletta Vittadini

Qual è lo statuto comunicativo di un blog? Diario, testata giornalistica, bacheca aziendale, magazine tematico sul cibo o la moda. E chi è il blogger? Un esperto, uno scrittore, un abile aggregatore (di news, citazioni, immagini), un comunicatore di professione, un politico. E ancora potremmo chiederci come possiamo raccontare la blogosfera e le connessioni tra i vari blog/blogger con i media o i social network?

La sfida che si trova di fronte chiunque voglia parlare di blog è la complessità. Una complessità che si è generata nel tempo, mano a mano che le tecnologie si sono evolute; che i media e la stessa rete hanno prodotto discorsi sociali sui blog; che i blogger sono cambiati e con loro prospettive, obiettivi e stili. Alcune caratteristiche del blog sono certo rimaste costanti. Il blog è una piattaforma 2.0 e come tale – secondo quanto ci ha suggerito Tim O’Reilly – è uno spazio collaborativo, dove si intrecciano la produzione autoriale (quella del blogger) e la scrittura collettiva (quella che si sviluppa nel dialogo tra il blogger e chi commenta). Altre caratteristiche sono cambiate e il blog - nella sua multi-forme realtà attuale - costituisce un catalizzatore di molti processi e dinamiche che oggi animano il web. Ad alcuni di essi assistiamo in modo evidente.

Assistiamo a una professionalizzazione dell’attività del blogger che si esprime – ad esempio – nelle forme dei food blog o dei fashion blog. L’attività di blogging è espressione della capacità di produzione culturale degli utenti della rete ed è stata a lungo caratterizzata dalla de-professionalizzazione degli strumenti di produzione. Oggi essere un blogger trova riconoscimento non solo sul piano dei discorsi sociali, ma anche sul piano contrattuale, nel momento in cui “il blogger” è un possibile ruolo professionale. Parafrasando il titolo del volume di Andrew Keen *The cult of the amateur*, che qualche anno fa ha espresso una critica radicale al web 2.0, potremmo parlare oggi di *professionalizzazione dell’amateur*.

Assistiamo anche allo svilupparsi di una diversa forma di dialogo tra la produzione dal basso e il mondo dei media e dell’industria culturale. L’attività di blogging è stata a lungo (e per alcuni tratti lo è ancora) il luogo di una produzione alternativa alle forme e ai contenuti del mainstream. Lo sono stati i diari personali dei blogger, così come i blog destinati a ipercompetenze di nicchia o i meta blog di rassegna stampa sulle notizie dal sud del mondo o dai Paesi dimenticati, per citare solo alcuni esempi. A questo rapporto di alternatività oggi si va affiancando un dialogo sempre

più stretto che si esprime nei prodotti editoriali tradizionali che nascono dai blog (i libri pubblicati dai blogger o tratti dalle conversazioni che si sono sviluppate nei blog) o nello spazio che nei media tradizionali viene dato ai blog “istituzionali” della politica così come della cultura alta o popolare. Potremmo dire allora che il blog è una espressione del fatto che oggi *la convergenza si fa sistema*. Come indica Jenkins (2006) la convergenza è la relazione tra la produzione *mainstream* e la pressione esercitata dal basso dalla produzione guidata dagli utenti. Oggi questa pressione non è più totalmente esterna, ma si stringe al sistema della produzione della cultura.

Assistiamo, infine, anche a un processo di istituzionalizzazione dei blog all'interno delle professioni della comunicazione via web. Ai blogger – ad alcuni blogger – è stato riconosciuto il ruolo di opinion leader della rete. Come tali hanno un peso, ad esempio, nelle attività di gestione delle pubbliche relazioni digitali. I blogger sono studiati, ricercati, classificati secondo parametri che ne definiscono la capacità di agire come influencer nella diffusione di prodotti, idee o costruzione della brand reputation (Gladwell 2000). Il blog è un esempio di come i flussi di comunicazione che caratterizzano la rete oggi siano stratificati ed emergano con forza i ruoli di opinion leader orizzontale e verticale già definiti nelle ricerche sui flussi di comunicazione degli anni Cinquanta (Katz e Lazarsfeld 1955). Il peso che le reti sociali hanno nel contesto contemporaneo e la complessità delle fonti di informazione, fa emergere quella che potremmo chiamare *la rete degli opinion leader*.

Scrivere un libro sul blog significa quindi, oggi, porsi l'obiettivo di dare delle chiavi per dipanare questa complessità.

Il volume di Elisabetta Locatelli sceglie una strada salda e al contempo originale. La solidità è quella dell'approccio storico, della ricostruzione delle linee evolutive che hanno portato il blog dalle sue origini fino alla sua attuale fase evolutiva al contempo complessa e consolidata. L'originalità è data dal non limitarsi a ricostruire la storia delle piattaforme tecnologiche, o quella dei generi, o ancora quella delle figure autoriali e dei discorsi sociali sulla rete, ma dal cercare un quadro teorico che sia in grado di dare conto dell'intrecciarsi di tutti questi fili. L'originalità dell'approccio proposto in questo volume risiede nel leggere la storia dei blog come la storia di un modellamento sociale della tecnologia applicando il paradigma SST (*Social Shaping of Technology*) alle piattaforme di blogging e ricostruendo le tappe che lo portano dagli *early blogger*, all'era di Splinder, alla diffusione presso un pubblico di massa fino al dibattito attuale sulla presunta “morte del blog”.

Già perché la storia del blog non è finita. Alcune fenomenologie espressive che sono state proprie del blog oggi trovano spazio su altre piattaforme (si pensi alla dimensione diaristica di Facebook o alla forma conversazionale di una piattaforma di micro-blogging come Twitter). Cosa è morto, quindi, del blog e cosa invece è diventato il blog? Il libro che dopo queste prime pagine ha il suo vero inizio contribuisce a dare una risposta.

Introduzione

Quindici anni dopo l'invenzione del suo nome, il blog continua ad essere uno degli oggetti più vivi del web, benché qualcuno si sia più volte affrettato a dichiararne la morte. Il blog si presenta come un oggetto che ha anticipato l'evoluzione del Web da 1.0 a 2.0, portando l'utente a essere un produttore di contenuti e non più semplicemente un fruitore. In questa logica le applicazioni non sono interamente definite a priori dal produttore, ma l'utilizzatore finale ha la capacità di intervenire modificando una parte di esse in modo più o meno forte. Emerge così in modo molto chiaro la natura di «artefatto culturale» (Hine 2000) del blog, originato dalla “creatività tecnologica” completamente *grassroots* (Jenkins 2006) di alcuni utilizzatori di internet statunitensi. A partire dalla loro originale funzione di web-log, ovvero di diari di navigazione del web, di spazi in cui raccogliere link interessanti corredati da un breve commento (Blood 2002), i blog sono stati appropriati in modi molto differenti in diversi contesti, fino ad essere utilizzati sia come *User Generated Content* che inseriti all'interno degli strumenti utilizzati dai *mainstream media* (Lüders 2008). In questo contesto tecnologia e società appaiono strettamente interrelate rendendo utile chiedersi:

che rapporto c'è tra questi due aspetti - tecnologico e sociologico - dello stesso fenomeno? Che rapporto c'è, in altri termini, tra l'innovazione tecnologica che ha reso possibili i blog e i comportamenti concreti di milioni di individui che, in nazioni diverse, hanno effettivamente iniziato ad utilizzare, secondo certe pratiche, questo nuovo format comunicativo? (Di Fraia 2007, p. 20).

Rispondere attribuendo una relazione lineare causa-effetto fra la semplicità d'uso e il successo dello strumento, sottolinea ancora Guido Di Fraia, non è molto utile. Sembra invece più proficuo cercare di afferrare il complesso legame fra individuo, tecnologia e cultura (Rivoltella 2003), rifacendosi ai discorsi con cui la tecnologia viene semantizzata e riempita di senso.

Interpretare il blog come artefatto tecnologico consente di mettere a tema questa relazione e di aprire la «black box» della tecnologia (Williams, Edge 1996) andando a ripercorrere i fattori che hanno contribuito al modellamento dell'oggetto secondo la lezione del *Social Shaping of Technology*, paradigma nato per artefatti materiali e consistenti e applicabile in modo efficace anche a oggetti la cui natura è al confine fra l'artefatto e lo strumento di Comunicazione Mediata da Computer (Computer-Mediated Communication, CMC) (Baym 2006) come il blog.

Dal desiderio di approfondire tale legame nasce il lavoro di ricerca presentato in questo volume avviato nel 2005 con il percorso svolto per la tesi di dottorato¹ e proseguito in questi anni con ricerche e analisi in cui accanto ai blog l'oggetto di studio sono stati i social network. Pur nella consapevolezza di indagare un campo in continua evoluzione e non esauribile con un'unica trattazione, l'obiettivo è quello di riuscire a delineare il senso di una sua porzione specifica.

La scelta è stata quella di concentrare l'attenzione sull'aspetto microsociale del fenomeno, andando a ricostruire una «biografia dell'oggetto» (Kopytoff 1992) nel nostro Paese e scegliendo come «gruppo sociale pertinente» (Bijker, Pinch, Hughes 1989) su cui concentrare l'attenzione della ricerca gli autori dei blog, ovvero i blogger. All'interno di questo processo essi svolgono, infatti, un ruolo di primo piano poiché contribuiscono non solo a creare l'artefatto blog ma anche a definirne lo statuto e l'assetto.

Sempre in questa direzione, si è deciso di selezionare fra le tipologie di blog esistenti i blog personali, intendendo con questa definizione blog redatti da una sola persona con diverse finalità, dal racconto diaristico all'annotazione di appunti. L'obiettivo di ricerca è stato dunque quello di mostrare come gli autori, il contesto del web e i processi di relazione e contaminazione con altri spazi online abbiano avuto un ruolo nel determinare l'assetto finale dell'oggetto.

Proprio perché concentrata sulle dinamiche di appropriazione personale del blog, quasi oggetto di un processo di “addomesticamento” (Silverstone, Hirsch 1994; Silverstone 2005), è stata scelta per la ricerca una metodologia qualitativa, particolarmente adatta a indagare nuovi territori (come lo era il blog al momento dell'avvio della prima fase di ricerca) dove l'indagine sia guidata da ipotesi, categorie e concetti (Ricolfi 1997) e sinergica con un approccio ermeneutico (Jensen 2002). L'adozione di una metodologia di stampo qualitativo ha permesso di comprendere non solo le istanze di modellamento sociale riferite alla struttura e al design dello spazio virtuale, ma anche le motivazioni e i significati simbolici attribuiti a questa esperienza, facendo quindi dialogare il paradigma del *Social*

¹ E. Locatelli, *I Blog Personali. Pratiche d'uso e Modellamento Sociale*, Università Cattolica del Sacro Cuore, XX ciclo, a.a. 2006/07, Milano. Tutor proff. Fausto Colombo e Nicoletta Vittadini.

Shaping of Technology con quello della *domestication*. Dati emersi e teorie sono stati oggetto di un processo interpretativo che ha consentito di precisare lungo la ricerca gli obiettivi e di affinare gli strumenti più idonei per raggiungerli analogamente a quanto proposto dalla *Grounded Theory* (Glaser, Strauss 1967; Strauss, Corbin 1990; Charmaz 2000). Strumento principe della ricerca è stata l'intervista qualitativa semi-strutturata a blogger affiancata dall'analisi dei blog, condotta con una metodologia di stampo semiotico, l'osservazione partecipante a raduni di blogger e la raccolta di documenti (articoli, post di blog, saggi) inerenti la prima fase di sviluppo dei blog stessi. Ampia attenzione è stata dedicata anche all'osservazione dell'evoluzione del contesto web in cui i blog si sono diffusi.

Un valido ausilio per comprendere il fenomeno del blog è stata la sua interpretazione come prodotto culturale (Griswold 1991; Colombo 2001b, 2003) che ha permesso di mettere in luce le dimensioni che lo compongono a livello macrosociale. Questo tema sarà oggetto del primo capitolo che avrà anche il compito di fornire il contesto degli studi sul web, filone in cui si pone questa ricerca.

I capitoli due, tre, quattro e cinque saranno invece dedicati alla ricostruzione della storia sociale del blog in Italia, ovvero una storia ricostruita prevalentemente attraverso le voci dei blogger stessi. Il secondo capitolo si occuperà della fase in cui i blog hanno iniziato a diffondersi in Italia (2000-2003), il terzo alla prima fase di consolidamento legata strettamente alla creazione di Splinder, la prima piattaforma in lingua italiana (2003-2006). La diffusione al pubblico di massa (2006-2008) sarà invece oggetto del quarto capitolo a cui seguirà, nel quinto (2008-), un tentativo di tracciare alcune linee evolutive del blog in Italia attraverso la ricostruzione di casi esemplari.

Gli ultimi due capitoli saranno dedicati a un'ulteriore rilettura interpretativa dei dati raccolti. Il capitolo sei illustrerà la pertinenza dell'applicazione del paradigma del *Social Shaping of Technology* al blog, mentre il settimo sarà dedicato a temi centrali della riflessione sociologica sul web, quali l'identità, le relazioni sociali, gli elementi immaginativi legati alla tecnologia e alla rete, e il rapporto fra blog e narrazione.

Spetterà alle conclusioni fare una sintesi di questo lungo percorso provando a mettere a fuoco cosa sia oggi l'essenza del blog e quali siano i suoi tratti definitivi.

Ringraziamenti

Il percorso di ricerca e stesura di questo libro è stato appassionante e complesso ma soprattutto non è stato un viaggio solitario: in tanti hanno contribuito alla sua forma finale discutendone i contenuti, avanzando suggerimenti, esortandomi a proseguire.

In particolare vorrei ringraziare Nicoletta Vittadini per la presenza costante di acuto stimolo intellettuale e di paziente incoraggiamento con cui mi ha accompagnato in questo anni; Fausto Colombo per aver reso concreta la possibilità di pubblicazione di questo libro e per le indicazioni di ricerca.

Vorrei inoltre ringraziare: tutti i colleghi dell'Osservatorio sulla Comunicazione, Piermarco Aroldi, Simone Carlo, Andrea Cuman, Angelica Dadomo, Giovanna Mascheroni, Daniele Milesi, Maria Francesca Murru, Francesca Pasquali, Barbara Scifo, Matteo Stefanelli, Silvia Tarassi per la condivisione delle esperienze di lavoro, di vita e per le tante discussioni aventi come oggetto, croce e delizia della nostra attività accademica, le sfide della ricerca sui/con i social media; Giovanni Boccia Artieri per aver reso possibile la pubblicazione del libro e per aver contribuito, con Luca Rossi e Fabio Giglietto, con spunti e riflessioni a farmi ragionare sullo sviluppo dei blog e dei social media in Italia; Michele Sorice per il supporto offerto durante lo svolgimento delle interviste a Roma, Davide Bennato per avermi aiutato a reperire fonti altrimenti introvabili e Andrea Gelpi per la consulenza nelle traduzioni dall'inglese.

Ringrazio inoltre tutti i colleghi del dottorato in Culture della Comunicazione e del Dipartimento di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo, fra cui Francesco Casetti, Ruggero Eugeni, Mariagrazia Fanchi, Armando Fumagalli, Chiara Giaccardi, Sara Sampietro, Matteo Tarantino, Marco Tomassini, Simone Tosoni, con cui ho avuto modo di collaborare a diverso titolo, per il costante e onesto confronto intellettuale.

Roberto Diodato per la squisita disponibilità al confronto sul tema del virtuale fra estetica e sociologia.

Tutti i blogger che hanno accettato di partecipare alla ricerca e che hanno contribuito alla sua riuscita con la loro voglia di raccontarsi e di farmi entrare nel loro mondo.

Un grazie sincero infine va alla mia famiglia e a tutti gli amici che sostengono il mio lavoro.

1. Un artefatto complesso

Il blog può assumere molteplici forme: può essere un diario personale, un blocco per appunti, uno strumento di comunicazione aziendale o giornalistica. Ancora, autori di blog possono essere singoli individui, più persone o enti e istituzioni. Infine, la tipologia di contenuto può essere un testo ma anche una foto o un video. Parafrasando Aristotele, si può affermare che il blog “si predica in molti modi”, ovvero è possibile interpretarlo diversamente in funzione, per esempio, del contesto socio-culturale e delle necessità dell'autore.

Il fascino del blog consiste, quindi, nell'essere un oggetto definito ma duttile allo stesso tempo. Obiettivo di questo capitolo è mostrare come il suo assetto si sia costituito nel corso del tempo. Dopo aver circoscritto l'orizzonte teorico in cui questa ricerca si inserisce, si procederà a ripercorrere lo sviluppo storico del blog adottando un approccio in cui alla descrizione cronologica degli eventi si sovrappone il frame concettuale del prodotto culturale, utile a individuare in chiave analitica le dimensioni cruciali di cui questo processo si è composto.

1. Cos'è un blog

Come osserva Di Fraia (2007), un blog dal punto di vista tecnologico

concettualmente è costituito di tre elementi: un database, un modulo per l'inserimento dei contenuti e un terzo modulo in grado di visualizzarli nel web, secondo il principio per cui quelli più recenti vengono collocati nella pagina in posizione più alta rispetto a quelli precedenti (ibidem p. 20)¹.

Analoghe definizioni sono riportate anche in contesti internazionali (cfr. Walker Rettberg 2008; Fievet, Turrettini 2004). Dal punto di vista tecnolo-

¹ La sua definizione riprende esplicitamente quella di Granieri 2005.

gico gli elementi che formano un blog sono, quindi, davvero minimali e offrono a ciascun autore ampi margini di personalizzazione del proprio spazio anche in funzione delle coordinate storico-culturali in cui si trova. Nel corso degli anni si sono susseguite classificazioni che hanno cercato di specificare le tipologie di blog a partire dal suo autore, dal contenuto, dalla finalità o ancora dal formato di pubblicazione scelto, tutti elementi cruciali perché condizionano fortemente l'assetto finale che il blog assume. Considerando, per esempio, il formato di pubblicazione si possono distinguere blog di testo, fotoblog, videoblog, audio blog, podcast blog e moblog (mobile blog). Altri autori considerano, invece, come criterio per la tassonomia la tipologia di contenuto e la finalità per cui il blog è stato costituito distinguendo blog personali, ovvero blog diaristici, *filter blog* (blog in cui pubblicare una selezione di temi, link e notizie), e *topic-driven blog* (blog dedicati ad un tema specifico. Per un approfondimento sulle tipologie cfr. Di Fraia 2007, Walker Rettberg 2008). Ancora, considerando le tipologie di autori si possono distinguere blog personali, corporate blog (blog creati dalle aziende), blog di privati cittadini che scrivono per diletto e blog di professionisti che lo utilizzano come strumento di reputazione o come spazio per diffondere le proprie opinioni; fra i blog redatti da giornalisti si possono individuare, scendendo ancora più nel dettaglio, blog interni a una testata e costruiti come una rubrica web e blog redatti autonomamente dal giornalista che vi può pubblicare contenuti personali o che non trovano spazio nella sua attività professionale. Fra le innumerevoli tipologie questo lavoro si è concentrato in particolar modo sull'evoluzione dei blog personali, intendendo con questa accezione blog che fossero redatti da un solo autore e intesi come libero spazio di creatività non legato ad attività professionali, includendo quindi blog strettamente diaristici accanto a block-notes e filter blog².

2. Web studies e weblog studies

In quanto strumento di comunicazione che ha nella rete la sua condizione necessaria di esistenza, i weblog studies si inseriscono negli internet e web studies. Essi hanno subito un percorso di evoluzione ricostruito da David Silver e Barry Wellman che ne individuano tre fasi o età³, il primo concentrandosi sui *cyberculture studies* e il secondo focalizzandosi sugli Internet Studies tout court. I due studiosi seguono un'analoga scansione concettuale ma cambia, seppur di poco, la suddivisione cronologica che adottano: per Silver le tre fasi sono contenute negli anni Novanta, mentre per Well-

² Un ulteriore approfondimento su questa scelta di trova nella Nota metodologica.

³ Silver preferisce usare i termini "stage" e "generation" mentre Wellman ricorre al sostantivo "age". Cfr. Silver 2000; Wellman 2004; Wellman, Hogan 2004.

man la terza si colloca all'inizio del nuovo millennio. Dal punto di vista terminologico, inoltre, si deve notare che Silver denomina le tre fasi, rispettivamente, *popular cyberculture*, *cyberculture studies* e *critical cyberculture studies*. Il termine *cyberculture* risente del clima in cui Silver scriveva: lo spazio online era definito con il termine di *cyberspace* e la cultura che lo descriveva, o che si sviluppava al suo interno, con il nome di *cybercultura*⁴. Come osserva Laura Gurak nella seconda edizione di *Web Studies* - proprio nel saggio che sostituisce quello di Silver - la maggior parte della cultura occidentale è ormai una *cyberculture* e il termine ombrello più appropriato per descrivere gli studi al riguardo è quello di "Internet Studies" (Gurak 2004). Inoltre, i *cyberculture studies* si sono caratterizzati nel corso del tempo per un particolare approccio critico su cui ci sarà modo di tornare più avanti. Dal momento, quindi, che non tutti gli Internet Studies sono riconducibili all'approccio dei *cyberculture studies*, si suggerisce in questa sede di aggiornare la terminologia di Silver rinominando le tre fasi come *Popular Internet Studies* (inizio degli anni Novanta), *Internet Studies* (fine degli anni Novanta) e *Contextual Internet Studies* (dall'inizio del nuovo Millennio). Questo cambiamento è mutuato in parte anche dalla ricognizione che Wellman fa del fenomeno ed è motivata dal tipo di approccio che ogni fase adotta, riassunto in un unico termine che lo distingua rispetto a quella precedente, con cui non c'è soluzione di continuità ma un graduale emergere del nuovo. Dal punto di vista temporale si è deciso di adottare la scansione cronologica di Silver, perché più comprensiva e ampia di quella di Wellman, facendo però scivolare verso l'inizio del nuovo millennio l'avvio della terza fase.

La prima fase può essere collocata all'inizio degli anni Novanta e viene definita da Silver *Popular Cyberculture*, qui rinominata *Popular Internet Studies*. L'aggettivo *popular* che si è deciso di mantenere si riferisce al tipo di persone che si occupano dei nuovi strumenti di comunicazione, spesso giornalisti o *early adopters* (Rogers 1962), che danno origine ad un'ampia produzione di articoli e saggi. È un periodo caratterizzato da un approccio "giornalistico" ai nuovi media, che diventano oggetto di

collection of essays, columns and books written by particularly wired journalists and early adopters. Starting in the early 1990s these cultural critics began filing stories on the internet, cyberspace and the "information superhighway" for major American newspapers and magazines. Significantly, what began as an occasional column in a newspaper's technology section soon developed into feature articles appearing in the front page, in the business section and in life-

⁴ Da questo punto di vista non si possono non citare i testi di Pierre Lévy che sistematizzano e contribuiscono ad alimentare la mitologia della rete come spazio "altro" in cui l'umanità potrà sviluppare le sue potenzialità grazie all'«interconnessione mondiale delle intelligenze», cfr. Lévy 1994, 1995.

style supplements, as well as within the new media/cyberspace beat of many mainstream magazines⁵ (Silver 2000, pp. 19-20).

La natura descrittiva di questa fase è sottolineata anche da Wellman, che la riconduce al clima di entusiasmo che accompagnò la diffusione dei nuovi strumenti di comunicazione:

in their euphoria, many analysts lost their perspective and succumbed to presentism and parochialism. [...] They thought that the world had started anew with the internet⁶ (Wellman 2004, p. 124)⁷.

Come non mancano di sottolineare entrambi gli studiosi, spesso coloro che riflettevano sui nuovi media si schieravano come pessimisti o ottimisti (Wellman 2004), alla stregua degli apocalittici e integrati di Umberto Eco (Eco 1964; Wellman, Hogan 2004). Se gli uni ne sottolineavano i rischi e le problematiche, gli altri ne enfatizzavano invece i punti di forza e le nuove opportunità offerte in termini economici, sociali e politici⁸. Non va comunque dimenticato che questo tipo di discorsi contribuirono a diffondere l'uso della rete e le problematiche ad esso legate anche ad un pubblico non specialistico. Accanto alla «descriptive nature» e al «rhetorical dualism», questa prospettiva descriveva il cyberspazio nei termini della «frontiera», come un territorio da esplorare e da conquistare, segnando anche una separazione netta fra la realtà online e quella offline. La scissione fra il mondo elettronico e quello reale che la metafora della frontiera suggerisce è rilevata anche dal punto di vista metodologico da Wellman, il quale evidenzia come gli strumenti adottati per studiare la rete fossero mutuati dalla rete stessa e

⁵ «Collezioni di saggi, articoli e libri scritti in modo particolare da giornalisti di settore ed *early adopters*. A partire dai primi anni Novanta questi critici iniziarono a raccogliere per i maggiori quotidiani e riviste statunitensi storie su internet, sul cyberspazio e sulle «autostrade dell'informazione». In maniera significativa, ciò che iniziò come un trafiletto occasionale nella sezione dedicata alla tecnologia di un quotidiano si è sviluppato poi in articoli monografici che comparivano nelle prime pagine, nella sezione economica o negli inserti, così come nel *tam tam* delle principali riviste sui new media e sul cyberspazio». Le traduzioni, ove non presente un'edizione italiana, sono a cura dell'autore.

⁶ «Nell'euforia del momento, molti analisti hanno perso la loro prospettiva e si sono arresi all'eccessiva enfasi sul presente e al particolarismo. [...] Pensavano che il mondo fosse iniziato di nuovo con l'avvento di internet».

⁷ Cfr. anche Gauntlett, Horsley 2004.

⁸ Anche Alberto Marinelli insiste sulla componente di «euforia» che permeava le prime fasi di studi sulla rete, pur non accennando ad una collocazione temporale degli stessi: «abbiamo attraversato l'euforia dei primi momenti, in cui sembrava che tutto di colpo dovesse cambiare: che i vecchi media dovessero sparire, risucchiati nel grande vortice della «digitalizzazione» e del nuovo medium interattivo Internet [...] Rispetto a queste «visioni» possiamo considerarci dei sopravvissuti, dei naufraghi che debbono imparare a costruirsi una zattera con i resti dei loro naufragi» (Marinelli 2004, pp. 17-18).

che gli studiosi valutassero come pertinente alla rete solo ciò che accadeva al suo interno:

they insisted on looking at online phenomena in isolation. They assumed that only things that happened on the internet were relevant to understanding the internet. Their initial analyses of the impact of the internet were often unsullied by data and informed only by conjecture and anecdotal evidence: travellers' tales from internet *incognita*. The analyses were often utopian. They extolled the internet as egalitarian and globe-spanning, and ignored the way in which differences in power and status might affect interactions both online and offline (Wellman 2004, p. 124)⁹.

Liberandosi dalle mitologie della rete, che in realtà hanno radici ben più lontane degli anni Novanta del secolo scorso, l'indicazione è quindi quella di indagare i fenomeni riportandoli ad un contesto "normalizzato" e non più avvolto da un'aura leggendaria¹⁰.

Un passo in questa direzione è compiuto nel secondo stadio degli Internet Studies, definibili *Internet Studies* tout court e ascrivibile alla fine degli anni Novanta. In questo periodo la rete era uscita dalle mani degli *early adopters* e dei tecnici per entrare nelle case e nella vita di un numero sempre più ampio di persone, tanto da essere definita *embedded* nella quotidianità (Wellman, Haythorwhaite 2002). Contemporaneamente, gli studi assumevano una connotazione maggiormente scientifica e strutturata. Come sottolinea Van Dijk (2006), quegli anni erano caratterizzati dal passaggio fra il modello socio-psicologico a quello socio-culturale chiamato "social information processing model", in cui diventava centrale capire come i media fossero integrati nelle pratiche quotidiane e come venissero a loro volta modellati dall'elaborazione intersoggettiva delle informazioni. Il fenomeno investì non solo il versante della ricerca ma anche i discorsi degli altri media e la pubblicistica che avevano come oggetto la rete. Secondo i dati riportati da Wellman (2004), si ebbe, infatti, un calo del 38% del numero di pagine dedicate al web dal 1996 al 2001 sul famoso mensile *Wired*: se nel settembre 1996 contava 240 pagine, nel settembre 2003 esse si erano ridotte a 148:

⁹ «Insistevano a considerare i fenomeni che accadevano online in modo isolato. Partivano dall'assunto che solamente quanto accadeva in internet fosse rilevante alla comprensione di internet stesso. Le loro analisi iniziali dell'impatto di internet erano spesso prive di dati e sostanziate solamente da congetture ed indizi aneddotici: racconti dei navigatori delle terre sconosciute di internet. Le loro analisi erano spesso utopistiche. Esaltavano internet come egualitario e globalmente diffuso, e ignoravano il modo in cui le differenze di potere e di status avrebbero potuto influenzare le interazioni all'interno e all'esterno della rete».

¹⁰ Un'acuta analisi della religiosità latente della rete è offerta da Breton (2000).