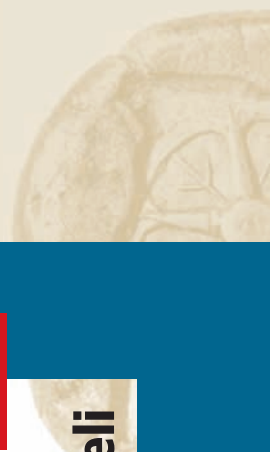


Maria Emanuela Corlianò

Vite mediate

Nuove tecnologie di connessione
e culture di rete



Sociologia

FrancoAngeli

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.

Maria Emanuela Corlianò

Vite mediate

Nuove tecnologie di connessione
e culture di rete



Sociologia

FrancoAngeli

Volume pubblicato con il contributo del Dipartimento di Scienze Pedagogiche, Psicologiche e Didattiche dell'Università del Salento (Fondi Ricerca di Base).

Grafica della copertina: Elena Pellegrini

Copyright © 2010 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

Introduzione	pag.	9
Parte prima		
L'invenzione quotidiana del network		
1. La rivoluzione digitale. I media nelle nostre mani	»	17
1.1. Nuove convergenze tra tecnologia e cultura	»	22
1.2. La mitologia della scatola nera	»	27
2. Software sociale e quotidianità dei nuovi media	»	31
2.1. La quotidianità del virtuale. I siti di <i>dating</i> e <i>Second Life</i>	»	34
3. Conversazioni globali: mercato e giornalismo nella bitsfera	»	43
3.1. I mercati sono conversazioni: <i>The Cluetrain Manifesto</i>	»	44
3.2. Giornalismo <i>opensource</i> e conversazioni globali: <i>We the media</i>	»	46
Parte seconda		
L'effervescenza sociale dei consumi mediali		
1. Nuove tecnologie e creatività dei consumi	»	53

2. Comunicazione, etica, convergenza. Alcune riflessioni	pag.	56
2.1. La comunicazione individuale di massa tra comunitarismo e individualismo	»	58
2.2. L'etica del quotidiano: la moralizzazione dei mercati	»	59
2.3. Consumare e partecipare nella convergenza	»	61
3. I riti quotidiani del consumo, tra critica del sistema e ricerca della coesione sociale	»	63
3.1. Consumatori creativi a scuola di lentezza (www.vivereconlentezza.it)	»	64
3.2. Il consumo consapevole e sostenibile. Jungo e la risposta agile alla mobilità (www.jungo.it)	»	67
3.3. Sacrificarsi all'altare del consumo (www.revbillly.com)	»	70
3.4. Seva: la compassione in azione (www.seva.org)	»	74

Parte terza

Reti del dissenso/reti del controllo

1. Potere e contropotere nella società delle reti	»	81
1.1. Culture emancipanti del network	»	83
1.2. Le forme del potere nella società in rete	»	87
2. Contropotere e processi di resistenza	»	89
2.1. Il media attivismo	»	92
2.2. L'hacktivismo	»	97
3. Reti del dissenso. Le anti-identità multiple di Luther Blisset	»	105
Riferimenti bibliografici	»	115

*Alla piccola Martina,
impegnata a costruire
la rete della sua vita.*

*A Luisa, che ora danza
leggera dentro Altre,
Infinite e Ineffabili, Realtà*

Introduzione

Viviamo in un passaggio d'epoca che presenta sfide mai prima incontrate. La società basata sull'informazione estende all'intero pianeta la sua forma, fondata su simboli e linguaggi sempre più controllati dai media e da agenzie che creano e diffondono i modelli culturali condivisi. La vita sociale si rispecchia nelle immagini e nei segni che produce, e le nostre esperienze quotidiane avvengono in contesti artificiali ormai interamente mediati dall'informazione. La qualità dell'esperienza umana si modifica profondamente, e il rapporto con gli altri, con le cose, con la natura, con il nostro stesso corpo, viene filtrato attraverso gli strumenti che la tecnologia ci mette a disposizione.

Alberto Melucci

Gli ultimi decenni di osservazione della società la vedono immersa nell'informazione e nella comunicazione. Siamo oltre il passaggio d'epoca (Melucci, 1994) descritto qualche anno fa, ma la portata di questa transizione e dell'impatto dei media sulla società è lontana dall'essere pienamente compresa, soprattutto nei risvolti che riguardano la qualità dell'esperienza umana mediata dagli strumenti della comunicazione.

L'utilizzo quotidiano delle nuove tecnologie di connessione da parte di un'audience creativa (Castells, 2009) costituisce un terreno fertile per l'osservazione sociologica, finalmente svincolata dalla mitologia sulle sorti progressive dell'umanità garantite dalla rete, piuttosto che, in maniera del tutto opposta, dal timore sulla pericolosità connaturata alla navigazione nei network sociali.

Si tratta di un'opportunità per descrivere i mutamenti generati dall'introduzione dei nuovi media (oltre ai punti di continuità tra i nuovi strumenti di comunicazione e i vecchi), ma soprattutto della possibilità di comprendere le modalità attraverso le quali la rete e le nuove tecnologie consentono agli attori sociali di entrare in connessione tra loro in modi e con finalità sempre diversi.

Se nella sua prima età, circoscrivibile ai primi anni novanta del secolo scorso, Internet, guidato da un nugolo d'iniziati che si sentiva

parte di un'élite di avanguardia, si caratterizzava come meraviglia tecnologica foriera di un nuovo illuminismo che avrebbe cambiato le sorti dell'umanità, oggi, nella sua seconda età, la rete diviene parte integrante della vita quotidiana degli individui, strumento ad uso di un vasto pubblico di utenti e produttori di comunicazione, sganciato dall'aura di fama o d'infamia di cui, in maniera aprioristica, si riteneva fosse caratterizzato¹.

In definitiva, oggi si può affermare con tranquillità che Internet è sceso dal firmamento ed è diventato parte della vita quotidiana (Wellman, Haythornwayte, 2002).

Allo stesso modo, si può intendere superato l'assunto secondo il quale i nuovi media avrebbero ucciso i vecchi. Nell'era della convergenza (Jenkins, 2007) vecchi e nuovi media coesistono: la parola stampata non ha soppiantato quella orale, il cinema non ha ucciso il teatro, la tv non ha ucciso la radio, Internet non ha ucciso la Tv e i libri. Ne consegue che la teoria della convergenza, e non quella della rivoluzione digitale, rappresenta la spiegazione più plausibile alle trasformazioni mediatiche degli ultimi anni.

Va aggiunto che la convergenza nella comunicazione non è soltanto tecnologica o organizzativa, ma anche e soprattutto culturale ed avviene nella mente dei soggetti comunicanti, i quali integrano varie modalità e diversi canali di comunicazione nella loro pratica e nella loro interazione reciproca (Castells, 2009, p.166).

Nella società in rete, inoltre, una società la cui struttura sociale si fonda su reti attivate dalle tecnologie dell'informazione e della comunicazione basate sulla microelettronica, la cultura codifica la comunicazione dotata di senso degli individui. I soggetti comunicativi, infatti, non sono isolati ma, interagendo tra loro, creano reti di comunicazione che generano senso condiviso. Assistiamo alla nascita di produzione interattiva di significato, di quell'auto comunicazione di massa (Castells, 2009) prodotta da un'audience finalmente creativa.

All'interno di quest'utilizzo abituale e poetico delle tecnologie di connessione e di Internet (quasi un nuovo elettrodomestico), si colloca questo saggio, nel tentativo di descrivere il carattere non eccezionale ma routinario della tecnologia elettronica nella realtà della vita

¹ Per approfondimenti sulla seconda età di Internet si rimanda al testo di B. Wellman, C. Haythornwayte (2002).

quotidiana. L'obiettivo è di analizzare i modi attraverso i quali sperimentiamo la realtà per mezzo della mediazione della tecnologia, la maniera con la quale ci rapportiamo agli altri, intessiamo nuove relazioni, consumiamo e persino mettiamo in atto, anche attraverso i media, strategie e tattiche di resistenza². Il testo si propone di delineare diversi ambiti della fruizione dei mezzi di comunicazione, dalla ricerca quotidiana di relazioni sociali appaganti a nuove possibilità di fruire e al contempo di produrre i media, fino alle strategie e alle tattiche di contropotere (Castells, 2009) messe in atto da alcuni attori sociali attraverso le nuove tecnologie. Si tratta, ovviamente, di descrizioni e interpretazioni che si fondano sull'assunto di base secondo il quale non esistono, nella celebre espressione di Geert Lovink (2002), media al di fuori della società. Tale quadro di riferimento richiede necessariamente la considerazione del sistema mediatico come strumento e non come fine dell'attività umana, come veicolo per implementare la produzione sociale di realtà negoziata all'interno delle interazioni quotidiane. La quotidianità dei media rappresenta, pertanto, lo sfondo nel quale si muoverà la struttura del testo, attraverso un itinerario di modalità diverse di fare esperienza delle tecnologie, pratiche, quelle di fruizione e produzione mediale, tra le altre pratiche in cui siamo costantemente impegnati.

Nella prima parte del testo, *L'invenzione quotidiana del network*, sarà descritto il lavoro quotidiano che avviene attorno ai nuovi media e alla rete in particolare, le trame dei discorsi che vengono tessute online, ma che permettono anche di organizzare relazioni offline, in una continuità che si pone in antitesi alla netta, e ormai superata, diafragma teorica su reale e virtuale. Come asserisce Jenkins (2007), il

² Sui cambiamenti generati dai nuovi media e sulla capacità degli individui di riportare le proprie esperienze culturali ai bisogni e ai desideri di un determinato momento, s'invita alla lettura del libro di James Lull, *Cultura-on-demand. Communication in a Crisis World* (2007). Sostiene, infatti, Lull che «la natura di molte attività culturali sta cambiando rapidamente con effetti di enorme rilevanza. I media, l'informazione e le tecnologie della comunicazione e la cultura popolare permeano la vita quotidiana. Gli individui in ogni parte del mondo esercitano più autonomia che mai come decisori culturali. Ovviamente, la portata di questi sviluppi varia a seconda delle circostanze in cui si trovano le persone. Ma le tendenze diffuse ad accedere in maniera personale a film, video, musica e tv *on demand* simbolizzano in maniera drammatica la maniera con la quale le persone di ogni parte del mondo stanno incrementando la portata e aumentando il controllo delle proprie esperienze culturali in accordo con i propri bisogni, desideri ed interessi particolari. Quest'aspetto dell'equazione del potere sociale è ciò che definisco *cultura-on-demand*» (introduzione, p. XXII).

mondo online non è mai totalmente sconnesso dal mondo offline; anche quando andiamo nel mondo digitale per sfuggire alla realtà, finiamo per impegnarci in rappresentazioni simboliche che leggiamo in rapporto con la realtà.

Un ulteriore elemento su cui si concentrerà l'analisi è rappresentato dalla natura conversazionale dei nuovi media, e della rete in particolare, natura che sta sempre più riguardando ambiti dapprima impensabili come il giornalismo *open source* e le sue implicazioni legate al mercato. Le nuove tecnologie, infatti, hanno permesso ai consumatori di produrre e distribuire facilmente i propri contenuti, i giornali utilizzano e pubblicano materiali generati da utenti della blogosfera e il confine tra ricezione e produzione si fa sempre più labile all'interno della cultura del remix (Castells, 2009).³

Oggetto della seconda parte del testo, *L'effervescenza sociale dei consumi mediali*, sarà poi l'analisi della tendenza verso un ruolo più attivo e consapevole del consumatore, il quale diventa anche produttore di contenuti mediali. È evidente, infatti, come, con la nascita dell'auto-comunicazione di massa, siano aumentate le possibilità che il pubblico diventi responsabile delle proprie pratiche comunicative. In tal senso, la diffusione di Internet e della comunicazione wireless consente a un vasto pubblico di utenti di divenire produttori, generando pratiche di autonomia quali la creazione di contenuti pubblicati sul web. Il *prosumer* (Toffler, 2000), a metà strada tra il *producer* e il *consumer*, assume un ruolo sempre meno marginale all'interno del mercato, supportato, nella sua azione poetica, anche dalla digitalizzazione dei media.

Accanto a tendenze verso una moralizzazione dei mercati (Stehr, 2006), si delineano processi di consumo creativo, attraverso pratiche emancipative rese possibili dall'aumentata capacità di resistenza dei consumatori alle pressioni del mercato.

A ciò si deve aggiungere la messa in discussione del concetto di crescita illimitata e la ricerca di vie più sostenibili allo sviluppo, che tengano conto anche di altri parametri oltre a quelli economici, quali il concetto di qualità della vita e perfino di felicità. Si moltiplicano i siti di consumo sostenibile (nel testo saranno considerati in particola-

³ Alcuni autori parlano di "caos comunicativo" a proposito di questa dissoluzione di confini nella ricezione e produzione di notizie (McPhail, 2006).

re www.jungo.it e www.vivereconlentezza.it), all'interno dei quali emergono nuove proposte per rispettare i limiti ecologici dei sistemi sociali e perfino tentativi di riappropriarsi del tempo. Accanto a ciò, molteplici sono le espressioni del rifiuto di consumare, come la *Stop Shopping Church* del reverendo Billy a New York (www.rev-billy.com). La critica del consumo si accompagna, in questo caso, alla riaffermazione della rilevanza del legame sociale attraverso i rituali quotidiani (Goffman, 1967,1971). E tale rilevanza costituisce anche la ricerca di comunità propria di alcune associazioni fondate dai guru delle nuove tecnologie (nel testo considereremo il sito www.se-va.org), le quali utilizzano Internet per ribadire valori quali la compassione, la solidarietà e la cultura della disponibilità verso i più bisognosi.

La fondamentale importanza del ruolo svolto dalla conoscenza nel processo di stratificazione sociale, di crescita o diminuzione del divario tra i gruppi, di inclusione e di esclusione mediati dagli strumenti di comunicazione, costituisce poi l'oggetto di analisi della terza e ultima parte del testo, *Reti del dissenso/reti del controllo*. Ovviamente, all'interno della società in rete, assistiamo a una ridefinizione del potere, non alla sua scomparsa. Così come non svaniscono le lotte sociali. Anche all'interno della società delle reti, la distribuzione sociale della conoscenza e il potere a essa correlato determinano, in ultima analisi, la capacità di agire (Stehr, 2005).

In quest'ultima sezione del testo, dopo aver analizzato pratiche e tattiche di resistenza quali il *media attivismo* e l'*hacktivismo*, si descriveranno, attraverso l'esperienza del collettivo Luther Blisset, le pratiche di contropotere messe in atto da alcuni individui per eludere e smascherare il controllo sociale. Sebbene non sia recentissima, l'iniziativa del collettivo Luther Blisset analizzata in questo libro, per il fatto di essere stata multimediale e per aver utilizzato Internet come vetrina per la divulgazione delle proprie finalità sociali, rappresenta un esempio emblematico del complesso rapporto tra media e potere.

Parte prima
L'invenzione quotidiana del network

1. La rivoluzione digitale. I media nelle nostre mani

La tecnologia contemporanea si attacca alla pelle, risponde al tocco, pervasiva, incredibilmente intima. Non fuori di noi, ma prossima a noi.

Henry Jenkins

Ogni atto di conoscenza ci porta un mondo tra le mani.

H. Maturana, F. Varela

Il tema della digitalizzazione dei media ha assunto una portata assai rilevante per le implicazioni di natura economica, politica, sociale e culturale a esso correlate¹. Com'è ormai comunemente riconosciuto, i nuovi media, quali il computer o Internet, i lettori mp3, i telefonini e i videogiochi, insieme alla radio, alla televisione digitale e al giornale online rappresentano nuove forme e nuovi mondi del comunicare, sganciando i vari media dalla dipendenza da una sola tecnologia.

La piattaforma tecnologica, infatti, non basta più da sola a definire il medium: è questo il caso, ad esempio, della Tv, oggi presente in versione analogica, via etere, ma anche digitale (satellite, via banda larga o via Internet). Sempre più spesso ci troviamo in presenza di un medium su più piattaforme tecnologiche, e ciascuna di queste piattaforme può ospitare altri media: il computer connesso ad Internet, ad esempio, può consentire di scaricare film o file musicali, di ascoltare la radio o di leggere un giornale².

Il medium principale di cui ci occuperemo in questo libro, per gli

¹ In questo paragrafo verrà fornita una descrizione sintetica degli snodi teorici fondamentali per la comprensione delle complesse dinamiche che regolano la realtà di Internet e dei nuovi media. Si tratta di una guida che non pretende di essere esaustiva della tematica in oggetto, ma che si propone di fornire il background teorico indispensabile all'analisi che sarà effettuata nei paragrafi successivi del libro.

² Per una ricognizione esaustiva del processo di digitalizzazione dei mezzi di comunicazione si rimanda alla lettura del testo curato da Fausto Colombo (2007).

innumerevoli effetti ed implicazioni sociali prodotti dal suo utilizzo è, come già accennato, Internet.³

È negli anni ottanta che i personal computer cominciano a essere connessi tra loro in rete e, grazie all'alleanza con le telecomunicazioni, rendono possibile lo sviluppo e la diffusione di Internet. Strumento di gioco, di ricerca, di formazione, di conoscenza e di comunicazione, la rete permette una comunicazione bidirezionale «da pari a pari, sia in senso conversazionale (ad esempio con messaggerie e posta elettronica), sia come possibilità per chiunque di pubblicare contenuti e di renderli accessibili a tutti» (Menduni, 2007, p.11), sia infine come possibilità di modificare e di adeguare alle proprie necessità ciò che viene reperito in rete.

Inoltre, le nuove forme di produzione e diffusione dei contenuti garantite da Internet consentono un ruolo più attivo del consumatore di tecnologia, il quale non solo può modificare e selezionare i contenuti, ma può anche spingersi fino a produrne di nuovi.

Tuttavia, come vedremo in dettaglio più oltre, con la digitalizzazione dei media non avviene, come si sarebbe indotti a pensare, la sostituzione dei vecchi media (quelli che comunemente vengono definiti mezzi di comunicazione di massa) con i nuovi media figli della realtà digitale. Al contrario, si assiste a una complessiva ricollocazione del sistema dei media (Menduni, 2007, p.11), all'interno della quale vecchi e nuovi media convivono e stabiliscono nuove connessioni.

Nel suo celeberrimo *Understanding Media* (1964), Marshall McLuhan definisce un medium *ogni estensione di noi stessi*. Qualsiasi cosa l'uomo abbia inventato per estendere le possibilità – di azione, comunicazione, percezione – del suo corpo, dalla ruota alla scrittura alla TV, può essere dunque considerato un medium. Secondo McLuhan⁴, il messaggio di un medium non va confuso con il suo contenuto, che a sua volta non è quello che viene trasmesso (una storia, il volto di una persona), ma sempre un altro medium; così, la tv trasmette parole e immagini, e il telefono trasmette il linguaggio, che è a sua volta una formalizzazione del pensiero.

³ Sulla nascita e lo sviluppo di Internet si rimanda alla lettura di E. Menduni (2007), in particolare il capitolo quarto, *Nascita e destino di Internet*, pp. 72-97.

⁴ Cfr. M. McLuhan (1964).

Con l'avvento dei nuovi media elettronici, interrelati al punto da costituire testi ipermediali, l'attenzione si sposta sul messaggio a tal punto da poter asserire che il messaggio è il medium. Come sostiene Castells (2005), se con il "medium è il messaggio" McLuhan intendeva illustrare le dinamiche attraverso le quali la materialità dell'organizzazione del processo comunicativo plasmava le modalità attraverso le quali il messaggio sarebbe stato recepito, con "il messaggio è il medium" si pone l'enfasi sul fatto che, con l'avvento dei nuovi media, sia proprio il contenuto del messaggio ad organizzare il processo comunicativo.

Tale proprietà poetica dei nuovi media rende ormai superata la concezione di un nuovo medium come di ogni nuovo mezzo di comunicazione e di espressione che la tecnologia offre. In realtà, alla luce di quanto detto, la novità è un concetto relativo, e così i nuovi media di ieri sono i vecchi media di oggi⁵. Quando si parla di media basati sul computer e sulle tecnologie digitali, inoltre, va specificato come anche i vecchi media, una volta filtrati dalla tecnologia digitale, diventino nuovi media, in quanto, pur rimanendo superficialmente identici a prima, cambiano nella sostanza.

Derrick De Kerckhove (1996), allievo prediletto di McLuhan, sostiene che l'evoluzione dell'intelligenza umana progredisce di pari passo non solo col linguaggio, ma anche con le tecnologie che lo supportano e lo elaborano, prime fra tutte la scrittura. I nuovi media cambiano i meccanismi del nostro pensiero, il nostro modo di leggere la realtà e di rapportarci con le persone e col mondo. Inoltre, se è vero che i nuovi media tendono inizialmente a scimmiettare i vecchi mezzi di comunicazione, è pur vero che questi ultimi escono riplasmati dall'incontro-scontro con i nuovi⁶.

A ciò si deve aggiungere la peculiarità delle caratteristiche strutturali dei nuovi media. Il processo di digitalizzazione e le tecnologie di rete, infatti, annullano i confini dei singoli testi e creano un gigantesco spazio semantico all'interno del quale tutti possono avere accesso e che tutti contribuiscono a costruire⁷. Si origina pertanto una dimen-

⁵ Tale contrapposizione dicotomica tra vecchi e nuovi media è stata superata dalle teorie di Fidler (1997), di Bolter e Grusin (1999) e di Jenkins (2007).

⁶ Esempi di ciò sono le trasformazioni della pittura con l'avvento della fotografia o del cinema con la comparsa del digitale.

⁷ Sulle proprietà dei media digitali cfr. in particolare il testo di Alberto Marinelli (2004).