

Danilo Boriati

Vite con lo smartphone

Una ricerca esplorativa
prima e durante la pandemia



Sociologia

FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con **Adobe Acrobat Reader**



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.

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.

Danilo Boriati

Vite con lo smartphone

Una ricerca esplorativa

prima e durante la pandemia



Sociologia

FrancoAngeli

Questo volume è stato pubblicato con un contributo del Dipartimento di Scienze Umanistiche, Sociali e della Formazione dell'Università degli Studi del Molise.

Copyright © 2022 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

Premessa	pag.	7
Introduzione	»	9
1. La teoria della domesticazione dei media	»	13
1. Gli sviluppi del paradigma teorico	»	16
2. La doppia articolazione della domesticazione	»	19
3. Le dinamiche della <i>Domestication</i> e le sue fasi: tra pubblico e privato	»	22
4. Una recente applicazione del modello: lo <i>smartphone</i>	»	25
2. La ricerca: approccio empirico e metodologia d'indagine	»	28
1. Obiettivo della ricerca, ipotesi di partenza e campioni di riferimento	»	30
2. Gli strumenti di raccolta dei dati: i questionari	»	33
3. La <i>web-survey</i> : limiti e potenzialità della somministrazione <i>online</i>	»	35
3. I principali risultati della ricerca esplorativa	»	41
1. Le caratteristiche socio-anagrafiche dei campioni: la rilevazione diacronica prima e durante la pandemia	»	41
2. Scelta e uso dello <i>smartphone</i>	»	52
3. Il telefono mobile in famiglia e in casa prima e durante la pandemia	»	63
4. La condivisione delle attività prima del e durante il ritiro pandemico	»	72
Conclusioni (aperte ed emergenti)	»	77

Appendice	pag.	83
Bibliografia	»	101

Premessa

Questo libro si occupa di analizzare, da un punto di vista squisitamente sociologico, il rapporto che gli individui instaurano con un oggetto tecnologico divenuto pervasivo e di uso quotidiano nella società contemporanea. Il riferimento è qui allo *smartphone*, dispositivo che ci permette di abbattere le barriere spazio-temporali e di transitare, nella stessa unità di tempo e di spazio, dal lavoro alla socialità, dall'informazione all'intrattenimento e così via. Ovunque, infatti, è possibile vedere persone con uno smartphone in mano. Ma qual è il rapporto che esse instaurano con questo dispositivo? Qual è il ruolo di questo strumento nella loro vita quotidiana? In che modo esso viene utilizzato dentro le mura di casa e nelle relazioni familiari? È cambiato, con l'avvento della pandemia, l'uso che se ne fa? Il libro tenta di offrire una risposta a queste domande.

È indubbio, invero, come oggi sia in atto una rivoluzione tecnologica senza precedenti, nella quale il telefono mobile, assieme ad altri *devices*, si pone non solo al centro della quotidianità ma anche del progressivo processo di disaggregazione temporale e spaziale – definito da Anthony Giddens (1999) col termine *disembedding* – nel quale incertezza e fluidità si configurano come assiomi fondamentali delle interazioni sociali; esse, infatti, sembrano essere caratterizzate dal declino del *face-to-face* (Turkle, 2011) e dall'intermediazione, sempre maggiore, delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

In questo quadro, anche le relazioni familiari e quelle che si instaurano entro le mura domestiche vengono influenzate da e sostanziate con il ricorso alle nuove tecnologie. Seguendo questo *fil rouge*, il volume presenta gli esiti di una ricerca sociale esplorativa – ma altresì diacronica, in quanto condotta sia nel 2019¹ prima dell'avvento della pandemia da Sars-Cov-2 sia nel 2021

¹ Le principali risultanze della prima ricerca sono contenute in alcune pubblicazioni già reperibili (Boriati, 2020; 2021).

in seguito alle restrizioni governative – sugli usi del telefono mobile in famiglia e in casa, cercando di indagarne le principali caratterizzazioni relazionali nonché i mutamenti intercorsi a seguito del ritiro pandemico. La ricerca sociale qui presentata, dunque, indaga le implicazioni dell'utilizzo del telefono mobile, con un approccio quantitativo, in relazione a differenti ambiti di esperienza degli italiani, in particolare rispetto all'articolazione delle relazioni sociali familiari e delle pratiche quotidiane esperite entro l'ambiente domestico, connettendole al contesto pre e intra pandemico.

Prima di entrare nel vivo del lavoro, desidero ringraziare anzitutto la mia famiglia e mia moglie in particolare per l'affetto e la sopportazione dimostratami anche nei momenti più bui.

Grazie agli amici e ai colleghi con i quali condivido quotidianamente la mia vita, sia privata sia professionale.

Grazie a Guido Gili e a Daniela Grignoli per il supporto e per i preziosi consigli, che in questo lavoro – ma non solo – sono stati di grande guida e aiuto.

Introduzione

L'idea di realizzare una ricerca avente come proprio oggetto d'analisi lo *smartphone* nasce, in prima istanza, dai mutamenti sociali che contraddistinguono la società contemporanea – definita in questa sede con l'accezione di post-modernità, seppur caratterizzata in letteratura da molteplici, variegata e talvolta discordanti accezioni¹ – la quale ha caratteristiche fenomenologiche che sono sintetizzabili, in modo estremamente conciso, in un duplice processo: la costante accelerazione del mutamento sociale, da un lato, e il frenetico sviluppo del progresso tecnologico dall'altro. In secondo luogo, l'idea sorge dai dati dei maggiori enti di ricerca nazionali, i quali mostrano l'aumentata diffusione, e conseguente disponibilità, di connessione a banda larga in Italia (Istat, 2019)², nonché un aumento dell'impiego dello *smartphone* da parte degli italiani (Censis, 2021)³ persino in periodi caratterizzati da recessione economica (Boriati, 2016).

Prendendo le mosse dall'assunto che «la vita sociale nel mondo moderno è costituita in misura sempre maggiore da forme di interazione non dirette» (Thompson, 1995, trad. it. 1998, p. 128), ciò che qui si è voluto analizzare è il modellamento delle relazioni e delle interazioni sociali e familiari instaurate dagli attori sociali mediante l'utilizzo delle nuove tecnologie, tanto nel periodo pre-pandemico quanto in quello di confinamento forzato.

In questo quadro, l'intento del presente lavoro è quello di analizzare,

¹ Nel dibattito sociologico attuale è possibile rinvenire differenti connotazioni della società contemporanea: essa è ad esempio definita come «modernità riflessiva» (Giddens, 1990, trad. it. 1994), «modernità in polvere» (Appadurai, 1996, trad. it. 2001), «modernità liquida» (Bauman, 2000, trad. it. 2002).

² I dati Istat riportano che, nel 2019, il 76,1% delle famiglie dispone di un accesso ad Internet e il 74,7% dispone di una connessione a banda larga (Istat, 2019).

³ I dati elaborati dal Centro Studi Investimenti Sociali mostrano che l'uso del telefono mobile si attesta, nel 2020, all'83,3% crescendo dei 7,6 punti percentuali rispetto all'anno precedente (Censis, 2021).

con un'indagine di tipo esplorativo⁴ e longitudinale (Caputo *et al.*, 2017), l'utilizzo del telefono mobile in Italia, concentrando l'analisi su cosa è accaduto, e accade tuttora, all'interno dell'ambiente familiare e domestico, sia prima dell'avvento del Coronavirus sia a partire dal periodo di *lockdown* messo in atto dal governo Conte con l'emanazione del D.P.C.M. del 4 marzo 2020.

Più nello specifico, l'interesse al *device* telefonico deriva dalla constatazione che nel quadro della società post-moderna, come accennato, è agevole accertare il crescente sviluppo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICTs) (Castells, 1996; Katz *et al.*, 2003; Katz, 2006), nonché l'inarrestabile diffusione di dispositivi che assumono sempre più un ruolo di primo piano nei contesti sociali (Marinelli, 2004): è proprio il caso dello *smartphone* (Bakalis *et al.*, 1998), che – grazie alla diversificazione e alla progressiva moltiplicazione delle funzioni che rende disponibili (telefonia, navigazione Internet, consultazione della posta elettronica, eccetera), oltre che alla sua sempre maggiore portabilità – si caratterizza come una costante presenza nella vita quotidiana di milioni di persone. Tale dispositivo, oltre che essere in grado di avere un considerevole impatto sulla vita quotidiana delle persone, tanto nella definizione della *routine* quotidiana quanto nella gestione e nel mantenimento delle relazioni sociali, è anche alla base di un modello organizzativo della società in cui servizi, persone e oggetti sono potenzialmente connessi tra loro da mobile (Boccia Artieri, 2015), definito da Barry Wellman con l'espressione *networked individualism*⁵ (Wellman, 2002).

Nel dibattito sociologico nazionale e internazionale esistono una varietà considerevole di studi empirici che focalizzano il loro interesse su questo particolare *device* (Fortunati, 1995; 2001; 2005b; McGuigan, 2005; Geser, 2006; Campbell 2007; Goggin 2006; 2008; 2009; Campbell e Park, 2008; Campbell e Russo, 2003; Green e Singleton, 2009; Ling, 2000; 2004; Ling *et al.*, 2006; Striegel *et al.*, 2013; Park e Lee, 2011; Park *et al.*, 2014), molti dei quali condotti proprio installando sui telefoni dei partecipanti alle ricerche *software* specifici in grado di monitorare, in maniera costante e in tempo reale, le funzioni utilizzate dagli utenti (Raento *et al.*, 2009; Eagle e Pentlad, 2005; Eagle *et al.*, 2009; Miller, 2012; 2014; Hamka *et al.*, 2014). Tuttavia, poche sembrano essere quelle riflessioni che si collocano nell'ot-

⁴ Nella metodologia della ricerca sociale, il disegno è di tipo esplorativo quando si intende saggiare la consistenza di ipotesi-guida inerenti alla configurazione del fenomeno osservato e alle possibili relazioni, di ordine causale, che lo caratterizzano (Vardanega, 2007).

⁵ Il concetto di *networked individualism* sottolinea che, con i cosiddetti *new media*, le persone funzionano più come individui connessi che come membri integrati di un gruppo sociale vero e proprio.

tica della *Domestication Theory*, eccezion fatta per alcuni studi italiani che hanno considerato specifiche coorti generazionali, come quelle di adolescenti⁶ (cfr. Pasquali *et al.*, 2010; Scifo, 2005) e anziani (cfr. Carlo, 2014; Comunello *et al.*, 2017).

L'intento del presente lavoro è invece quello di descrivere l'utilizzo dello *smartphone* da parte degli italiani, prescindendo da qualsiasi classificazione relativa all'età, concentrando l'ottica osservativa, così come fanno i teorici della domesticazione dei media, all'ambiente domestico e al gruppo familiare.

La domanda di ricerca che muove l'intero lavoro riguarda, dunque, in termini generici, quale uso gli attori sociali italiani facciano del telefono mobile all'interno dell'ambiente domestico e come questo *medium* vada a impattare sulle relazioni e sull'organizzazione della vita quotidiana propria delle famiglie, nonché su come esso rappresenti uno strumento di connessione tra la sfera intesa tradizionalmente come privata (cioè domestica) e quella pubblica. Tale impatto ha inevitabilmente visto un suo riverberarsi nel periodo di ritiro pandemico.

Pertanto, la crescente plurivalenza dei dispositivi di comunicazione mobile fa sì che essi si configurino sempre più come «punti di connessione multifunzionali e multicanale inseriti nel network di comunicazione del quale ognuno diventa un nodo personale» (Castells *et al.*, 2007, trad. it. 2008, p. 129). Cioché lo *smartphone*, che è caratterizzato dalla «capacità di passare dal lavoro alla socialità e all'intrattenimento nella stessa unità di tempo e spazio» (*ibidem*), diviene il dispositivo centrale nella vita quotidiana degli attori sociali sia all'interno delle mura domestiche sia all'esterno, particolarmente nel momento in cui la socialità *face-to-face* ha subito un'aggiuntiva contrazione poiché confinata a causa della pandemia da Sars-CoV-2.

È questa, quindi, la curiosità sociologica che dà impulso e sviluppo all'analisi empirica presentata in questo lavoro, il quale si articola in diverse sezioni: una prima parte, in cui si sviluppa, ancorché brevemente, una *literature review* dell'approccio teorico adottato e si chiariscono obiettivi, domanda di ricerca e ipotesi-guida dai quali prende avvio l'indagine empirica; una seconda parte, nella quale si esplicita il disegno della ricerca e lo strumento costruito per la rilevazione dei dati; una terza sezione, in cui si riporta il materiale empirico raccolto e si procede ad una discussione dei risultati principali; una quarta ed ultima parte in cui si tirano brevemente le fila di tutto l'*iter* di ricerca.

⁶ Per quanto riguarda il contesto internazionale si rinvia principalmente al lavoro di Taylor e Harper (2003).

1. La teoria della domesticazione dei media

L'approccio teorico a cui ci si riferisce in questa indagine, e dal quale essa trae la propria domanda di ricerca, è quello della *Domestication Theory*, teoria elaborata da Roger Silverstone e collaboratori (Silverstone e Hirsch, 1992; Silverstone e Haddon, 1996) a partire dagli anni '90 del Novecento e sviluppatasi ulteriormente nel corso degli ultimi decenni (Berker *et al.*, 2006; Haddon, 2006b; 2007; 2011).

Nell'articolazione del presente capitolo si tenterà di mettere in luce, in maniera quanto più chiara e coerente possibile, l'approccio euristico proprio della teoria della domesticazione, indicandone dapprima i concetti generali e fondamentali alla sua comprensione per poi porre l'accento sull'importanza che esso può ricoprire per uno studio che si occupi in maniera preponderante dell'utilizzo dello *smartphone* da parte dell'attore sociale contemporaneo in famiglia e nell'ambiente domestico; strumento tecnologico, quest'ultimo, che come si è già visto nel corso del lavoro è ormai diffuso e utilizzato da gran parte della popolazione mondiale; tale strumento, è altresì in grado di avere un considerevole impatto sulla vita quotidiana delle persone, tanto nella definizione della *routine* quotidiana quanto nella gestione e nel mantenimento delle relazioni sociali, poiché caratterizzato dalla «capacità di passare dal lavoro alla socialità e all'intrattenimento nella stessa unità di tempo e spazio» (Castells *et al.*, 2007, trad. it. 2008, p. 129).

Prima di spiegare in maniera articolata l'approccio teorico, bisogna però anzitutto contestualizzare ed esplicitare la nozione di “domesticazione”: essa fa riferimento al processo mediante il quale le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICTs) entrano a far parte della vita quotidiana delle persone, acquisendo aspetti che sono sia materiali che simbolici. Si tratta di una teoria che «si interroga sul consumo mediale inteso come esperienza vissuta nel rapporto con le tecnologie comunicative, all'interno della sfera quotidiana, a partire da un approccio che assegna agli utenti il ruolo di costruttori di senso nell'attribuire alle tecnologie un posto e un peso all'in-

terno degli spazi e dei tempi domestici» (Manzato, 2011, p. 1). Il termine evoca – come suggerito dal fondatore di tale paradigma, Roger Silverstone – l’idea di «addomesticamento del selvaggio» (Silverstone, 1990), nel senso che l’artefatto tecnologico non viene semplicemente adottato, con esclusivo riguardo per le specifiche funzionalità con cui viene offerto sul mercato, ma è piuttosto fatto oggetto di un processo di assimilazione, teso a ricondurlo, mediante un confronto con le aspettative individuali, entro le cornici delle azioni e dei significati che caratterizzano la vita quotidiana.

Il paradigma considera dunque un passaggio dal selvaggio al controllo, dall’estraneità alla familiarità; passaggio mediante il quale, come sottolineato da Berker *et al.* (2005), ciò che è nuovo viene inserito entro una struttura, come anche quella domestica, che esprime valori e norme già precedentemente consolidati.

Questa transizione dall’esterno all’interno è anche una traduzione che si attua nelle esperienze quotidiane degli individui e che mette in forma i significati potenzialmente inscritti negli oggetti, ricalibrandoli sulla base della fisionomia degli utenti che con essi interagiscono, nonché dell’ambiente in cui tale significato prende forma. Come spiega chiaramente Leslie Haddon (2006a):

Domestication as a concept originated in large part from anthropology and consumption studies, as well as from a move in media studies to consider the contexts in which information and communication technologies (ICTs) were experienced. This framework looks beyond the adoption and use of ICTs (as well as gratifications or benefits) to ask what the technologies and services mean to people, how they experience them and the roles that these technologies can come to play in their lives (Haddon, 2006a, p. 195).

La teoria della domesticazione dei media tenta dunque di comprendere la dialettica che viene a fondarsi tra uomo e tecnologia, gettando anzitutto una nuova luce sulle trasformazioni e sugli adattamenti reciproci tra i media e gli spazi della vita quotidiana nei quali essi si introducono: in tal modo, «è l’intero panorama delle relazioni sociali a uscirne mutato, coinvolto in una dialettica costante tra *umano* e *tecnologico*, tra dimensione pubblica e dimensione privata, tra valori della collettività e valori del nucleo domestico» (Aroldi, 2010, p. 10, corsivo dell’Autore). Questo *framework* teorico cerca altresì di descrivere e comprendere come le persone facciano esperienza delle tecnologie, nonché il ruolo che gli artefatti tecnologici ricoprono all’interno della vita individuale.

Il modello della *Domestication Theory*, sviluppato inizialmente nel con-

testo anglosassone proprio dei *media studies*¹, costituisce un importante punto di rottura rispetto alla precedente tradizione di studi sui media. Haddon, a tal proposito, sottolinea che:

Unlike research that focused on individual motivations and perspectives, as in the uses and gratifications tradition, all these studies emphasized the social relationships surrounding ICTs, often looking at the interactions between household members, their negotiation of the rules about ICT use, as well as tensions or even conflicts over that use. In other words, this research explored the politics of domestic life in depth, producing insights into why people choose (or reject) technologies and how they try to control the ICTs in their lives (Haddon, 2007, pp. 26-27).

In primo luogo, tale discontinuità epistemologica avviene perché l'angolo visuale dei ricercatori che adottano siffatto modello si estende oltre il mezzo televisivo, fino a quel momento privilegiato, e, più in generale, oltre il campo d'azione dei media tradizionali, allargando l'interesse all'intero sistema mediale che si trova entro le mura di casa, nel quale interagiscono diverse tecnologie. Analizzando tale contesto, si comprende infatti che i diversi dispositivi, per quanto abbiano specifici significati e modalità d'uso, non devono essere studiati singolarmente, ma come parte di tutto il sistema sociotecnico domestico. Ne consegue che l'introduzione di un nuovo *device* comporta una ristrutturazione dei rapporti tanto tra uomo e *medium* quanto tra *media* stessi, la quale è conseguentemente in grado di coinvolgere tutti gli elementi preesistenti. In secondo luogo, a differenza delle precedenti ricerche – focalizzate sulle motivazioni e sulle prospettive dei singoli individui, come la teoria degli usi e gratificazioni² citata dallo stesso Haddon – gli studi che si rifanno al modello euristico della *Domestication Theory* enfatizzano il contesto relazionale in cui si inserisce il consumo delle tecnologie comunicative.

In questo quadro, lo sguardo dei teorici della domesticazione si allarga,

¹ I *media studies* «fanno riferimento a due tradizioni di ricerca principali: la scuola di Yale guidata da Carl Hovland e il gruppo di studiosi raccolti intorno a Paul Lazarsfeld della Columbia University» (Gili, 2001, p. 38). Nell'attuale contesto dei processi comunicativi e dei media digitali (Bennato, 2011), tali studi hanno concentrato la loro attenzione sul progressivo processo di «internettizzazione dei mass media» (Fortunati, 2005a).

² La teoria degli usi e gratificazioni, che deriva dall'analisi sociologica funzionalista delle comunicazioni di massa, è basata sull'assunto che azioni e fenomeni sociali sono interdipendenti. Il consumo mediale da parte degli individui è letto in quest'ottica come soddisfazione di un bisogno (cognitivo, affettivo-estetico, integrativo e di evasione) posto in relazione al contesto sociale entro cui esso si sviluppa. Per una efficace e completa disamina delle teorie delle comunicazioni di massa si rinvia a Bentivegna (2003). Bisogna anche segnalare, sul fronte internazionale, un tentativo di coniugare la teoria degli usi e gratificazioni con l'uso del telefono mobile (cfr. Leug e Wei, 2000).

allorché intendono prendere in considerazione le interazioni tra i membri dell'unità domestica, le negoziazioni concernenti l'uso delle tecnologie comunicative, così come le tensioni o anche i conflitti che hanno per oggetto l'uso quotidiano dei dispositivi tecnologici. Ciò perché addomesticare non significa solamente «introdurre nell'ambiente casalingo nuovi dispositivi tecnologici, rendendoli familiari e di uso quotidiano, ma significa anche trasformare tempi e spazi di tale ambiente grazie alla presenza delle tecnologie, aprendoli al di là dei loro confini fisici su nuove soglie simboliche» (Aroldi, 2010, p. 10).

Alla luce di queste innovazioni, l'architettura che sostiene la *Domestication Theory* fa leva fundamentalmente su tre cardini concettuali: l'economia morale dell'unità domestica, il concetto di “doppia articolazione” e le dinamiche di assimilazione delle nuove tecnologie.

1. Gli sviluppi del paradigma teorico

I teorici della *Domestication Theory* considerano, come già accennato, le tecnologie come vere e proprie costruzioni sociali, modellate da una complessa rete di attori e di fattori, sia economici, sia sociali e culturali. Al pari degli individui, infatti, anche gli oggetti possiedono differenti biografie (Kopytoff, 1986), attraverso le quali vengono in luce i cambiamenti e le trasformazioni che questi hanno vissuto, ma anche le caratteristiche continuamente cangianti degli ambienti sociali e culturali in cui sono circolati (Silverstone *et al.*, 1992). L'attenzione si focalizza dunque sui soggetti che usano le tecnologie e sul loro contesto sociale e familiare, con l'obiettivo di descrivere i processi di implementazione tecnologica all'interno delle mura domestiche, oltre che per mettere in luce il ruolo attivo che gli individui ricoprono nell'interpretazione e nella formazione dell'innovazione tecnologica (Silverstone e Haddon, 1996).

Nella fattispecie, l'orizzonte teorico a cui fa riferimento il paradigma della *Domestication* fonde in un quadro unitario molteplici apporti (Haddon, 2007; Manzato, 2011; Vittadini, 2011) che sono orientati a superare – sia da un punto di vista puramente concettuale che da un punto di vista empirico – l'olismo e il determinismo che improntano le precedenti teorie riguardanti l'adozione tecnologica e l'impatto delle tecnologie sul mondo sociale, per valorizzare l'idea del consumo come pratica simbolica. A tal proposito, Sørensen asserisce:

This concept of domestication was attractive in two main regards. First, it presupposed that users played an active and decisive role in the construction of pat-

terms of use and meanings in relation to technologies. Second, it suggested that a main emphasis should be put on the production of meaning and identity from artefacts. This meant a fundamental break with technological determinism, as well as a move away from a long-term tendency to interpret technologies in mainly instrumental terms, as purposive tools (Sørensen, 2006, p. 46).

Di seguito, si evidenzieranno quattro differenti apporti che hanno, di fatto, costituito il *break* teorico a cui Sørensen fa riferimento, facendo sì che il paradigma della *Domestication* diventasse innovativo all'interno degli studi sui media e sulle tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

Un primo riferimento è rappresentato dai già citati *media studies*, che nel corso degli anni Ottanta pongono in misura crescente l'accento sul contesto nel quale si verifica il consumo, accordando al pubblico rilevanti margini di creatività nell'interpretazione delle proposte medialie e portando al centro del dibattito il ruolo svolto dalle tecnologie nella vita quotidiana (Bausinger, 1984; Lull, 1990, trad. it. 2003). Si supera così lo scarso interesse per le concrete esperienze di consumo che aveva caratterizzato, fino a quel momento, i precedenti approcci di carattere semiotico. In virtù di questo passaggio, si assiste anche ad un'erosione dei limiti che separano concettualmente le nozioni di *consumo* e di *ricezione*, che per lungo tempo «hanno viaggiato su due linee parallele. Il primo termine era riservato alla dimensione *hard* della merce, il secondo a quella *soft* della comunicazione» (Colombo, 2006, p. 174, corsivo dell'Autore). È dunque possibile, in base a una prima definizione, riconoscere immediatamente la ricchezza dei significati che caratterizzano le pratiche di consumo, evitando la riduzione della complessità dell'esperienza mediale ad «astrazione statistica basata sulla semplice esposizione al mezzo e dotata di valore puramente commerciale» (Aroldi, 2010, p. 6).

Un secondo riferimento è offerto dalla letteratura sul consumo (Douglas e Isherwood, 1979, trad. it. 1984; de Certeau, 1980, trad. it. 2001; Bourdieu, 1979, trad. it. 1983; McCracken, 1988) che, sempre nel corso degli anni Ottanta, inizia a mettere in risalto il carattere simbolico delle merci, segnalando come il consumo non si appiattisca nel momento dell'acquisto, ma investa invece l'intera vita quotidiana delle persone. Il risultato è, in primo luogo, l'emergere di una nuova figura di consumatore attivo, in grado di produrre un significato esatto rispetto ai beni che utilizza: un soggetto creativo e talvolta anche critico, costantemente impegnato a rielaborare, in coerenza con i propri fini, i messaggi che gli vengono proposti dai *mass media* e dalle imprese (Codeluppi, 2004). Come sottolinea de Certeau, consumare, cioè “assimilare” significati, non vuol semplicemente dire diventare simili a ciò che si assorbe, ma piuttosto «rendere quel che si consuma simile» (de Certeau, 1980, trad. it. 2001, p. 166) a ciò che si è, ovvero farlo

proprio. In secondo luogo, il consumo viene riconosciuto sempre più come attività in cui si esprime una forte componente relazionale: l'accento si sposta dal singolo atto d'acquisto, inteso come espressione della soggettività e dell'identità dell'individuo, allo scambio dei beni, interpretato come modalità per organizzare significati e relazioni sociali, dunque come linguaggio (Baudrillard, 1974, trad. it. 1976). Silverstone, nell'articolare la propria teoria, riprende allora queste suggestioni e le sviluppa all'interno di un modello innovativo, finalizzato a esplorare il modo in cui i soggetti vivono nel quotidiano l'esperienza delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione: si realizza in questo modo una «convergenza tra gli ambiti di discorso [...] tradizionali del *consumo* e della *comunicazione*» (Aroldi, 2010, p. 7, corsivo dell'Autore).

Un terzo elemento è costituito da un insieme di studi (cfr., tra gli altri, Akrich, 1992), che pongono a tema i confini permeabili tra società e tecnologia, spostando il *focus* dell'attenzione dalle dimensioni tecnologiche *tout court* all'interazione con l'utente. In questa prospettiva gli oggetti acquistano un nuovo statuto: tradizionalmente concepiti come protesi, estensioni degli umani, vengono ora riconosciuti come interfacce dialoganti con l'utente (Bonsiepe, 1995). Grazie allo sviluppo delle nuove tecnologie, essi possono infatti incorporare un numero crescente di programmi d'azione. La conseguenza è duplice: per un verso, molte attività realizzate in passato dagli esseri umani vengono delegate a dispositivi intelligenti; per un altro verso, si moltiplicano artefatti che contengono dei "copioni" in grado di dettare precise regole di comportamento agli utenti. Si giunge in tal modo a mettere in luce il carattere performativo degli oggetti e a considerare l'azione non più intesa come attributo esclusivo delle macchine o delle persone, ma come esito di un progressivo allineamento tra elementi umani e non umani.

L'ultimo elemento è costituito dagli sviluppi della tecnologia: a cavallo tra gli anni Ottanta e Novanta si registra l'ingresso negli ambienti domestici di nuovi *devices* (si pensi per esempio ai computer) che entrano in competizione con quelle preesistenti, in primo luogo con lo schermo televisivo, ora utilizzato per molteplici attività che esulano dalla semplice fruizione dei programmi in palinsesto. Di conseguenza, la ricerca nell'ambito dei *media studies* è costretta a dilatare considerevolmente il proprio angolo prospettico:

Unlike research that focused on individual motivations and perspectives, as in the uses and gratifications tradition, all these studies emphasized the social relationships surrounding ICTs, often looking at the interactions between household members, their negotiation of the rules about ICT use, as well as tensions or even conflicts over that use. In other words, this research explored the politics of domestic life in depth, producing insights into why people choose (or reject) technologies and how they try to control the ICTs in their lives (Haddon, 2007, pp. 26-27).

Nel loro insieme, questi elementi si fondono nella definizione di un approccio teorico che mira a sottolineare la negoziazione messa in atto dagli attori sociali nell'utilizzo delle tecnologie, oltre che ad affrontare il cambiamento socio-tecnologico negli spazi intimi domestici, luoghi in cui era di maggiore importanza e dove, fino a quel momento, era quasi completamente dato per scontato.

2. La doppia articolazione della domesticazione

Il processo di assimilazione delle tecnologie all'interno della vita quotidiana individuale – ovvero la trasformazione di un oggetto estraneo in una presenza abituale, investita di significati e di emozioni, in un certo modo data per scontata e garantita nel contesto domestico – presuppone l'esistenza di un doppio movimento, che coinvolge sia le tecnologie che gli attori sociali: per un verso, mano a mano che vengono adottate, le tecnologie si trasformano, adattandosi al contesto socioculturale in cui vivono gli utenti; per un altro verso, sono invece le culture e le pratiche di consumo a modificarsi a loro volta, in relazione ai vincoli e alle opportunità offerti dalle nuove tecnologie (Magaudda, 2014).

Fin dai primi studi sul cosiddetto processo di “addomesticamento”, Silverstone e i suoi collaboratori identificano nell'*unità domestica*, intesa come realtà situata e dotata di una propria “economia morale”, il luogo in cui prende corpo il doppio movimento che contrassegna l'integrazione dell'oggetto entro gli spazi della vita quotidiana. L'espressione utilizzata dagli Autori traduce l'inglese *household*, termine con cui si fa riferimento a un insieme di individui che vivono nella stessa abitazione, ma che non costituiscono necessariamente una famiglia nel senso tradizionale. Per quanto nell'uso quotidiano vi sia una tendenza a trattare come sinonimi i termini *household* e *family*, unità domestica e famiglia, le due locuzioni hanno in realtà un significato ben diverso: per “nucleo familiare” si intende infatti la famiglia in senso stretto, composta da genitori e figli; l'espressione “unità domestica” copre invece una sfera più ampia di significati, permettendo di «considerare in un unico concetto il luogo abitativo, la casa e le persone al suo interno, si tratti o meno di un nucleo familiare, e quindi le unità domestiche come unità sociali, economiche e politiche» (Cola *et al.*, 2010, p. 12). Bisogna segnalare che fin dall'inizio l'idea dell'abitare, sottesa nel termine *household*, è interpretata da Silverstone e collaboratori in un senso molto ampio, in grado di travalicare i limiti fisici dello spazio domestico in cui i membri dell'unità formalmente risiedono. Vi è infatti piena consapevolezza che le relazioni con amici e parenti estendono e trasformano, in