

@AndreaSantagata ciao Andrea forse ☐ meglio, non vorrei che circolassero senza contesto. Grazie

Search Here

VINCOSBLOG

ABOUT

ARCHIVIO

BLOG

OSSERVATORIO SOCIAL

WORLD MAP OF SOCIAL

THE STATE OF LINKEDIN

SOCIAL MEDIA STATISTICS

THE ITALIAN BLOGOSPHERE

SOCIAL MEDIA ROI

VINCOS IMAGES

Stati di connessione di Giovanni Boccia Artieri

Posted by [vincos](#) on giovedì, giugno 21, 2012 · 1 Comment



Ho avuto il piacere di leggere in anteprima l'ultimo lavoro di [Giovanni Boccia Artieri](#) (Professore ordinario presso la Facoltà di Sociologia dell'Università di Urbino) "Stati di Connessione" e ho deciso di condividere con voi le sue risposte ad alcune delle tante curiosità che il libro mi ha stimolato.

Spiegaci cosa intendi con "Stati di connessione"

Ci troviamo oggi a vivere una doppia realtà online/offline come condizione stabile e normalizzata della nostra esistenza. Ma siamo oltre la dimensione multilife: il lavoro, l'apprendimento, l'informazione o l'intrattenimento vengono gestiti e trattati attraverso uno stato di possibilità di interconnessione che mette in relazione il vissuto in questi ambiti con una rete di relazioni sociali resa sempre potenzialmente disponibile ed attivabile. News che vengono filtrate e curate nelle nostre timeline, condivisione dell'esperienza dei luoghi e degli eventi attraverso contenuti geo localizzati e con uso di tag, moltiplicazione dell'intrattenimento attraverso pratiche

dual-screen...

Non c'è una distinzione vitale tra reale e virtuale, nessuna doppia vita o multivita, solo una gestione spaziale e temporale del mondo più complessa in cui l'immateriale dà forma al materiale e viceversa secondo un principio circolare e di accrescimento della realtà: enhanced reality. Il tutto nell'ambito di uno stato di connessione con le nostre reti sociali attuali e potenziali.

Potremmo sintetizzare questa dinamica con: prima crea connessioni, poi progetta e filtra. I social network in particolare caratterizzano un ambiente che mette in luce un modo di pensare le nostre relazioni, l'informazione, ecc. come uno stato di potenzialità che potrà essere attualizzato di volta in volta in modi e forme diverse, come risposta allo stato di contingenza del mondo. È questo il senso dietro all'accusa di inutilità di quell'eccesso di friend che abbiamo su Facebook, ad esempio: rappresentano una riserva di possibilità da "curare" in futuro.

E così pure l'esperienza del mondo diventa sempre di più uno sharing costante con le proprie reti: il senso prodotto dall'esperienza passa dalla condivisione e dalla messa in relazione attraverso i contenuti, dai nostri stati di connessione, appunto.

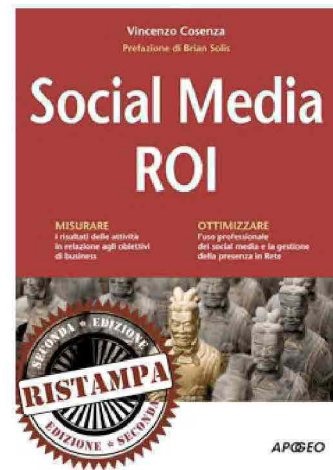
Comunemente si pensa ai social media come palcoscenici per egocentrici, tu poni la questione della auto-riflessività

Credo che oggi dobbiamo chiederci se quando una quantità crescente di individui pratica costantemente la connessione fino a percepirla come uno stato sempre più naturale nella propria vita – essere always on – si crea un presupposto diverso per i meccanismi riflessivi del vivere sociale. Confrontarsi quotidianamente con lo status update di un social network, rispondere alla domanda "cosa stai pensando?" e metterla in pubblico non è solo un attivatore di un quesito esistenziale ma l'esplicitarsi di auto-riflessività, un attivatore del confronto interiore con sé stessi e con gli altri. Anzi, la riflessività diventa connessa: l'abitudine di produrre contenuti in pubblico che hanno a che fare anche con sentimenti, emozioni, esperienze personali, ecc. cambia le dinamiche del meccanismo riflessivo: sarà sempre meno

Follow & Like Vincos

Follow [@vincos](#)

Il mio libro



Articoli recenti

STATE OF THE NET 2012 PARTE 2: TWITTER E GLI UMORI DEGLI ITALIANI

STATE OF THE NET 2012 PARTE 1: LO SCENARIO ITALIANO

STATI DI CONNESSIONE DI GIOVANNI BOCCIA ARTIERI

LA MAPPA DEI SOCIAL NETWORK NEL MONDO – GIUGNO 2012

RAI NEWS 24: INTERVISTE INTORNO A TWITTER

ego riferito dal momento che lo facciamo in pubblico? E questa abitudine continua e di massa come cambierà la nostra riflessività?

A questo tema si lega quello della consapevolezza. La comune vulgata vorrebbe gli abitanti gli spazi sociali come esseri inconsapevoli, in balia di pericoli imminenti. Tu invece evidenzi come stia cambiando il nostro senso della posizione nella comunicazione

Stiamo imparando ad abitare un ambiente in cui le forme di comunicazione interpersonale si intrecciano sempre più con quelle di massa: il broadcast yourself non è più solo uno slogan promozionale ma una condizione comunicativa più familiare. Siamo cresciuti da cittadini, consumatori e pubblici in un contesto comunicativo in cui ci percepiamo come "oggetto" di comunicazione, oggi cominciamo a percepirci come soggetti. E non si tratta solo di empowerment, cambiano proprio le condizioni di possibilità della comunicazione e il nostro pensarci come cittadini, consumatori e pubblici connessi, appunto. Cominciamo a costruire timeline che consideriamo utili alla "cura" dei flussi comunicativi, abbiamo un crescente interesse per i contesti in cui ci esprimiamo collettivamente sui contenuti aggregandoci con gli hashtag, ci esprimiamo in ambienti in cui pensiamo che il nostro contributo conti. È uno stato di tensione, non perfettamente sviluppato, siamo solo all'inizio di un percorso in cui gli attori istituzionali (imprese, politica, media) vengono visti come nodi orizzontali e non più solo verticali del processo comunicativo.

I pubblici connessi acquistano una consapevolezza del loro potere di influenzare o interferire nello storytelling aziendale/istituzionale. Pensi che le aziende e le istituzioni stiano comprendendo, soprattutto in Italia, come, di conseguenza, stia cambiando anche il loro posizione/rilevanza nel nuovo ambiente mediale?

Credo che molti attori istituzionali ed imprese stiano sperimentando la relazione in un contesto in cui imparano come alla autorevolezza si stia sostituendo la reputazione e la pertinenza, come occorra costruire contesti in cui offrire meccanismi di coinvolgimento e sviluppare un servizio per i pubblici produttivi anziché realizzare contenuti che hanno la voce dell'ufficio stampa.

Quello che mi sembra oggi necessario capire è come aziende ed istituzioni possano trasformarsi comunicativamente in ambienti narrativi capaci di farsi attraversare dai racconti degli utenti per arricchirsi ed arricchirli di senso, cioè come possano diventare ambienti di servizio per percorsi di senso che incorporino i valori dell'azienda o dell'istituzione stessa. Questa mi sembra la sfida principale per brand e pubbliche amministrazioni: capire come diventare piattaforme di senso per narrazioni transmediali per i pubblici connessi.

Iniziamo a prendere confidenza con territori da abitare scegliendo tra forme di intimità e pratiche di esibizione. Pensi sia necessaria una educazione specifica in tal senso o che i nuovi abitanti vadano lasciati liberi di sperimentarne i confini?

Credo sia inevitabile partire dalle pratiche esistenti e dalle opportunità/condizionamenti che l'ecosistema dei media digitali predispone. In tal senso abbiamo, da una parte, un bisogno crescente di portare nei percorsi educativi il discorso sulla vita online: la naturalità di ingresso nei social network dei nostri figli, ad esempio, non corrisponde necessariamente ad una loro competenza comunicativa e di gestione emotiva o affettiva. Al di là di ogni demonizzazione sappiamo ad esempio che le problematiche connesse alla neo-privacy o al cyberbullismo richiedono una riflessione che porti a trovare soluzioni che siano maggiormente allineate alle narrazioni che i giovani costruiscono attorno a questi temi e come la nostra visione, preoccupata, da adulti rischi di mettere fuori fuoco i problemi. Non sempre ciò che noi riteniamo intimo o frutto di puro esibizionismo viene pensato e percepito come tale e spesso è funzionale alla costruzione di percorsi di senso diversi.

D'altra parte dobbiamo riconoscere il valore di sperimentazione che può assumere toni critici rispetto al desiderio dominante di controllo e di eccesso della trasparenza che molta della politica relativa al web propone. In tal senso anche il fake o l'anonimato online hanno una funzione di svelamento. Così come l'eccesso di trivialità e quotidianità che serpeggiano in particolare nei social network più utilizzati e che spesso sono il germe della creazione di anticorpi per una cultura digitale.

[Tweet](#)

Potresti apprezzare anche:

- [Intervista a Giovanni Boccia Artieri: Facebook e l'ascesa della cyberborghesia](#)
- [Voci dalla Blogosfera: Giovanni Calia](#)

Filed under [Highlights](#), [Social Media](#) · Tagged with [giovanni boccia artieri](#), [internet](#), [intervista](#), [libro](#), [rete](#), [società](#), [sociologia](#), [stati di connessione](#)

- [Pingback: Stati di connessione di Giovanni Boccia Artieri | Vincos Blog | La scimmia nuda e Internet | Scoop.it](#)