

Connessione perpetua

di Anna Irene Cesarano



Nicholas Negroponte (1995) nel suo *Being digital*, afferma che l'essere digitale stia diventando qualcosa di ovvio, come l'aria o il bere acqua, e sarà notato solo dalla sua assenza, e non dalla sua presenza. Alla fine degli anni Novanta appare chiaro che per lo studioso la tecnologia non poteva più limitarsi al solo computer, ma era diventata un modo di vivere, col passaggio da entità nazionali a comunità elettroniche senza confini contraddistinte da nuove forme di socialità, dove lo spazio fisico è irrilevante e il tempo ha un ruolo

differente (*Ibidem*).

Le pratiche connesse all'imponente sviluppo di tecnologie della comunicazione nel terzo millennio modificano la nostra idea di *amicizia* e *cerchia sociale*, mutando di conseguenza anche la nostra percezione di cittadini, consumatori, pubblico (Boccia Artieri, 2012). Ed è proprio, dunque, il rapporto tra identità, riflessività ed esperienza ad essere indagato autorevolmente da Giovanni Boccia Artieri (*Ibidem*), il quale definisce la realtà del social web come un momento di "riflessività connessa".

Mentre i mass media, appunto, erano il terreno privilegiato di espressione dell'individuo orientato ad una modalità riflessiva adatta al sociale moderno, la realtà connessa del web partecipativo e sociale diviene ora il luogo di sperimentazione e orientamento all'applicazione di criteri riflessivi "connessi", relativi alle forme intersoggettive. Blog e social network portano il mondo interiore dell'individuo con la sua riflessività all'interno di un ambiente dove si riconoscono e si esplicitano, nella connessione, le relazioni sociali cui la riflessività si orienta. Questo cambia la posizione nella comunicazione, da semplici spettatori passivi a soggetti pieni della comunicazione. I nuovi media sono in realtà dei luoghi veri e propri, ambienti nei quali l'individuo può esperire quotidianamente e dare forma al suo *habitus* cognitivo (Boccia Artieri, 2009), ricollocandosi all'interno del panorama mediale.

I viaggiatori virtuali hanno una nuova idea di partecipazione, di relazioni sociali, e di amicizia che è digitale, ma non per questo meno intima di un'amicizia reale, (intimità digitale) o all'opposto può essere soltanto pubblico o contorno del proprio processo di spettacolarizzazione del sé. È in tal senso che gli amici di Facebook divengono gli spettatori del teatro comunicativo che, di volta in volta, insceniamo pubblicamente, quel pubblico che ha favorito la trasformazione della società dei mezzi di comunicazione di massa in *società dei mezzi di comunicazione di massa e di ciascuno* (*Ibidem*). A tal proposito Giovanni Boccia Artieri (*Ibidem*) nell'analizzare i fenomeni connessi allo sviluppo dei nuovi media, afferma che siamo entrati in una fase in cui i rapporti amicali, le relazioni lavorative, di potere, le regole di cortesia, insomma lo stare in società divengono visibili, vale a dire tendono a testualizzarsi.

È quella *connessione perpetua*, invocata dallo studioso, come condizione quotidiana che ormai vivono i nativi digitali, in cui l'astratto e l'immateriale delle relazioni umane si concretizzano per poi esibirsi sotto forma testuale, i sentimenti così divengono più spudorati, concreti e presenti (Abruzzese, Ferraresi, 2009). Infatti il valore di un post su un blog, o di un video su YouTube dipende in questo senso anche dai commenti che riceve, da quanto viene condiviso ad esempio su

Facebook e Twitter, dai like che riceve o da citazioni che vengono fatte in altri blog (Boccia Artieri, 2012). I nuovi media permettono di fare media nel senso che la vita di ogni giorno diventa una narrazione, comunicazione di massa, partendo da contenuti mediali che riguardano le vite concrete degli individui, ma che poi sanno parlare ad un pubblico (Boccia Artieri, 2009).

Il tema relazionale nella società delle reti entra a pieno ritmo nella riflessione contemporanea, in quanto i cambiamenti socio-culturali innescati dai New media hanno riconfigurato e ridelineato alcuni momenti e processi della vita collettiva. Nuove espressioni di socialità, nuovi luoghi di incontro e confronto che vedono nei giovani la categoria più aperta alla ricerca di relazioni, talvolta sfuggenti e nomadi talaltra più profonde e importanti, nascono direttamente attraverso la rete, per poi traghettarsi nella realtà. Tutto ciò si sta materializzando quotidianamente nell'utilizzo della rete, dove gli scambi tra individui e gruppi creano linguaggi, mode, inventano luoghi di appartenenza, stimolano una nuova forma di alfabetizzazione (Romeo, 2011). Come qualche studioso ha sottolineato (Giaccardi, 2005), noi siamo inseriti in ambienti culturali informativi globalizzati e questo porta alla considerazione che il legame tra familiarità e luogo è molto meno stringente che in passato. "Non è tanto un fenomeno di estrazione dal locale, quanto uno di integrazione entro *comunità globalizzate di esperienza condivisa*" (Giaccardi, 2005, p. 139).

In ogni caso si tratta di logiche relazionali in cui è possibile intravedere le dinamiche tipiche degli ambienti virtuali, ovvero frammentarietà e velocità comunicative, in cui tutto è in movimento, specchio della società odierna. Il momento dell'incontro - relazione con l'altro si trova dunque, decontestualizzato dal normale ambiente *face to face*, e ricollocato in un particolare *frame* comunicativo dove le soggettività mettono alla prova le loro doti comunicative, che poggiano su un'empatia difficilmente riscontrabile se guardata dall'esterno (Romeo, 2011).

La complessità di queste interazioni comunicative è data dal fatto che non sono esperite fisicamente in una realtà che riflette un panorama sociale generale fatto di diversi fattori, alcuni più specifici, che entrano in gioco all'interno del processo relazionale, come i vincoli temporali ovvero comunicazione sincrona o asincrona, interazione limitata ad un singolo incontro o a più incontri in un arco di tempo delimitato o continuativo, le caratteristiche sociali degli attori, competenze, rappresentazioni e del gruppo e altro ancora (Paccagnella, 2000). In tal senso oggi diviene necessario considerare lo sviluppo del processo di *addomestication* (Romeo, 2011), ovvero la presenza imponente, e spesso ingombrante, che i nuovi media stanno vivendo, anche in ambienti come quello familiare e professionale, dove in alcuni contesti lavorativi buona parte delle attività dipende dal loro utilizzo.

Tutto ciò, naturalmente solleva diversi punti interrogativi e presta il fianco alle critiche più dibattute sull'uso dei nuovi media, soprattutto per quel che concerne alcune questioni legate alla gestione della conoscenza e dell'informazione, che se da un lato ha favorito la "democratizzazione" della comunicazione, dall'altro ha lasciato irrisolti non pochi dubbi in materia di credibilità della conoscenza (Paccagnella, 2010) a cui ogni individuo attraverso il web può accedere e condividere con i Social Network e all'interno degli altri ambienti della rete. Ma quello della rete appare anche un ambiente controverso in cui l'inclusione e l'esclusione assumono un nuovo significato e, come sostiene acutamente Miconi: "nella Network Society, la distinzione sociale si gioca prevalentemente sull'appartenenza allo spazio dei flussi, che può includere a prescindere dalla distanza ma anche escludere malgrado la prossimità geografica, in quella doppia logica, appunto di inclusione ed esclusione che è la grammatica della rete" (Abruzzese, Mancini, 2007, p. 264). Controverso anche e soprattutto perché le potenzialità di tali tecnologie sono

indissolubilmente legate ai diversi fattori culturali, sociali, economici e politici che esprimono i contesti di riferimento, se si considera anche il fatto che nella diffusione e nell'influenza sociale dei new media gravano pesantemente altri fattori quali le origini culturali e sociali, i livelli di istruzione dei singoli utenti, le differenze generazionali (Savonardo, 2013). Accade così, che ad un'ampia schiera di utenti che usano le nuove tecnologie, creando, condividendo, navigando sul web, si contrapponga una fetta di individui che per ragioni economiche, sociali e politiche non accede a tali tecnologie, determinando quel *digital divide* a cui secondo Jenkins (2006) si aggiungerebbe un *participation gap*, vale a dire l'impossibilità di esprimere, o per controlli governativi (come nel caso di alcuni paesi che vietano l'accesso a Internet) o per vincoli economici, la propria opinione sia essa digitale, comportando alla luce di questo quadro differenti livelli di partecipazione nella Rete. E come scrive Stefania Parisi (2003, p. 292) "la diffusione della rete e delle tecnologie ad essa legate è però ancora troppo limitata a specifiche aree del mondo per cedere a tentazioni universalistiche: per il momento la democratizzazione e il neoumanesimo auspicati da Lévy stanno muovendo solo i primi passi dalle corti in cui sono nati", in questo senso quel villaggio globale descritto da McLuhan (1964) non sembra essere portato a compimento definitivamente.

Bibliografia

- Abruzzese A., Mancini P., 2007, *Sociologie della comunicazione*, Laterza, Roma – Bari.
- Abruzzese A., Ferraresi M., 2009, (a cura di), *Identità tra consumo e comunicazione*, Fausto Lupetti Editore, Bologna.
- Boccia Artieri G., 2009, (a cura di), *SuperNetwork: quando le vite sono connesse*, in Mazzoli L., (a cura di), *Network Effect. Quando la rete diventa pop*, Codice edizioni, Torino.
- Boccia Artieri G., 2012, *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*, FrancoAngeli, collana Media&cultura, Milano.
- Giaccardi C., 2005, *La comunicazione interculturale*, Il Mulino, Bologna.
- McLuhan M., 1964, *Understanding Media*, MIT Press, Cambridge, MA, 1964, (trad. it. *Gli strumenti del comunicare*, Il Saggiatore, Milano, 1999).
- Negroponte N., 1995, *Essere digitali*, Sperling & Kupfer, Milano.
- Paccagnella L., 2000, *La comunicazione al computer*, Il Mulino, Bologna.
- Paccagnella L., 2010, *Open Access. Conoscenza aperta e società dell'informazione*, Il Mulino, Bologna.
- Parisi S., 2003, *Intelligenza connettiva*, in Abruzzese A., *Lessico della comunicazione*, Meltemi editore, Roma, 2003.
- Romeo A., 2011, *Società, relazioni e nuove tecnologie*, Franco Angeli, Milano.
- Savonardo L., 2013, (a cura di) *Bit Generation. Culture giovanili, creatività, e social media*, editore Franco Angeli, Milano.