

Network effect

Quando la rete diventa pop

A cura di Lella Mazzoli

Contributi di Giovanni Boccia Artieri,
Fabio Giglietto, Roberta Bartoletti, Stefania Antonioni,
Gea Ducci, Laura Gemini, Luca Rossi e Lella Mazzoli



Indice

3	Introduzione <i>di Lella Mazzoli</i>
<i>Capitolo 1</i>	
21	SuperNetwork: quando le vite sono connesse <i>di Giovanni Boccia Artieri</i>
<i>Capitolo 2</i>	
41	Io, i miei amici e il mondo: uno studio comparativo su Facebook e Badoo in Italia <i>di Fabio Giglietto</i>
<i>Capitolo 3</i>	
57	Il lato B della Barbie: la rivincita dei consumatori nel social web <i>di Roberta Bartoletti</i>
<i>Capitolo 4</i>	
75	Going social: la pubblicità nell'epoca dei social network <i>di Stefania Antonioni</i>
<i>Capitolo 5</i>	
95	Cittadini e istituzioni nei social network: sistemi relazionali e nuove forme di partecipazione <i>di Gea Ducci</i>
<i>Capitolo 6</i>	
113	Stati di creatività diffusa: i social network e la deriva evolutiva della comunicazione artistica <i>di Laura Gemini</i>

Lella Mazzoli
Network effect
Quando la rete diventa pop

Progetto grafico: studiofluo srl
Impaginazione: adfarmandchicas
Coordinamento produttivo: Enrico Casadei

© 2009 Codice edizioni, Torino
Tutti i diritti sono riservati

ISBN 978-88-7578-135-4

	<i>Capitolo 7</i>
137	Quello Stato che gioca online: come i mondi virtuali sono entrati nella vita di milioni di persone (dalla porta di servizio) <i>di Luca Rossi</i>
153	Note
167	Bibliografia
173	Gli autori

Network effect

Introduzione

di Lella Mazzoli

Noi sappiamo che vi è un infinito, e ignoriamo la sua natura. Poiché noi sappiamo che è falso che i numeri siano finiti, è vero dunque che vi è un infinito nel numero. Ma non noi sappiamo ciò che esso sia. È falso che sia pari, è falso che sia dispari; poiché aggiungendovi l'unità esso non cambia di natura; tuttavia è un numero e ogni numero è pari o dispari.

Non vi è forse una verità sostanziale, dal momento che vediamo tante cose vere che non sono la verità stessa?

Blaise Pascal, *Pensieri*, Bompiani, pp. 247-249.

Premessa

La dialettica tra soggettività e sistemi sociali, tra infinitamente grande e infinitamente piccolo, in passato è stata posta in termini antagonisti come di una battaglia combattuta su un piano di forte contrapposizione. Tale “rivalità”, e ciò non è mai sfuggito ai filosofi, né ai politologi né agli economisti più avveduti, ha tuttavia tenuto nascoste zone d'ombra e punti di contatto, facendo emergere elementi di “complice indissolubilità” tra i due estremi di questo *continuum*. Basti pensare all'iconografia dello Stato-Nazione teorizzato da Hobbes, che raffigura l'apparato statale (il *Leviatano*) come un mostruoso gigante con le membra, i muscoli, le interiora composte dai corpi degli uomini e delle donne che di quello Stato sono cittadini.

Ma noi non siamo più figli di un tempo che necessita di queste raffigurazioni per comprendere che il livello micro e il livello macro sono, in realtà, fortemente intersecati. E quanto è avvenuto nel transito verso la “postmodernità”, che oltre ad aver messo fortemente in crisi molti paradigmi – tra cui anche quello dello Stato-Nazione – ha evidenziato un sensibile riequilibrio di forze tra il livello macro e il livello micro: termini quali “globalizzazione”, “glocalizzazione” e “lobalizzazione” sono i momenti di tesi, antitesi e sintesi (a voi il compito di dare a ciascuno la sua giusta collocazione nel processo

dialettico), e dimostrano che i due piani in questione sono oggi più che mai convergenti.

Si tratta dunque, in questo volume, di affrontare questa “convergenza” da un osservatorio privilegiato che è quello della comunicazione: più precisamente il presupposto teorico ed epistemologico da cui vorrei partire è quello che tratta la comunicazione e la teoria del micro-macro link come elementi per riflettere sul sociale e sul rapporto tra soggetti e società, ipotizzando la nascita di “nuove forme di complicità tra micro e macro”.

In particolare, focalizzando l’attenzione su quel fenomeno chiamato genericamente “online social network”, si vuole analizzare non solo la capacità di questi strumenti di ridisegnare la dinamica tra livello micro e livello macro, ma anche ipotizzare un possibile esito derivante dal loro uso diffuso e massiccio: nuove forme di socializzazione così articolate e totalizzanti da creare un nuovo ambiente pragmatico capace di mutare i nostri codici linguistici, le nostre semantiche e le nostre sintassi sociali.

Relazionarsi nell’era dell’informazione: la società 2.0

Volendo sintetizzare lo sviluppo della nostra società negli ultimi due decenni, possiamo dire che si è assistito a un duplice movimento di *disgregazione e ricomposizione*. Al primo possono essere ricondotti i crolli delle grandi ideologie, dei sistemi politici, statuali, delle utopie che hanno accompagnato i pensieri degli uomini della prima metà del Novecento. Man mano che il secolo avanzava ci si è resi conto della fragilità di questi sistemi soprattutto perché basati su un sostrato materiale – il mondo stesso – in rapidissima evoluzione. Non è necessario spiegare più di quanto non sia stato già fatto da altri autori¹ che il crollo di queste grandi “fortezze” di pensiero è stato determinato dal venire meno di quelli che genericamente chiamiamo “confini”, siano essi geografici, politici, linguistici e, non per ultimi, comunicativi.

A fianco di questo crollo rovinoso c’è da registrare lo sviluppo – di stupefacente rapidità – della rete, intesa come struttura di comunicazione nel senso più ampio. Essa non solo ha attutito questa caduta di valori, ma in un certo senso ha fatto sì che ideali, significati, simboli – e, naturalmente, le persone che li sostengono – non svanissero nell’oblio ma si polarizzassero in modo differente in quel grande cosmo sociosemiotico che è la rete.

Questo movimento di disgregazione e ripolarizzazione è stato ampiamente studiato da sociologi come Michel Maffesoli (mi riferisco alle sue pagine su tribalismo e nomadismo) e da Zygmunt Bauman (padre di concetti come la società liquida) che hanno indagato tale movimento anche a partire dall’osservazione empirica di quanto è avvenuto nel tessuto socioeconomico delle nazioni occidentali, con un’attenzione particolare ai fenomeni sociali metropolitani.

In particolare, uno dei problemi principali che per esempio la politica si pone è quello della definizione di cittadinanza: un concetto messo a dura prova non solo dalle grandi ondate migratorie che hanno investito il nostro Paese (così come il resto dell’Europa), ma minato anche dall’interno da serie contraddizioni. Se possiamo assumere la definizione di cittadinanza come “comunità culturale costruita nella mente delle persone e nella memoria collettiva attraverso la condivisione di storia e progetti politici”², non tarderemo a capire le cause della crisi di questo concetto. È fin troppo evidente che le sollecitazioni che provengono dall’esterno delle nostre comunità, così come l’impossibilità di ricondurre quanto avviene nel nostro mondo a un unico disegno, a una grande narrazione – sia essa di stampo politico, religioso o più generalmente culturale – ci preclude anche la possibilità di “abitare” in maniera non contraddittoria il mondo che ci circonda. Nel momento stesso in cui non è più possibile la *reductio ad unum* di quanto avviene fuori di noi, molto difficile sarà non coltivare pulsioni schizofreniche dentro di noi. Non sembrerà dunque esagerato ritenere che una delle poche cose capaci ancora di compattare una comunità sia ancora la lingua, un attributo essenziale dell’autoriconoscimento e della fondazione di un legame invisibile (ma udibile) che è «meno arbitrario di quello territoriale e meno esclusivo di quello etnico»³ e che dunque bene può funzionare nel suo ruolo di collante in tempi di «disgregazione globalizzata», espressione ambigualmente contraddittoria che vuole proprio mettere l’accento sul doppio movimento di cui si parlava più sopra. E la lingua può fungere da elemento di resistenza culturale di fronte a un mondo che tende all’omologazione, un’arma con la quale riassemble simboli e idee per crearsi il proprio spazio nell’immaginario collettivo.

Gli studi di Maffesoli sul nomadismo e sulla postmodernità, a questo proposito, sono molto utili per comprendere meglio la dinamica di disgregazione e ricomposizione dell’immaginario personale e collettivo. Lo studioso infatti fa ricorso al concetto antropologico di no-

madismo per mettere a fuoco il “rapporto” tra identità soggettiva e identità collettiva, sostenendo che l’uomo contemporaneo sceglie di aderire a gruppi sociali, idee, abitudini e stili di vita caratterizzandosi come un nomade. Evidentemente si tratta di un nomadismo culturale e simbolico dove i soggetti aderiscono a sistemi caratterizzati da legami deboli facendo scelte identitarie in maniera talvolta incoerente e quasi del tutto idiosincratice. Possiamo considerare tale fenomeno come un riflesso della fine delle grandi narrazioni che permettevano a ciascuno di “avere un ruolo coerente” all’interno di tali “storie”.

Ma ci sono anche altri fattori da considerare: in effetti ciò che appare problematico oggi è il collegamento tra vissuti individuali (delle singole persone) e la rappresentazione di tali vissuti (imposta dai media in modo asimmetrico). Gran parte delle nostre rappresentazioni infatti dipende dalle tecniche utilizzate dai professionisti della comunicazione all’interno dei messaggi mediali. E ciò è vero, *a fortiori*, se pensiamo che i media ci forniscono rappresentazioni anche di esperienze che non abbiamo mai vissuto di persona.

Per questo motivo in passato si è anche parlato di “autonomizzazione della rappresentazione”: per opera dei media infatti la dinamica esperienza/rappresentazione si scompone e dà luogo a una delocalizzazione dell’immaginario. A questa sorta di “alienazione” della rappresentazione hanno contribuito in particolar modo i mass media “unidirezionali” come la TV, la radio e “internet 1.0”: si pensi alle tante volte in cui riflettendo sul potere della televisione si dice che essa abbia la capacità di creare la realtà a partire dalla rappresentazione per il suo essere un mezzo fortemente socializzato e pervasivo, oltre che – cosa non meno importante – unidirezionale.

Tuttavia i nuovi media offrono, dal punto di vista della rappresentazione del sé (e del proprio punto di vista sul mondo) alcune nuove possibilità che sembrano andare nella direzione opposta rispetto a quanto detto sopra: ovvero fanno sì che i soggetti costruiscano la rappresentazione del sé utilizzando i media in prima persona e strutturando il sé in modo originale e autografo.

Annoto qui sotto i principali caratteri del “nomadismo” come Maffesoli lo intende:

- *Il ritorno a una società fluida dal punto di vista delle ideologie*: Maffesoli infatti sostiene che «la verità assoluta, quella che bisogna raggiungere, si frammenta in verità parziali che conviene vivere»⁴: ciò comporta la creazione di nuove strutture “mitologiche” che sostituiscano quelle vecchie.

- *Il ritorno alla frammentazione linguistica*: ogni territorio, reale o simbolico, genera le sue forme di rappresentazione e i suoi codici, creando una sorta di «babelizzazione»⁵ che, in qualche modo, si oppone anche a quel moto di uniformità omologante che la globalizzazione ha portato con sé. Penso alla grande diffusione degli idioletti legati a particolari campi della conoscenza o dell’esperienza.
- *Da Individuo a Persona; da Storia a Esperienza; da Ragione a Mistica*: le persone cessano di rappresentarsi come “individui” che fanno parte di un disegno o di una struttura precisa ma si pensano come “persone” (ovvero maschere nel senso etimologico del termine). La Storia cessa di essere strumento di analisi (non è più la “Magistra Vitae” di Machiavelli) perché il nostro presente non presuppone una visione lineare del tempo ma ricorsiva e non-progressiva: le persone dunque vivono in un presente astorico, dell’*hic et nunc*. Si passa dall’etica all’etica dell’estetica: eticamente parlando è come se si entrasse nella caverna raccontata da Platone. La Razionalità cede il passo alla Mistica: il mondo è troppo difficile e multiforme per essere compreso e, in virtù di un potente ritorno dell’immagine (dopo una modernità «iconoclasta», così la definisce Maffesoli), una nuova mistica legata al neotribalismo sembra essere il nuovo strumento euristico. Infatti sempre più spesso assistiamo alla messa in atto di rappresentazioni “mistiche” dei fenomeni che avvengono nel mondo, siano essi di tipo economico, sociale, sportivo.

È interessante notare, ad esempio, come proprio nel nostro Paese, di fronte ai gravi problemi della crisi economica si faccia appello da più versanti a un “atteggiamento positivo” da parte delle persone e dei media, come se esso potesse in qualche modo essere l’arma vincente per risolvere la congiuntura economica negativa.

Se Maffesoli ha evidenziato queste caratteristiche della postmodernità a partire dall’osservazione dei fenomeni urbani e suburbani che si manifestano nelle metropoli occidentali, ritengo, da parte mia, che analoghi caratteri possano essere ritrovati nei comportamenti che le persone hanno nella rete e che vorrei analizzare dal punto di vista della comunicazione.

Non mi sembra azzardato sostenere dunque che anche la comunicazione sia un altro terreno d’elezione all’interno del quale si giocano le battaglie simboliche dell’oggi, prima ancora che quelle

politiche, economiche e sociali. Gran parte delle identità, dei conflitti ideologici, o microideologici, si generano principalmente nell'arena della comunicazione, la quale trova nella rete uno strumento formidabilmente potente che ha le sue regole d'utilizzo, i suoi tempi e i suoi codici, linguistici e pragmatici.

A questo punto ci viene in aiuto la teoria delle reti e in particolare gli ultimi suoi sviluppi che fanno riferimento ai social network.

Innanzitutto dal momento che stiamo parlando di reti sociali, ciascuno di noi, sin da quando comincia a parlare e relazionarsi con altri soggetti, comincia a costruire la propria "rete" di conoscenze. Allo stesso modo, un sistema di trasporti, sia esso ferroviario, aereo, navale, può essere considerato una rete. Se, per esempio, volessimo assistere alla nascita (ontogenetica) di una rete basterebbe organizzare una festa tra sconosciuti, aspettare e vedere cosa succede⁶. Se invece volessimo fare uno studio filogenetico sulle reti dovremo partire dallo studio dei sistemi di comunicazione di qualche antico impero – quello romano a questo proposito sarebbe un ottimo punto di partenza – sino a giungere ai siti di social network. Insomma, ciò che voglio dire è che quando si parla di "reti" è bene considerare *il web come uno strumento, non come l'oggetto di studio*, tenendo sempre presente che ogni strumento ha le proprie modalità d'uso.

Le reti, a partire da Eulero, sono state rappresentate da *grafi*⁷, ovvero insieme di vertici e spigoli connessi da link; esse si possono suddividere in due grandi macrocategorie: casuali e non casuali. Se gli invitati di cui parlavo prima fossero stati tutti sconosciuti gli uni agli altri, partecipando alla festa potremmo assistere alla nascita di una rete casuale; qualora invece al party fossero presenti persone che già si conoscono e sanno, seppure sommariamente, a che genere di festa parteciperanno, ci troveremo di fronte a una rete non casuale. E questo spiega già di per sé per quale motivo alcune feste riescono a meraviglia, mentre altre proprio non decollano. Per farla breve, in ogni caso, gli invitati non sono altro che nodi legati insieme da link. Sintetizzando ulteriormente potremmo dire che grazie all'ausilio del web ci troviamo immersi in una rete di sei miliardi di nodi dove, secondo la teoria di Milgram, ciascuno di noi dista da qualsiasi altro punto della rete non più di sei gradi (o se vogliamo sei link): "un'immagine suggestiva che renderebbe davvero il nostro mondo un piccolo mondo, ma naturalmente la realtà è molto distante da questa semplificazione numerica"; soprattutto perché le reti sociali non si sviluppano casualmente, e in tutte le reti di questo

genere si sviluppano centri di forza – i cosiddetti connettori, nodi con un altissimo numero di link – che hanno acquisito notevoli vantaggi rispetto agli altri. Occorre dunque approcciarsi allo studio delle reti – il web in particolar modo – spazzando via il pregiudizio che esso sia democratico e ugualitario, e anzi in esso si realizzano, come in tutte le reti non casuali, le leggi di scala o di potenza: a fianco di tanti piccoli eventi se ne trovano altri infinitamente più grandi; ovvero, a fianco di moltissimi nodi con un numero "normale" di link se ne trovano alcuni che ne possiedono un numero infinitamente più grande. E i matematici affermano che il manifestarsi di queste leggi di potenza è il sintomo di un transito dal disordine all'ordine, dal caos a una gerarchia funzionale a qualche scopo (quale che esso sia)⁸.

È curioso che in natura le leggi di potenza praticamente non esistano, mentre sono la regola nelle reti «artificiali: le leggi di potenza sono il marchio di fabbrica dell'autorganizzazione nei sistemi complessi»⁹.

Barabasi afferma che «nonostante le rispettive differenze, le reti del mondo reale tendono ad avere una caratteristica comune: la crescita; e a questa ne affianca un'altra, fondamentale: il collegamento preferenziale. In sintesi, in una rete in crescita costante, i nuovi nodi, quando devono decidere a chi connettersi, preferiscono i nodi che hanno un numero maggiore di link (o contatti)»¹⁰.

A questo punto dare alcune cifre può far comprendere meglio la questione: ad agosto 2008 gli utenti italiani che avevano un profilo su Facebook erano poco più di seicentomila. Ad aprile 2009, ultimo dato disponibile, gli utenti italiani di Facebook sono 9,4 milioni, con un incremento percentuale fra i più alti al mondo¹¹: il fenomeno Facebook – sia esso destinato a durare o meno – illustra molto bene quali risultati possa ottenere lo sviluppo di un network soprattutto se capace di entrare nel cortocircuito dei media come di fatto è riuscito a fare Facebook, sfruttando molto spesso l'"effetto traino" o "pubblicità" di altri media¹².

Il risultato, in ogni caso, è la nascita di una specie di microuniverso parallelo e complementare – ma sostanzialmente diverso – rispetto a quello del mondo reale, dove si verificano fenomeni divergenti. In altre parole: si diventa "amici" (nel senso di "amici su Facebook") di persone che magari neppure salutiamo quando le incontriamo per strada; per non citare tutte le violazioni della privacy alle quali si sottostà pur di rimanere nella "rete Facebook".

Questi fatti suggeriscono due ipotesi: la prima, che la rete sia divenuta matura per diventare un ambiente sociale vero e proprio, a tutti gli effetti; un ambiente capace di *ri-mediare* non solo gli altri media (come è sempre accaduto dall'invenzione della scrittura sino ad oggi, come ben dimostrano Jay David Bolter e Richard Grusin¹³) ma capace di *ri-mediare* anche le nostre identità, i nostri linguaggi e i codici, proponendo una modalità pragmatica propria e (quasi) autonoma; ma questo aspetto sarà approfondito nel paragrafo successivo. La seconda, che le persone stiano cominciando a vedere la rete come un luogo di cittadinanza, dove inserire la propria identità, il proprio profilo e interagire con altra gente come se si trovassero in una modernissima agorà. Dunque, posso ragionevolmente ipotizzare che se alle persone vengono affidati i mezzi giusti, oggi, e realmente per la prima volta, la rete può divenire un luogo per esercitare un ruolo civile istituzionalizzato.

A questo proposito la teoria del micro-macro link può essere d'aiuto nel superare la dicotomia fra dimensione macrosistemica e dimensione soggettiva. Infatti, mentre le tradizionali teorie sociologiche (come quelle di Parsons, Alexander, Luhmann o Habermas)¹⁴ hanno spiegato il rapporto comunicativo che sussiste fra gli apparati societari e l'ambito della soggettività facendo riferimento a ipotesi decomplessificanti, il modello del micro-macro link, al contrario, integra le logiche razionalizzanti e astratte dei sistemi sociali con gli elementi di creatività, imprevedibilità, emozionalità che provengono dai soggetti.

Abbiamo a disposizione un modello di analisi che può essere efficacemente utilizzato, ma che deve essere adattato alla condizione postmoderna e agli scenari che quest'ultima ha dischiuso. Basti pensare alla già citata definitiva dissoluzione delle grandi narrazioni, al riemergere dei fenomeni di erranza e nomadismo, e, in generale, alle dinamiche dell'ambivalenza che sono caratteristiche di una società complessa e che perciò non si lasciano semplificare.

Dunque il paradigma del micro-macro link può essere ben utilizzato per comprendere le nuove dinamiche attorno alle quali il rapporto tra micro e macro si snoda anche alla luce del cambiamento che gli online social network hanno apportato: un cambiamento non solo comunicativo ma anche culturale.

Volendo schematizzare tale dualismo micro-macro così come si presenta nelle pratiche sociali di oggi potremmo sintetizzarlo in questo modo.

Il sociale costruisce oggi delle forme di rappresentazione del micro e delle differenze che lo caratterizzano (dalle variabili sociodemografiche tradizionali a quelle legate alle culture del consumo e della comunicazione).

Sul versante del micro si tratta di osservare la disponibilità, consapevole, dei soggetti a riconoscersi nelle rappresentazioni del macro e a farsi così includere attraverso la comunicazione.

Da una parte quindi i diversi sistemi sociali – politico, economico, della religione, dei media, dell'arte, dell'educazione ecc. – tracciano un profilo dei soggetti, rappresentandoli come utenti o fruitori dei servizi, come consumatori, come pubblico nei media ecc. Dall'altra, i soggetti accettano di farsi rappresentare in questo modo e finiscono essi stessi per rappresentarsi comunicativamente in quanto utenti o fruitori di servizi, nelle forme del consumo, nell'utilizzo dei media ecc.

Ciò è tanto più vero se si pensa alle pratiche che normalmente si devono intraprendere per “profilarsi” sui vari siti di social network: bisogna decidere che identità attribuirsi, quale scopo dare alla propria presenza su questi “net-world”, a chi “affiliarsi”. E tale scelta non è neutra, ma è tale, soprattutto se valutata su grandi scale numeriche, da imporre alle istituzioni – siano esse politiche o medialità – altre scelte non casuali.

Ed è proprio in questa particolare dinamica del micro-macro link che si genera un percorso di “complicità” che dobbiamo intendere come una forma di inclusione – a base innanzitutto comunicativa – dei soggetti nelle logiche macrosociali. Non è un caso se Henry Jenkins parli a questo proposito, pur partendo da una diversa prospettiva, di cultura convergente¹⁵.

Ciò equivale a dire che i soggetti si autodefiniscono utenti perché è il sociale che li definisce così. Anche se però va ricordato che questa inclusione si fonda su una crescente consapevolezza e riflessività dei singoli che rende tutto ciò un rapporto più di complicità che di asimmetria dominante.

Ritengo che a sostegno di questa ipotesi di lettura possano essere chiamati in causa numerosi fenomeni.

Ancora in un'ottica legata a tematiche più tradizionali, i primi mutamenti interessanti hanno riguardato la capacità delle persone di muoversi nel mondo della comunicazione, di orientarsi fra le informazioni grazie agli strumenti e alle potenzialità della comunicazione e dei media, ma anche la capacità di osservare con senso critico ciò che dalla politica al sistema sanitario, dal sistema accademico a quello

economico, viene proposto: tutto ciò viene chiamato, come sappiamo, *empowerment del cittadino*. Che nella mia prospettiva è soprattutto un *empowerment comunicativo*. Se pensiamo alla grande importanza di network come Facebook, MySpace, Twitter o YouTube durante le elezioni americane, si può concludere di certo che gli utenti hanno costretto i politici a fare delle scelte precise non solo in termini di interventi programmatici, ma anche per quanto concerne le tipologie di contenuti e di messaggi da diffondere; e non ultimo, gli utenti hanno avuto, molto spesso, diritto di replica pressoché istantaneo. Cambiamenti come questi influenzano non solo, com'è naturale, i programmi e la comunicazione politica, ma la dinamica stessa del dialogo candidato/rappresentante-elettore, mutando lo spazio e il tempo in cui esso si svolge e operando – ma lo vedremo più avanti – un mutamento pragmatico dell'ambiente comunicativo.

Ma se ancora questo tipo di lettura fa riferimento a un'idea di mondo vitale, oggi sappiamo di trovarci di fronte a forme ancora più complesse, qualcuno direbbe liquide, che emergono e si costruiscono in omologia con le forme della comunicazione supportate dai media e che vedono la polverizzazione del mondo vitale a favore di altre soggettività anche collettive.

In questa deriva, i media e il digitale come forma della comunicazione basata su trasparenza e connettività, vanno chiamati in causa non tanto dal punto di vista dei mezzi – il computer ad esempio – quanto per quello che mostrano a sostegno del micro-macro link. La forma del digitale fa parte del DNA dei soggetti, produce e diffonde comportamenti comunicativi inediti, che non passano per forza attraverso la tecnologia digitale ma che ne applicano la logica.

Se pensiamo alla politica, ad esempio, ci troviamo di fronte a dinamiche di “politica informale” che sono molto interessanti perché poggiano su forme di associazione e partecipazione a legame debole¹⁶, avrei detto tempo fa, che si strutturano in maniera omologa al fluire della comunicazione e che sono comunque efficaci. E non è un caso che queste dinamiche siano sfruttate dalla comunicazione istituzionale come nel caso, tanto per fare un esempio, del referendum promosso da Hillary Clinton sul suo blog per la scelta dell'inno alla sua campagna elettorale o dell'isola aperta dall'onorevole Di Pietro su Second Life.

Altri esempi di forme di complicità possono essere rintracciati nei contenuti generati dagli utenti, nelle strategie di utilizzo attivo delle possibilità del comunicare (forum, web community, blog),

nell'attivazione di reti connettive (i social network e le varie forme di condivisione di esperienze vissute: foto, video, preferenze in ambito letterario ecc.), fino agli spazi nei quali costruire identità e relazioni (MySpace, Facebook ecc.).

Si tratta di nuove forme dell'esperienza che, da una parte, rafforzano le capacità riflessive dei soggetti, sempre più in grado di pensarsi in relazione alla loro esperienza nei media e nella comunicazione, e, dall'altra, mettono in crisi il rapporto gerarchico di dipendenza fra soggetti e sistemi sociali, sempre più esposti a sfide e a potenziali critiche dal basso.

In tal senso possiamo anche pensare che i soggetti, in virtù del loro *empowerment comunicativo*, abbiano acquisito una maggiore capacità di pensarsi (o riflettersi, appunto) in relazione alla società e di attivare così percorsi nei quali elaborare il loro rapporto con la dimensione macrosociale. Parallelamente i sistemi sociali possono attivare percorsi attraverso i quali ristrutturarsi in relazione a un soggetto maggiormente consapevole e in grado di operare specifiche scelte all'interno del sociale, ma anche in grado di produrre comunicazione sul sociale stesso e condividerla attraverso le nuove dimensioni connettive. L'emergenza di una nuova cultura partecipativa, diversa dalle forme di partecipazione sociale e politica tradizionalmente intese, abbraccia invece i meccanismi di riflessività attivati nei media che, oggi, si palesano nella radicalizzazione delle forme di connessione. Modalità che sembrano spingere verso una crescente simmetria fra le strategie comunicative soggettive e quelle sociali. Dove queste strategie agiscono sì su piani paralleli ma alla luce dei principi di trasparenza e connettività.

Da Watzlawick ai social network: la nuova pragmatica

Poco sopra ho avanzato l'ipotesi che i social network mettano a disposizione un nuovo ambiente di comunicazione che apporti dei cambiamenti sostanziali per quanto riguarda la pragmatica.

La pragmatica, in poche parole, altro non è che la branca di studi che si occupa degli effetti della comunicazione sul comportamento: dunque i dati della pragmatica non sono soltanto le parole, il loro concatenarsi nell'asse sintagmatico e paradigmatico del linguaggio, i loro significati (che derivano dalle leggi della sintassi e dalla semantica), ma anche i fatti non verbali che alle parole si accompagnano; più