

Chapter Title: Lo studio accademico dei social media

Book Title: Come il mondo ha cambiato i social media

Book Subtitle: An Italian Translation of How the World Changed Social Media

Book Author(s): Daniel Miller, Elisabetta Costa, Nell Haynes, Tom McDonald, Razvan Nicolescu, Jolynna Sinanan, Juliano Spyer, Shrimam Venkatraman and Xinyuan Wang

Book Editor(s): Gabriella D'Agostino, Vincenzo Matera

Published by: UCL Press. (2016)

Stable URL: <https://www.jstor.org/stable/j.ctv6q52zr.6>

JSTOR is a not-for-profit service that helps scholars, researchers, and students discover, use, and build upon a wide range of content in a trusted digital archive. We use information technology and tools to increase productivity and facilitate new forms of scholarship. For more information about JSTOR, please contact support@jstor.org.

Your use of the JSTOR archive indicates your acceptance of the Terms & Conditions of Use, available at <https://about.jstor.org/terms>



This book is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License (CC BY-NC-ND 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>. Funding is provided by European Research Council.



JSTOR

UCL Press is collaborating with JSTOR to digitize, preserve and extend access to Come il mondo ha cambiato i social media

Capitolo 2

Lo studio accademico dei social media

Nell'introduzione a questo volume abbiamo definito i social media in termini di colonizzazione dello spazio compreso tra la trasmissione tradizionale e la comunicazione diadica privata, che fornisce alle persone una scala della misura del gruppo e del grado di riservatezza definita socialità modulabile. In ogni caso, non vorremmo che la nostra definizione venisse intesa in modo troppo rigido o assoluto. Ci sono stati molti casi precedenti di comunicazione di gruppo on line, come *Bullettin Board System* (BBS) e *chat room*. Sarebbe anche pedante ribadire che WhatsApp è una forma di social media quando è usata per un gruppo, ma non quando è usata solo fra due persone. La nostra definizione non è assoluta, non ha confini fissi; piuttosto si tratta di un dispositivo euristico che ci aiuta a chiarire i parametri del nostro studio, il cui ambito include siti come Tinder dove la comunicazione è diadica ma accessibile da parte di un gruppo, così come le *console* dei videogiochi, che oggi possono funzionare come piattaforme di social. È inoltre possibile prendere in considerazione anche alcuni blog e YouTube, ma qui essi appaiono raramente – anche perché su YouTube molto è postato nella forma di trasmissione pubblica, tanto da singoli individui quanto da aziende. Non si può neppure affermare che l'espressione “social media” sia derivata da una nostra scelta. Quando abbiamo iniziato la ricerca pensavamo che avremmo studiato “siti di social networking”, ma abbiamo semplicemente seguito l'espressione colloquiale usata dal pubblico in genere. Quindi non si tratta di una categoria scientifica, ma di un'espressione comune sempre soggetta alle fluttuazioni della semantica pubblica, e noi possiamo essere responsabili solo del modo in cui la usiamo all'interno di questo libro.

La nostra definizione inoltre non sarebbe quella generalmente accolta. La pioniera riconosciuta nello studio dei social media è stata danah boyd¹, e l'articolo più influente² da segnalare è la pubblicazione del 2007 *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship* di boyd e Nicole Ellison³, in cui si presenta non solo una storia ma anche una sintesi dei lavori accademici prima del 2007. Come sottolinea boyd⁴, i primi siti di social networking negli USA si trovavano dove le persone potevano attivamente creare una rete dei contatti per trovare “amici di amici” o, come in siti del tipo

Friends Reunited, per riconnettersi con amici⁵. Dopo un po' questi siti furono trasformati, in gran parte dai loro utenti, in luoghi di interazione più costante; questo si verificò di più fra amici consolidati, e così i siti riguardarono meno un networking espansivo. In un certo qual modo, pertanto, i siti di social networking diventarono social media, se dobbiamo prendere le categorie alla lettera.

Boyd fu anche una pioniera nel tentare di definire e caratterizzare i social media. Li descrisse come “networked publics” (“popolo della rete”) e suggerì che possedessero quattro principali punti di forza: persistenza, visibilità, capacità di disseminazione, capacità di avviare ricerche⁶. I termini erano certamente di grande aiuto negli anni in cui queste idee iniziarono a essere sviluppate, sulla scia del grande successo di Friendster e poi di MySpace, seguiti da Facebook; questi concetti restano utili per comprendere tali piattaforme. Un recente libro su Twitter allarga il dibattito ai vari tipi di pubblico che sono collegati in rete e ai modi in cui gli utenti hanno sviluppato e diretto queste connessioni⁷.

Nel corso degli ultimi anni, tuttavia, e durante il nostro studio, la maggiore crescita ha riguardato le piattaforme – non solo WhatsApp e WeChat⁸, ma anche Instagram e Snapchat. Queste piattaforme non si allineano in modo particolare con i punti di forza delle precedenti. Non sono particolarmente votate alla ricerca, alla persistenza e nemmeno alla disseminazione, ma consolidano una tendenza verso la socialità modulabile. Forse non sorprende che, in quanto antropologi, saremmo a favore di una definizione che ponga l'accento sul tema della socialità, perché è ciò che studiamo. Altre discipline vedranno le cose diversamente. Per esempio, un libro recente sui social media scritto da uno studioso di comunicazione sviluppa un approccio basato sul concetto di connettività, e include parti su YouTube, Wikipedia e Flickr accanto a Twitter e Facebook⁹. È prevedibile che alle prospettive di discipline differenti si confacciano definizioni differenti.

C'è una naturale propensione a vedere le cose storicamente, assumendo che la tecnologia “evolva” secondo fasi ordinate e distinte. In quest'ottica, i social media appaiono essere nient'altro che l'ultimo uso popolare di internet, specie quando in alcuni paesi molte persone credono che Facebook e internet siano sinonimi. Oggi esiste un affermato filone di *Internet Studies*, che ovviamente vorrebbe assimilare lo studio dei social media al proprio interno¹⁰. Comunque sia, le discussioni relative a internet che si animarono precedentemente ai social media¹¹ ebbero spesso un orientamento opposto

rispetto a quello relativo ai dibattiti più recenti sui social media. Quando internet iniziò a svilupparsi, per esempio, la maggior parte lo considerava come un mondo *virtuale* separato là fuori, in grado di agevolare il convergere comune di gruppi con interessi specifici. C'era anche notevole preoccupazione riguardo a nuovi tipi di relazioni sociali rese possibili grazie all'anonimato¹². Al contrario, con riferimento ai social media, il tema dell'anonimato si è concentrato nel senso di una preoccupazione relativa alla perdita di privacy. Similmente l'enfasi su gruppi distinti con interessi specifici in rete ha riguardato anche una preoccupazione relativa al modo in cui reti sociali molto disparate di amici, familiari e professionali sono ora sovrapposte nello stesso spazio su Facebook. Invece di essere visti come un mondo "altro" virtuale, i social media sono accusati di essere implicati negli aspetti più banali del mondo di tutti i giorni, tipo 'unghia del piede dipinta' e 'cosa ho mangiato a colazione'. Ovviamente i social media si costruiscono sui precedenti usi di internet a fini sociali e comunicativi. Ancora, ci sono chiaramente sia molte discontinuità con i precedenti usi di internet sia continuità. Per questo sarebbe meglio garantire ai social media il loro status in quanto tema di ricerca, e essere aperti alla possibilità che spesso si tratti davvero dell'opposto di ciò che si riteneva fosse internet, anche se condividono lo stesso spazio. Per questo abbiamo in genere evitato un approccio storico che faccia dei social media il punto d'arrivo di una narrazione, considerata quindi come la causa di ciò che sono ora. Come indicato nell'introduzione, i social media non sono solo un allontanamento dallo studio dei precedenti usi di internet, ma sono anche più incorporati nella vita sociale di tutti i giorni. Come tali, offrono una nuova opportunità per far convergere gli studi sui media e sulla comunicazione nell'ambito di altre scienze sociali come l'antropologia.

danah boyd spicca come pioniera nello studio dei social media anche per aver organizzato una bibliografia online in cui tutti coloro che studiano i social possano inserire dettagliatamente le loro pubblicazioni¹³. Al momento della scrittura (aprile 2015) c'erano 669 voci. Queste rappresentano un'ampia varietà di discipline e di approcci. Nell'esaminarne alcune appare immediatamente che sono rappresentate diverse prospettive alquanto distinte, spesso con scarsa concimazione trasversale reciproca. Non intendiamo soffermarci su questo, tuttavia è importante notare che il grosso degli studi proviene da discipline che sono più dirette a metodi e prospettive influenzati dalle scienze naturali; dunque tirano in ballo casistiche di utenti, verifica di ipotesi e modelli. Qui non si affronta questo enorme corpus di materiali,

perché il nucleo tematico di questo libro riguarda la comparazione fra diversi contesti culturali; i dati derivanti da una popolazione non possono essere estrapolati in relazione al comportamento di qualsiasi altra.

Il presente volume per questo va visto come complementare rispetto agli approcci dominanti allo studio dei social media e distinto da essi.

La bibliografia inoltre offre un motivo chiaro del perché nel presente volume ci siamo concentrati su un approccio comparativo. Gli utilizzatori dei siti Cinesi QQ (820 milioni), QZone (625 milioni) e WeChat (355 milioni) sommati sono certamente comparabili a quelli di Facebook (1.25 miliardi)¹⁴. QQ è anche più vecchio di Facebook. Eppure i titoli dei 668 studi elencati nella bibliografia di boyd non includono una sola menzione di QQ, QZone o WeChat, mentre ci sono 157 riferimenti a Facebook¹⁵. Anche prendendo in considerazione il tema linguistico¹⁶, ciò dimostra che il contatto con il materiale cinese per coloro che lavorano in inglese è limitato. Una tale discrepanza costituisce parte della legittimazione del nostro studio. La scienza naturale si basa in gran parte sullo studio di sostanze con proprietà universali e immutabili che consentono decontestualizzazioni generalizzate, e pertanto può non essere rilevante dove lo studio è stato condotto. Le scienze sociali tuttavia sono tutt'altra faccenda, e questo libro è un appello all'insegna della più elevata sensibilità per le differenze regionali e sociali e per le loro conseguenze.

Inoltre, c'è il rischio che gli studi basati sul modello delle scienze naturali possano moltiplicare analisi di piattaforme come Twitter perché il materiale è pubblico e disponibile, e quindi potenzialmente utilizzabile come ampio insieme di dati. È di gran lunga più difficile far uso di piattaforme come WhatsApp, dato che occorre conoscere alcune persone molto bene prima che accettino di darti fiducia e accesso alle loro conversazioni private. boyd conta una bibliografia addizionale di lavori su Twitter davvero estesa, eppure nessuno di questi siti ha un titolo che faccia riferimento a WhatsApp. Non è nostra intenzione disprezzare alcun approccio. Tutta la ricerca autentica offre documentazione valida. Se la nostra indicazione che alcuni metodi convenzionali producono categorie loro proprie e anche problemi di generalizzazione è fondata, allora è auspicabile che tali cautele siano condivise da coloro che si considerano coinvolti negli studi dei social media sul modello delle scienze naturali.

Storia e cultura

Benché boyd e Ellison abbiano offerto una prospettiva realmente globale¹⁷, la bibliografia di boyd indica che tale prospettiva può non avere avuto seguito nel grosso della ricerca successiva, almeno in lingua inglese. Questo riguarda probabilmente anche la storia dei social media. In quanto antropologi la nostra prima attenzione non è verso l'invenzione della tecnologia o il lancio commerciale, ma verso le piattaforme che si affermarono in modo significativo entro particolari società. Avendo presente questo, la storia dei social media probabilmente inizia in Corea con il successo di Cyworld. La piattaforma venne lanciata nel 1999 e divenne la prima a ottenere una vera ubiquità tra i giovani appartenenti a una popolazione di un certo rilievo. Nel 2005 quasi tutti i giovani coreani usavano CYworld.

Una delle caratteristiche di Cyworld era che trattava le varie categorie di amicizia come serie di cerchi concentrici. Alcuni studiosi notarono allora che questo era analogo al modo in cui tradizionalmente operavano i sistemi di parentela in quella regione¹⁸. Se si accettava di essere un *Cy-ilchon* – un legame molto intimo – allora ci si legava socialmente secondo il principio di reciprocità, ad esempio commentandosi a vicenda in una maniera che ricordava queste relazioni di parentela. In breve ciò implicava uno specifico allineamento culturale fra la particolare società e la particolare piattaforma – possibile motivo del perché Cyworld ebbe tanto successo in Corea, e non altrove.

Il guaio è che è davvero difficile portare prove a sostegno di un tale argomento. Cyworld è stato massicciamente sostituito da Facebook in Corea. Eppure ciò può non avere nulla a che fare con la funzionalità né con l'allineamento culturale; potrebbe semplicemente essere un desiderio di seguire l'egemonia globale. Ci sono altri casi, in questo libro, di legame fra le caratteristiche delle piattaforme e le regioni con cui esse sono associate, maggiormente tramite esempi dalla Cina che ha proprie distinte piattaforme di social media. Dati i divieti politici di usare altre piattaforme in Cina, sembra tuttavia opportuna una certa cautela nell'interpretare queste associazioni culturali come causative.

Questo dilemma culturale del tipo l'uovo o la gallina è un problema comune nell'analisi dei social media. Per esempio, si sostiene spesso nel giornalismo e nella psicologia e sociologia popolare¹⁹ che i social media siano associati con l'individualismo e siano usati principalmente per il networking egocentrico o autocelebrativo. Gli approcci derivanti dagli studi critici²⁰

vanno anche oltre, suggerendo che ciò si lega alla nostra politica economica contemporanea, che è essa stessa espressione di neo-liberismo²¹. Le aziende di social media sono, fra le altre cose, società capitaliste, e per questo propense a promuovere tali valori. In ogni caso, la gran parte di tali ricerche si svolge nel Nord America, un'area dove autori come De Tocqueville²² posero grande enfasi sull'individualismo come carattere culturale dominante in un periodo precedente al capitalismo, mentre la regione più di successo per il capitalismo per un lungo periodo della storia recente forse è stata la Scandinavia, un'area di solito rappresentata come relativamente collettivista in termini di valori. Benché ci si aspetterebbe che gli antropologi facessero luce su questioni culturali, proprio per questo noi intendiamo essere cauti sia riguardo al determinismo culturale sia riguardo al determinismo tecnologico.

Generalmente, sembra improbabile che un insieme di new media il cui uso primario era sviluppare e mantenere connessioni sociali sia meglio caratterizzato in termini di individualismo. In verità è possibile che alcune piattaforme di social media che all'inizio si svilupparono nel clima alquanto più individualista degli USA siano fiorite pienamente soltanto quando migrarono verso società più orientate al gruppo. Per esempio, una delle prime piattaforme più di successo fu Friendster. Questa si avviò negli Usa nel 2002, ma ottenne un più grande consenso in nazioni del Sudest asiatico, e alla fine venne acquistata da un imprenditore malese e reinsediata là. Analogamente, Orkut fu inizialmente sviluppato da Google, ma ottenne il suo primo impatto grazie all'altissima popolarità in nazioni come il Brasile e l'India; in seguito venne infatti reinsediata in Brasile. Oggi la piattaforma di social media più profondamente radicata in Cina è probabilmente QQ (fondata nel 1999, anche se inizialmente come un servizio di messaggistica istantanea)²³, che domina anche in termini di numero di utenti attivi ogni mese. Renren, una piattaforma Cinese molto simile a Facebook, è una componente più piccola del mondo di social media cinese²⁴. QQ, come sarà chiaro, è una piattaforma più estesa, con più funzionalità e una maggiore integrazione nella vita delle persone rispetto a quanto emerso in una qualunque delle piattaforme di social media occidentali.

Più importante di qualsiasi allineamento alle propensioni culturali è stata la tendenza da parte di aree più periferiche a emulare quelle ritenute più metropolitane. Per questo motivo la storia dei social media, quella più standardizzata, non inizia con Cyworld, ma si focalizza su alcuni sviluppi

negli Stati Uniti. Nel Nord America la prima piattaforma di social media a raggiungere questo grado di penetrazione sociale e di influenza fu MySpace (fondata nel 2003), che dal 2004 velocemente si consolidò con una vasta base di adolescenti. Col tempo si specializzò nel suo orientamento musicale. Altri siti specializzati come Friends Reunited (avviato nel 1999), usato come networking professionale e commerciale, mostrarono il potenziale per variazioni di nicchia – come fecero siti di appuntamenti come Grindr (fondato nel 2009), e ora Tinder (fondato nel 2012)²⁵.

Fu probabilmente a causa del prestigio degli USA, insieme alla crescita della Silicon Valley come incubatrice di high-tech, che piattaforme come Friendster e Orkut, benché di maggior successo in altre parti del mondo, vennero all'inizio dagli Usa²⁶. Proprio lo stesso fattore può ben aver portato alla loro fine, come quando, per un momento, Facebook apparve pronto a divorare i suoi fratelli e assumere il comando. A quel punto sembrò molto probabile che Facebook avrebbe affermato un dominio mondiale, se non fosse stato per l'intervento politico del governo cinese. Il nostro progetto dunque iniziò in un momento che sembrava fosse la fine della storia dei social media, ma nel corso degli ultimi due anni tale conclusione si è rivelata prematura. Al contrario, oggi vediamo svariati siti alternativi per i giovani, incluso Instagram (fondato nel 2010) e Snapchat (fondato nel 2011), mentre Facebook è cambiato diventando di maggior interesse per una base di utenti più matura, rilevante anche nella diffusione di Twitter (fondato nel 2006). Il dinamismo del settore è ben illustrato oggi dall'emergere significativamente repentino di siti come WeChat (fondato nel 2011) e WhatsApp (fondato nel 2009). Mentre Facebook ha 1.25 miliardi di utenti, WeChat ha raggiunto i 600 milioni e WhatsApp 800 milioni a ritmi molto più rapidi²⁷.

Come prima accennato, sostenere che il successo di una piattaforma dipende in primo luogo dall'allineamento culturale è difficile tanto quanto sostenere che esso dipende dai suoi punti di forza dal punto di vista tecnologico. L'antropologia offre in ogni caso una spiegazione alternativa. In questo volume consideriamo l'allineamento culturale non come una causa, ma come una conseguenza. In altre parole, osserviamo il modo in cui una piattaforma si localizza, il che riflette inoltre il nostro maggior interesse per il contenuto piuttosto che per la piattaforma in sé²⁸. Una volta che si popola di contenuti locali, l'allineamento culturale segue come conseguenza.

Anche se una piattaforma può avere una forte identità in relazione all'azienda proprietaria, o anche una forte infrastruttura, è sempre soggetta alla

trasformazione costante. Facebook è un buon esempio. Già nel 2007 Boyd e Ellison indicarono che molte di queste piattaforme erano partite con funzioni e intenzioni decisamente differenti. Facebook è la piattaforma dell'inizio (con un altro nome) concepita per aiutare gli studenti maschi a fare una classifica delle studentesse, oppure è la piattaforma analizzata nel 2015? Per di più, i principali cambiamenti che si sono verificati, come la recente migrazione della piattaforma verso persone più grandi, possono essere in gran parte un risultato dell'attività degli utenti piuttosto che di qualcosa di voluto dall'azienda – proprio come siti precedenti come Friendster e Orkut ottennero seguito in regioni molto diverse da quelle per le quali erano state inventate.

Lo stesso punto sollevato a proposito delle trasformazioni nel tempo si applica alle differenze nello spazio, e questi sono i principali problemi per gli antropologi. Quando studiamo Facebook a Trinidad e scopriamo che differisce in modo significativo nel suo contenuto da Facebook in India, che cosa abbiamo scoperto? Se dicessimo che si tratta di uno studio del modo in cui gli abitanti di Trinidad si sono appropriati di Facebook, allora sembrerebbe che ci sia un Facebook più autentico collocato in qualche altro posto che ora è stato modificato dagli abitanti di Trinidad. Il punto messo in luce dal nostro approccio antropologico riguarda invece il fatto che Facebook esiste sempre e solo in relazione a una popolazione specifica; l'uso che ne fa un gruppo sociale non è più autentico di qualsiasi altro. Lo stesso problema emerge a proposito della parola 'trinidadiano' riguardo a Facebook. In una certa limitata misura, le persone di Trinidad sono state modificate dal loro uso di Facebook, ma esse sono sempre state in trasformazione. Il punto non è quindi come l'uno abbia modificato l'altro. Si dovrebbe invece riconoscere che noi studiamo la cultura, che è sempre dinamica in quanto esito del reciproco interagire delle persone e del mondo in cui vivono²⁹.

Tali questioni stanno alla base del nostro studio comparativo, che deve porre in equilibrio prove di uniformità (persone e cose che diventano più simili) e di eterogeneità (persone e cose che differiscono maggiormente) a livello globale. In breve, nella misura in cui ognuno usa la stessa piattaforma potrebbe apparire che i social media siano uno strumento dell'omogeneizzazione globale. Eppure, nella misura in cui gli utenti rendono quella piattaforma qualcosa di specificamente locale, i social media sembrano essere uno strumento dell'eterogeneizzazione globale³⁰. Gran parte di questo volume riguarda l'irrobustimento di tale osservazione schematica. Prima,

però, presentiamo una breve rassegna di alcuni dei principali problemi della letteratura accademica, a partire dagli studi su media e comunicazione fino alla sociologia e all'antropologia.

Studi dedicati ai social media³¹

Non abbiamo la pretesa di esaurire l'ampio numero di pubblicazioni e riviste specializzate che emerge dagli studi sui computer, su internet e sulla comunicazione e che, per questo, può definire lo studio sui social media come la prosecuzione più recente di ciò che era già stato stabilito all'interno della loro tradizione disciplinare. In particolare, come già indicato, questa panoramica non includerà ricerche condotte all'insegna di metodi che emulano le scienze naturali³². Il nostro interesse riguarda le considerazioni fatte sui social media basate sull'osservazione qualitativa del loro uso quotidiano. In ogni caso, anche solo questo lascia un'enorme quantità di ricerca.

Molte discussioni si sono sviluppate abbastanza precocemente. Un problema³³ ha riguardato il rapporto fra la socialità online e quella offline, insieme al riconoscimento che, a differenza dei modi precedenti di praticare internet, principalmente usato per contattare estranei con interessi comuni, i social media erano maggiormente focalizzati su relazioni sociali esistenti. Come Boyd e Ellison notarono: "Ciò che rende i siti di social network unici non è il fatto che consentono agli individui di contattare sconosciuti, ma che permettono agli utenti di articolare e rendere visibili i loro network sociali"³⁴. In parte per rispondere ai dibattiti pubblici che affermavano il contrario, tali studiosi insistettero sul fatto che gli utenti non confondono "amici" come termine di Facebook, per così dire, con l'amicizia offline. Il dibattito accademico inoltre cercava di dare conto del crescente timore comune riguardo ai social media come una minaccia per la privacy, specialmente fra gli utenti più giovani³⁵. In riferimento alla diffusa preoccupazione sulla privacy e a quanto i ragazzini fossero consapevoli di ciò che stavano facendo, si aggiungevano le osservazioni sulle norme d'uso che sembrava stessero delineandosi. Gradualmente, una serie di riviste arrivò a dedicare sempre più spazio a tali studi sui social media. Una appropriata e attenta analisi di questi dibattiti richiederebbe di passare per i recenti temi di *Computer in Human Behaviour*, *New Media & Society*, *the Journal of Computer-Mediated Communication* e i nuovi *Social Media + Society*, per non citarne che alcuni.

Un altro ambito di discussione popolare si è articolato sui social media come risorsa usata dalle persone per presentare se stessi, fino alla questione del come tali persone online sono un riflesso o divergono dalle stesse persone offline. Altri argomenti sono stati il numero di amici o follower che poteva essere appropriato per ciascuna piattaforma, e il modo in cui ciò rifletteva i giudizi che le persone danno degli altri. Un argomento ulteriore, conseguente ai precedenti studi di internet, è stato se il networking crea una qualche sorta di comunità³⁶. C'è anche un ovvio desiderio di esplorare come i social media impattano sul benessere delle persone – se, per esempio³⁷ ci rendono più felici o infelici. Trattandosi di questioni comuni e popolari, le abbiamo usate per strutturare questo libro mostrando come il nostro studio possa essere usato per rispondervi.

Queste discussioni e questi problemi non costituiscono le basi del nostro lavoro sul campo. Il grado in cui la nostra ricerca ha messo a fuoco un tema come l'attivismo politico non è fondato sui nostri interessi né sul suo ruolo entro gli attuali dibattiti accademici o popolari. È stato unicamente imposto dal grado di riscontro di questo tipo di attività fra gli informatori delle nostre etnografie. Sono i nostri informatori a decidere il nucleo della nostra ricerca durante l'etnografia. Da tale prospettiva il principale interesse di questa ricerca ha riguardato i social media nel contesto delle relazioni personali, dato che questa è solitamente la dimensione dominante nelle nostre esperienze etnografiche. Fortunatamente ci sono due libri molto chiari e utili che analizzano quest'ambito: uno di Baym³⁸, riguardante i media più in generale, e l'altro di Chambers, con riferimento più specifico al tema dei social media³⁹. Questi libri forniscono ampie bibliografie su argomenti come familiarità, incontri, amicizia e identità. Oltre a questo volume comparativo la presente serie editoriale include nove singole monografie, una per ciascun campo di ricerca, e tutte dedicano il loro capitolo 4 all'impatto dei social media sulle relazioni personali – riflettendo sul modo in cui queste sono dominate non solo riguardo all'uso ma anche alle conseguenze dei social media.

Probabilmente la gran parte degli studi sui social media nelle principali riviste si incentra su vari termini psicologici e sociologici, inclusi capitale sociale, gratificazione, benessere e status. In ogni caso, alcuni di questi sfumano nell'analisi correlativa, che tendiamo a evitare per via del livello di generalizzazione che solitamente tale analisi presuppone. Un tipico esempio di studi siffatti potrebbe essere quello di AL-Deen e Hendricks⁴⁰, ma ce ne sono molti altri.

Un'iniziativa rilevante è stata la fondazione del *Pew Center for the Study of the Internet and American Life*, nel 2004. Questo centro ha reso pubblico un flusso continuo di importanti inchieste e dibattiti approfonditi, fornendo la miglior guida disponibile sia in relazione all'estensione sia al tipo di utilizzo sia anche al senso delle opinioni degli utenti, almeno per come rilevata tramite questionari⁴¹. Di nuovo, tuttavia, la tendenza regionale sarà evidente sin dal titolo del progetto.

Una osservazione che emerge chiaramente da questa ricerca del Pew Center è la tendenza sempre crescente verso l'ubiquità. I teenager ormai guardano queste piattaforme e app ogni giorno, se non costantemente, e in genere sono attivi simultaneamente su più d'una, per lo più mediante l'accesso con telefono cellulare. Alcuni dei report del Pew riflettono la medesima tendenza emersa nel nostro progetto. La loro scoperta che la presenza femminile domina i siti più visivi, per esempio, è stata rilevata anche nel nostro studio degli studenti inglesi. Inoltre, come questo libro dimostrerà, le generalizzazioni si fanno più fragili quando si esaminano posti come la Turchia o la Cina. In effetti, alcuni degli studi del Pew sono utili anche perché mostrano tendenze degli USA molto specifiche, per esempio il grado in cui gli utenti americani condividono ogni settimana la loro religione online (Pew 6/10/2014).

Ci sono molti approcci che intendono la loro prospettiva specifica soprattutto come studio critico. Essi proseguono una tradizione che risale alla cosiddetta Scuola di Francoforte⁴² di teoria sociale, e sono anche in primo piano in quelli che generalmente sono oggi definiti Studi culturali. Un chiaro esempio di questo tipo di prospettiva è il lavoro di Fuchs⁴³, benché elementi del suo approccio si ritrovino anche in molti degli studi dominanti⁴⁴. Gran parte di questo lavoro è rivolto alla critica delle aziende che possiedono i social media in quanto società capitaliste e prediligono argomenti che associano le conseguenze dei social media agli interessi di tali compagnie. L'altro grande tema di questi scritti è relativo all'uso statale di informazioni private, sulla scia delle rivelazioni di Wikileaks e di Edward Snowden.

All'altro capo dello spettro sta un numero un po' più grande di studi il cui principale interesse è aiutare le persone a fare soldi usando i social media o che sono incentrati sul valore delle azioni e sull'incremento delle società. Se gli studi critici tendono a presumere il male, gli studi commerciali tendono a presumere il bene⁴⁵. I risultati del nostro progetto affrontano entrambi gli aspetti di questa equazione, includendo infatti sia come le persone guadagnano dai social media sia come le aziende di social media ne ricavano

guadagni. Tuttavia, il nostro principale interesse sta nel delineare con grande attenzione le conseguenze dei modi in cui le persone usano i social, anche con la speranza di dar conto in modo attento del loro benessere avendo vissuto con ciascuna popolazione per un periodo prolungato.

Un altro importante approccio che offre un corpus notevole di prove dettagliate deriva dalla ricerca linguistica, che spesso include analisi molto accurate delle specificità del postare, come la natura della lingua e le norme d'uso. Un buon esempio di tale studio è quello di Lomborg⁴⁶. Anche se il suo interesse principale è la teoria della comunicazione, egli mostra come emerge il genere culturale, attraverso uno studio dettagliato dell'uso dei social media come parte della vita quotidiana. Ciò significa riconoscere che i generi (ossia particolari stili d'uso) rappresentano un equilibrio fra vari fattori come intrattenimento, informazione e familiarità. Questo studio mostra come, anche in una piattaforma nata da poco, il contenuto riflette un'intera serie di generi differenti. Eppure i singoli utenti imparano molto rapidamente a negoziare tra questi spazi con grande facilità e agio. Interessanti per una prospettiva antropologica sarebbero inoltre studi che analizzassero la violazione delle norme⁴⁷.

Via via che i social media sono divenuti più pervasivi, si è affermata la tendenza a studiare fenomeni specifici piuttosto che scrivere sulla natura dei social in se stessi. Oggi una rassegna esauriente della letteratura si ritroverebbe presto logora prima di riuscire a coprire l'impatto dei social media su religione, vita economica, istituzioni statali, pratica scientifica e così via. Il punto è che ci sono davvero pochi ambiti che si potrebbero non considerare inclusi nel titolo "l'impatto dei social media su..."⁴⁸. Dato che questo volume include capitoli distinti su molti di questi argomenti, per esempio il genere, la disuguaglianza, politica, l'istruzione, l'ambito del visuale e il commercio, qui non si considera la letteratura su questi argomenti e interessi oggi molto disparati, che si può trovare invece all'interno dei capitoli dedicati. C'è una pletora di altri usi, per esempio nel campo sanitario, nel marketing o nei soccorsi in caso di calamità, che non sono trattati in alcun luogo in questo libro perché questo studio può parlare davvero soltanto di quello che è stato concretamente osservato nei nove campi di ricerca.

Invece di cercare di essere esaustivi, questa rassegna degli studi generali sui social media terminerà con un'indicazione sulle "best practices". Un'area si staglia come caso esemplare di qualità estremamente elevata e di reale ricerca al punto da costituire un modello da sviluppare in futuro. È il lavoro

su come i social media (o, meglio, più in generale i nuovi media per la comunicazione) influenzano l'istruzione, e specialmente la più ampia nozione di apprendimento. Questi lavori hanno avuto la tendenza a essere multidisciplinari, inclusi alcuni di ambito antropologico. Si integrano, in modo complementare, lavori qualitativi, di tipo etnografico e a lungo termine, con panoramiche comparative a grande scala, a cavallo fra interessi decisamente accademici e rendiconti applicati e orientati al sociale.

Forse ciò riflette il fatto che gli accademici spesso hanno anche una certa esperienza di insegnamento. Queste pubblicazioni verranno discusse più in dettaglio nei capitoli sull'istruzione, e in ogni caso includono lavori di boyd, Clark, Ito e collaboratori e anche di Livingstone e collaboratori⁴⁹. Per chi volesse avviare per proprio conto delle ricerche sull'uso e le conseguenze dei social media, questa è la letteratura che senza dubbio consiglieremmo. Auspichiamo che il nostro principale contributo risieda nella nostra prospettiva comparativa.

Dagli studi di comunicazione agli studi sociali

Sebbene gran parte dell'interesse iniziale sui social media sia scaturito dagli studi di comunicazione e di internet, complementare è stato il crescente interesse da parte degli studi sulla socialità, dal momento che si è arrivati a considerare i social media come un luogo entro cui le persone si associano tra loro. Ovviamente, la base disciplinare sarebbe la sociologia. Come indicato nel Capitolo 1, una figura fondamentale sia per la sociologia sia per lo studio della socialità, è stata George Simmel⁵⁰, che ha discusso in modo ampio e sistematico il modo in cui le persone si legano l'una all'altra. La sociologia contemporanea è molto vasta, ma probabilmente i due autori più rilevanti nello studio di internet sono stati Castells e Wellman. Entrambi in modi differenti hanno messo a fuoco l'idea di network.

Non è possibile evitare alcuni tecnicismi nel considerare l'influente libro di Castells *The Rise of the Network Society* (trad. it. *La nascita della società in rete*, Università Bocconi Editore, 2014). Castells⁵¹ colloca la logica della nostra nuova politica economica entro forme globali di organizzazione, in cui il ruolo del "capitalismo informazionale" è sempre più critico. Egli descrive questo processo ponendo una distinzione sistematica fra la rete e il sé. Questi nuovi sistemi informativi creano forme innovative di potenti

networks che si allineano ad altri al fine di sviluppare nuove forme di politica economica. Il network si dice che imponga una più elevata e implacabile “cultura della virtualità reale” sul secondo. Per questo, “noi non viviamo in un villaggio globale, ma in villette personalizzate prodotte globalmente e distribuite localmente”⁵². La nostra ricerca metterà in discussione queste generalizzazioni ad ampio raggio. Dalle prove presentate in questo volume, così come dal precedente lavoro degli antropologi⁵³, non è affatto chiaro che l’uso locale dei social media e di internet sia in tal misura il prodotto di forze globali come la politica economica, e non invece di tratti culturali localizzati e molto specifici che identifichiamo nei generi più popolari della comunicazione.

Una simile enfasi sulla trasformazione radicale portata dalle tecnologie della comunicazione si trova nel recente libro di Rainie e Wellman *Networked*⁵⁴. In modo molto ben argomentato, gli autori negano che la *Social Network Revolution* sia una terza rivoluzione, dopo la *Internet Revolution* e la *Mobile Revolution*. Gli autori esaminano una serie di cambiamenti sia nel modo in cui le persone creano network sia nella costituzione dei gruppi con i quali lo fanno. Si tratta di un libro del quale certamente consiglieremmo la lettura integrale a studenti interessati, benché il principale argomento degli autori sia uno di quelli che le nostre prove metterebbero in discussione. Gli autori vedono una tendenza continua attraverso la nascita di Internet, il telefono cellulare e oggi i social media, che porta a un declino delle relazioni fra persone e gruppi e la nascita del network basato sull’individuo. Presenteremo una sintesi delle nostre prove nel Capitolo 12. Ci sono casi in cui le prove supporterebbero gli argomenti di Rainie e Wellman. In certi casi di controllo tradizionale estremamente rigido, come nella Cina rurale o nel Sudest della Turchia, anche noi vediamo i social media nei termini di questo cambiamento che loro delineano in relazione ai network basati sull’individuo.

Ci sono tuttavia molte più situazioni nelle quali troviamo tracce che suggerirebbero una traiettoria diversa e persino opposta. Questo può essere in parte perché loro considerano i social media come una prosecuzione di tendenze che si sono sviluppate a partire da internet. Viceversa, noi riteniamo che in linea generale è meglio considerare i social media come un’inversione di queste tendenze. I social media segnano un ritorno al significato e alla vitalità di gruppi come la famiglia, la casta e la tribù, e un ripudio della precedente tendenza verso i network individuali. Per esempio, famiglie che sono state divise dalla migrazione o dal lavoro transnazionale usano i social media

per colmare queste fratture⁵⁵. Il concetto di socialità modulabile e l'avvio di piattaforme come WhatsApp chiaramente si riferiscono ai gruppi e non solo ai network individuali. Sarà inoltre evidente nel Capitolo 7 che molto dipende da fattori contestuali come lo status sociale e il genere, laddove l'online viene usato a volte per rafforzare e altre volte per completare elementi diversi della socialità offline⁵⁶. Nello stesso tempo, Wellman e collaboratori⁵⁷ hanno realizzato gran parte della ricerca sistematica dimostrando che i social media non sono un mondo virtuale. In particolare, è emerso che le relazioni online non andavano a discapito delle relazioni offline, se non per altro perché le persone che erano più connesse online avevano anche più connessioni offline. Sarebbe pertanto un fraintendimento ridurre questo raffinato approccio teorico un'unica tendenza verso il networking individuale.

Il contributo dell'antropologia

L'antropologia sarebbe in linea con le altre scienze sociali in virtù della sua lunga tradizione di studio sulla socialità umana e sulla comunicazione, ovvie basi per studiare i social media. Riguardo alla socialità, forse i contributi più noti dell'antropologia riguardano, da una parte, la parentela⁵⁸ e dall'altra il dono, l'obbligo, lo scambio e la reciprocità in quanto aspetti costitutivi di una relazione sociale⁵⁹. Consideriamo però la base dell'antropologia il termine "normativo", di solito non usato tanto di frequente⁶⁰.

Che significa "normativo"? Riteniamo che le persone crescano sin dall'infanzia per essere socializzate in direzione di ciò che per il loro gruppo o società sarà considerato il comportamento appropriato o inappropriato. Quando un bambino fa qualcosa, un genitore può dire "non è questo il modo in cui ci si comporta" oppure "che cosa credi direbbe la gente se tu facessi questo in pubblico?". Con premi e punizioni "insegniamo" il comportamento appropriato. Gran parte si assimila solo mediante l'osservazione di ciò che coloro che ci circondano fanno o evitano di fare. Il motivo per cui le persone crescono e diventano "tipici" contadini del Kenya o nomadi siberiani non è genetico. Un/a bambino/a adottato/a alla nascita diverrà "tipico" della società dentro cui è stato/a socializzato/a, non di quella di nascita. Queste norme di comportamento appropriato o inappropriato non sono regole fisse; possono essere interpretate facendo ricorso all'immaginazione o anche derise. Nelle nostre etnografie tentiamo di presentare modi

caratteristici in cui le persone a Trinidad, per esempio, usano i social media, ma anche di dare il senso dell'ambito più ampio e delle eccezioni che circondano tale uso, dato che nessuno è soltanto "tipicamente" trinidadiano. Così, gli antropologi studiano le norme non come delle regole, ma come l'analisi di ciò che le persone effettivamente fanno e del perché lo fanno, incluse le variazioni rispetto alle norme. In antropologia ciò è generalmente definito lo studio della "pratica"⁶¹.

Se la spina dorsale dell'antropologia è lo studio della normatività soprattutto entro le relazioni sociali, la disciplina ha anche molte membra, tra cui una fiorente antropologia dei media. Nel 2002, prima della diffusione dei social media, due volumi collettanei contribuirono a consolidare ciò che si era sviluppato come una consistente tradizione di *media studies*⁶²; oggi esistono diversi gruppi e associazioni dediti alla ricerca antropologica sui media⁶³. Di recente sono anche stati fatti due tentativi di riassumere il contributo degli antropologi allo studio dei media digitali e più specificamente dei social media⁶⁴. Una delle basi del nostro studio è stata la nascita nell'*University College London* del primo Master in *Digital Anthropology*, che diversi autori di questo libro hanno in precedenza frequentato da studenti.

Oltre ai *media studies* e alla socialità, forse la principale spinta verso uno studio antropologico specifico dei nuovi media è arrivata dall'importanza di questi ultimi per migranti e diasporici, spesso prodotti dai disastri politici o dalle esigenze della nostra moderna politica economica. Gli esempi includono una raccolta pubblicata sulle popolazioni indigene e la loro diaspora⁶⁵, e la ricerca di Bernal⁶⁶ sulla diaspora eritrea. Altre discipline hanno interessi simili, per esempio lo studio di Greschke dei migranti sudamericani diretti in Spagna⁶⁷. Più di recente troviamo studi antropologici che guardano soprattutto all'impatto dei social media stessi su questi gruppi diasporici, che siano brasiliani, filippini, o uiguri⁶⁸. Un piccolo ostacolo alla crescita di tale focus nell'ambito dello studio dei social media riguarda il fatto che esso può portare le persone a semplificare la precedente esperienza di comunità offline in opposizione a quelle online⁶⁹. In realtà siamo sempre stati soggetti a varie forme di rottura.

Più in generale, per l'antropologia come per ogni altra disciplina, quando i social media sono divenuti ubiqui la ricerca si è frammentata in direzione di argomenti diversi e più specifici. Questi vanno dal lavoro di Coleman⁷⁰ sui gruppi Anonimi e di Hacker fino al lavoro di Uilemon sull'arte studentesca e l'identità visiva in Tanzania⁷¹. Relativamente pochi antropologi

hanno affrontato il tema della diversità culturale in sé⁷². C'è un'evidente sovrapposizione con gli studi sullo sviluppo, come in quelli di Boellstorff e altri⁷³, e specialmente sui movimenti come ICT4D⁷⁴, anch'essi focalizzati sull'impatto dei media⁷⁵. Molti di questi approcci convergono attorno a un interesse per la disegualianza globale, che condividiamo con approcci sociologici e di altro tipo⁷⁶. Particolarmente utile è stato il lavoro di Graham nell'ambito di una disciplina affine come la geografia umana, che è servito a illustrare graficamente la disegualianza in internet, nella comunicazione e nelle geografie dell'informazione⁷⁷. Altri contributi mettono a fuoco temi della politica⁷⁸ o del lavoro⁷⁹. La principale caratteristica degli studi antropologici, comunque, è il suo concentrarsi su realtà locali⁸⁰.

Curiosamente, dunque, è stato difficile giustificare una delle affermazioni più forti dell'antropologia, quella in favore degli studi comparativi. Nonostante le discussioni e le dichiarazioni a sostegno della comparazione⁸¹, e la tradizione di piccole comparazioni regionali su argomenti come la divinazione in Africa o il sistema dell'onore e vergogna nelle società del Mediterraneo, si tratta di una promessa quasi del tutto non mantenuta. Gli antropologi sono stati più a loro agio con il relativismo culturale⁸² e con la convinzione che ogni posto è unico, e più propensi a cedere le generalizzazioni, la teoria, ad altre scienze sociali. Questo si conferma come la sfida principale per la ricerca qui delineata. Saremo stati in grado, in qualche modo, di gestire il tipo di studio genuinamente comparativo che la disciplina ha talvolta richiamato come suo tratto veramente distintivo?

Il problema è che uno studio comparativo di molti siti dovrebbe non andare a discapito della profondità dell'impegno in ciascun singolo sito propria dell'etnografia. In effetti, per caratterizzare in modo adeguato la ricerca svolta in questo volume, l'enfasi andrebbe data tanto all'etnografia quanto all'antropologia. Il capitolo 3 presenta i lineamenti del nostro approccio etnografico e della nostra metodologia più in generale. Eppure gli antropologi non sono i soli che usano l'etnografia. Molti degli studi che sono discussi in questo capitolo derivano da un approccio qualitativo più ampio. Quelli che riteniamo da considerare maggiormente, come quello di Nancy Baym, dannah boyd o Sonia Livingstone, usano un insieme di metodi che sono etnografici, basati sull'intervista, e anche quantitativi. La maggior differenza sta nel fatto che il nostro approccio, derivando specificamente dalla disciplina antropologica, ha una focalizzazione sullo studio comparativo della diversità culturale, che può comparire in questi altri studi ma che di solito ne rappre-

senta un elemento marginale. Questo libro contiene anche un capitolo (il 4) sui nostri risultati quantitativi. Indica non solo perché il progetto ha accolto metodi quantitativi, ma anche perché i risultati sono stati trattati con molto più scetticismo rispetto a ogni altra prova in primo luogo qualitativa.

Lo scopo di questo capitolo non è sostenere che qualsiasi approccio può essere sufficiente per una comprensione completa dell'uso e delle conseguenze dei social media. Tutti gli approcci hanno i loro vantaggi e i commisurati svantaggi. L'antropologia offre profondità e comparazione, ma presenta notevoli problemi in relazione alla generalizzazione e tende a essere relativamente astorica. Se abbiamo messo in evidenza questo approccio è perché questo è un libro che presenta i risultati di un'indagine antropologica. Certo che, chiaramente, più le nostre scoperte potranno essere affiancate a studi storici, linguistici, di comunicazione e altri, maggiore sarà la comprensione che otterremo.