

Chapter Title: Metodo e approccio

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.7>

---

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](mailto: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 3

### Metodo e approccio

#### Essere capaci di fallire

Se, in definitiva, questo progetto è considerato come pienamente riuscito, la ragione principale risiede paradossalmente nel fatto che ogni volta i nostri progetti individuali sono falliti. L'insuccesso è stato la componente principale dei nostri studi. Questi fallimenti rappresentano ciascuno la miglior prova a supporto dell'affermazione che in ciò che facciamo c'è coerenza e sapere. Affermando che i nostri progetti sono falliti, intendiamo semplicemente dire che essi non potevano realizzare determinati obiettivi di interesse accademico. Possiamo presentare quattro casi.

Costa ha svolto la sua ricerca di dottorato sul giornalismo on line, i digital media e i corrispondenti stranieri in Libano. Il suo interesse principale riguardava social media e politica. Un caso comparativo in Turchia avrebbe chiaramente favorito il suo percorso di ricerca. Scelse come terreno Mardin, un luogo non lontano dal confine siriano e diventata una zona curda autonoma. Mardin di per sé comprendeva una eterogenea popolazione di arabi, curdi, cristiani siriani e turchi. Era certo che questo avrebbe rappresentato il terreno ideale per i suoi studi di politica? Alla fine Costa nel suo libro scrisse un capitolo particolareggiato sulla politica<sup>1</sup>. La politica tuttavia divenne un elemento della sua indagine piuttosto che il focus principale, mentre l'importanza di genere e le relazioni familiari assunsero invece un ruolo centrale. Questo è dipeso dal peso assoluto di ogni impegno politico palestinese, coinvolgimento che in precedenza aveva causato la morte di molti parenti dei partecipanti, ragione per cui si evitava ampiamente di discutere di politica sui social. Facevano eccezione i sostenitori del governo o alcuni oppositori che si servivano di account falsi e anonimi. Nello stesso tempo, l'adozione di account multipli e falsi aveva facilitato una radicale trasformazione nelle relazioni di genere, soprattutto nelle interazioni tra i giovani. Questo diventò effettivamente la narrazione principale. Costa nel suo approccio, piuttosto che concentrarsi sul tema che inizialmente aveva considerato più impor-

tante e che poteva essere più utile per i suoi interessi personali o di carriera, seguì i materiali che aveva trovato.

Wang, al contrario, scelse il suo terreno di ricerca con cura perché intendeva studiare le relazioni familiari. Trovò un gruppo che si era formato sulla base di legami familiari molto stretti in cui tutto era vincolato su base parentale. Ora, però, i suoi membri avevano dovuto viaggiare per lavorare in città industriali diventando una popolazione fluttuante di migranti rurali, come si dice in Cina. Appariva pertanto certo che l'uso principale dei social avrebbe riguardato il mantenimento dei legami con le famiglie e i villaggi di provenienza dal momento che gli utenti tentavano di ricucire i legami interrotti dalla migrazione. Questo tuttavia non esaurì tutto ciò che Wang trovò. In realtà questi migranti semplicemente non usavano i social in questo modo e neppure sembrava volessero farlo. La principale ragione della migrazione ha a che fare con il fatto di vedere il mondo esterno e la giovane generazione di migranti dalle aree rurali usa i social media per tenersi lontana dal tradizionale controllo familiare e conquistare una certa autonomia come operai.

La situazione di Venkatraman fu persino peggiore. Scelse un terreno di ricerca nel sud dell'India che era stato costituito sino a un recente passato da villaggi rurali sparpagliati in un'area rurale. Successivamente, in quanto parte di ambiziosi progetti di sviluppo, vi furono ricollocate numerose compagnie informatiche e 200.000 lavoratori informatici. Il contesto appariva pertanto ideale, dal momento che presentava un netto contrasto tra quanto poteva essere considerato come la popolazione indiana più moderna accanto alla tradizione classica dell'ampio hinterland rurale. L'interesse principale di Venkatraman riguardava il rapporto tra social media e lavoro. Era certo che la base del suo libro sarebbe stato il contrasto tra questi due gruppi? Ogni cosa fu messa a punto perché fosse così.

Ebbene, leggendo il libro di Venkatraman questo contrasto si è in buona misura smorzato. C'è invece una certa enfasi sui caratteri specifici della società indiana tradizionale e sui modi in cui questi hanno avuto impatto sull'uso locale dei social, inclusi determinati fattori come il genere, la casta, la disegualianza e la famiglia estesa. Considerati come un insieme, questi fattori in realtà uniscono i lavoratori informatici e gli abitanti dei villaggi: i social media rivelano che quasi tutti rimangono 'indiani' del sud in modo caratteristico, uniti da quelle questioni di parentela e di casta nonostante l'estrema diversità delle circostanze. Tale giustapposizione certamente mette in rilievo la questione della gerarchia sociale, ma d'altro canto questo principio

è sempre stato considerato dagli antropologi come centrale riguardo all'organizzazione della società dell'Asia meridionale. Così, ancora una volta, in misura notevole, non si è potuto seguire il piano iniziale sino in fondo dal momento che le evidenze hanno condotto a una diversa conclusione.

Il fallimento più spiacevole forse è stato quello di Haynes. Aveva accettato una posizione presso il Centro Interdisciplinare per gli Studi Indigeni e Interculturali nella Pontificia Università Cattolica di Santiago del Cile, sostenuta da una borsa del governo cileno espressamente destinata allo studio delle popolazioni indigene. Dal momento che il suo dottorato si era incentrato sugli indigeni urbanizzati di La Paz, in Bolivia, era stato naturale per Haynes spostarsi verso il Cile settentrionale che include un numero significativo di popolazioni aymara e quechua. Per lo studio dei social media, non volevamo però villaggi molto piccoli e i dati demografici dell'Alto Hospicio sembravano suggerire che quella area fosse di dimensioni adeguate con una ragionevole percentuale di persone indeterminate come indigene, quanto meno per gli scopi del censimento (circa il 18%). Il problema era che il suo studio sui social media mostrava con grande chiarezza che la maggior parte delle persone di origine indigena non si identificava attivamente come tale. Soltanto molto più avanti nella sua ricerca accadde che molti suoi amici intimi rivelarono la loro ascendenza indigena. In ultima analisi, il suo libro è molto istruttivo sul perché fosse così per la popolazione di quella città, in coerenza con una analoga soppressione di tutta una serie di altri potenziali aspetti di distinta identità. Pur nondimeno l'identità indigena non poteva proprio rappresentare il focus principale del suo studio sui social, anche se essa era stata la fonte del finanziamento.

Non tutto è andato storto. McDonald scelse un sito nell'hinterland cinese rurale, vicino al luogo di nascita di Confucio, e lì si è confrontato con quel livello di tradizione che era possibile prevedere. Sinanan aveva già lavorato a El Mirador, nelle Trinidad, dove vivono i suoi parenti, per cui non ci sono state particolari sorprese.

Che c'è dunque di così bello nel fallimento? Molti di questi antropologi avrebbe tratto un personale beneficio se le loro ricerche fossero andate come da programma, dal momento che i siti spesso erano scelti sulla base dei loro interessi accademici. Certamente avrebbero trascorso un minor numero di notti insonni. Tuttavia, è proprio qui che l'antropologia si differenzia da altri tipi di studio. Gli antropologi si sentono piuttosto frustrati quando redigono domande per ottenere finanziamenti che presupporrebbero che

dalle loro ricerche si ottenessero risultati certi. La realtà è che spesso la vera ragione per cui antropologi come noi portano avanti le loro ricerche è che semplicemente non si sa a cosa si andrà incontro. La discrepanza tra ciò che programiamo di conoscere e ciò che poi scopriamo è, per definizione, la parte principale della nostre ricerche originali. L'insuccesso, per noi almeno, è garanzia dell'integrità del nostro progetto. Per questo motivo crediamo che, alla fine dei 15 mesi di ricerca sul campo, ciascun ricercatore abbia accettato di doversi riorientare rispetto all'uso attuale e alle conseguenze dei social media. Pertanto, mentre per noi può trattarsi di una delusione, il lato positivo è che esso attesta la qualità e il successo della nostra *scholarship*. Ciò tuttavia significa che il nostro esame non si può leggere come il riflesso delle nostre opinioni. Quando sosteniamo che i social hanno questo o quell'impatto, non significa né che lo approviamo né che lo disapproviamo.

### **L'etnografia è un metodo o un fine?**

In alcune discipline<sup>2</sup>, il termine etnografia è arrivato a significare le osservazioni dirette di ciò che le persone fanno nel loro habitat "naturale" piuttosto che, per esempio, ciò che esse dicono in risposta a questionari e test. Tuttavia, all'interno della disciplina antropologica un principio centrale dell'etnografia è il tempo. Una persona deve essere presente sul terreno di ricerca per un certo periodo, generalmente per più di un anno. Tutti i nostri ricercatori sono stati sul campo per almeno 15 mesi<sup>3</sup>. Gli antropologi dovrebbero avere sufficiente competenza della lingua locale così da poter capire non solo le conversazioni che intrattengono con le persone del posto ma anche quelle delle persone tra di loro. L'etnografia in antropologia di solito viene descritta come "osservazione partecipante". Piuttosto che osservare a distanza con un quaderno di appunti, gli antropologi si lasciano coinvolgere: aiutano a badare ai bambini, servono da bere, vendono in un negozio di cellulari, stringono vere e proprie amicizie. Quando Miller si impegnò nella sua prima etnografia dello shopping<sup>4</sup>, i lettori erano sorpresi di scoprire che spesso dava consigli ai suoi informatori su cosa comprare. Secondo lui il punto era che quando le persone vanno a fare compere con gli amici si aspettano che questi amici abbiano un'opinione su come sta un vestito o se sappiano di qualcosa di buono. È l'insuccesso nella partecipazione che rende il lavoro artificiale, non l'impegno a farlo.

C'è un altro modo per definire l'etnografia che non si incentra tanto sul modo in cui ci si comporta, quanto piuttosto sul fine che si suppone di raggiungere. La questione cruciale dell'antropologia forse può essere meglio descritta come un impegno alla "contestualizzazione olistica". Nel momento in cui avviamo un tema di ricerca – nel nostro caso i social media – la nostra premessa è che semplicemente non sappiamo quale fattore della vita delle persone sarà influenzato da questo tema. Potrebbe essere il genere, la religione, il lavoro, la famiglia. Per di più, nessuno di questi ambiti può essere isolato per trarne delle correlazioni statistiche dal momento che nella vita reale essi non sono separati l'uno dall'altro. Una persona reale tutti i giorni della sua vita si confronta con questi e con una moltitudine di altri fattori contemporaneamente. Su Facebook un individuo può essere, nello stesso tempo, una donna, una hindu, una madre, un'operaria, un'introversa, un'amante delle soap opera, un'appassionata delle star di Bollywood. Non si tratta del fatto che in quanto antropologi cerchiamo di essere complicati e difficili; si tratta solo del fatto che crediamo che questo è il modo più verosimile per descrivere come le persone fanno esperienza del mondo. Nessuno vive all'interno di un tema di ricerca. La contestualizzazione olistica significa che tutto ciò che le persone fanno è il contesto per qualunque cosa facciano. In quanto metodo, l'etnografia non può realmente raggiungere ogni aspetto della vita di una persona, ma nel cercare di farlo si raggiunge almeno un senso più ampio di cosa possano significare questi aspetti.

Così, armati delle competenze linguistiche richieste e di tempo sufficiente, l'impegno consiste nel vivere in mezzo a un certo numero di persone diverse all'interno del campo di ricerca in modo che si possa partecipare e osservare quanto più pienamente possibile. Lo scopo specifico è che si comprenda abbastanza riguardo a tutti questi fattori – genere, religione, lavoro, tempo libero, famiglia – così da poter ragionare su cosa sia più o meno importante per capire come e perché le persone usano i social media nel modo in cui osserviamo farlo. Nella scienza, che ha a che fare con gli universali, un caso negativo può confutare una ipotesi. In una società, tuttavia, non c'è nulla che una singola persona faccia nello stesso modo e per la stessa ragione di un'altra. Un caso negativo è solo un caso in più. Il metodo non è aneddotico, perché cerchiamo comportamenti tipici costantemente ripetuti. Ma gli aneddoti, dunque le storie individuali, servono a trasmettere i nostri risultati. Spesso forniamo un esempio esteso in modo che si possa capire quanti fattori e profili contestuali sono rilevanti per uno specifico

individuo. Spesso aggiungiamo anche altre storie più brevi per mostrare le molte varianti, nella misura in cui nessun individuo può rappresentare tutti i membri di una determinata società.

### **Che cosa abbiamo fatto**

Perché questi nove siti? Perché non siti in Africa, nell'ex Unione Sovietica o nel sud est asiatico? Chiamiamo questo uno studio globale, intendendo dire che includiamo siti da tutto il mondo, cosa che ovviamente non significa che si tratta di uno studio comprensivo. Inizialmente c'era il desiderio di includere una popolazione quanto più ampia possibile e economie emergenti come il Brasile, la Cina, l'India. Non abbiamo mai avuto intenzione di lavorare in Nord America, semplicemente per il fatto che quest'area è già ampiamente sovrarappresentata negli studi sui social media. Al di là di questo, tuttavia, la selezione doveva dipendere dalle persone disponibili a condurre questo tipo di ricerca. Potevamo coinvolgere soltanto persone con una formazione antropologica che potessero anche impegnarsi in quel lasso di tempo. La proposta iniziale includeva uno studio in Africa, per esempio, ma la persona individuata non era disponibile. Pertanto, in definitiva, la logistica ha determinato i nove siti. Un altro fattore importante ha riguardato l'aspetto finanziario. Grazie alla generosità di un centro di ricerca finanziato dal governo, a Santiago, e della Wenner-Gren Foundation, abbiamo potuto includere altri due membri al gruppo finanziato generosamente dall'ERC, fornendo al progetto uno studio in Cile e un altro in Cina.

Ciascun antropologo è stato responsabile della selezione del sito attuale, tenuto conto del particolare interesse che intendeva coltivare, per esempio Costa per quanto riguarda la politica o Wang la migrazione. Una volta stabilito il sito di ricerca, bisognava lavorare con tutta la popolazione e non solo con una parte di essa: i più deboli e i più poveri, i religiosi e i secolari, i giovani e i vecchi, i maschi e le femmine. Per fortuna, molti di questi siti di ricerca hanno una forte tradizione di vita sociale aperta, così Nicolescu ha potuto passare del tempo in piazza, come gli italiani si aspettano si faccia, e Haynes ha potuto frequentare il mercato o le attività di doposcuola dei bambini, come avrebbero fatto i vicini. Quando ci sono comunità divise, i ricercatori hanno dovuto separare i gruppi di amici e le reti, come ha fatto Costa con gli arabi e i curdi a Mardin. Tuttavia, neppure questo è stato

sufficiente. Dal momento che non esistono curdi 'tipici', Costa ha dovuto assicurarsi di aver inserito amicizie con famiglie curde raffinate e ben istruite in cui gli uomini lavoravano nel settore pubblico, e famiglie curde poco istruite e non raffinate, arrivate di recente in città migrando da fattorie. Wang ha dovuto assicurarsi di mantenere buone relazioni con i proprietari delle fabbriche di cui studiava i lavoratori, cosa che significava essere discreti e prudenti. In alcune occasioni, le ricercatrici hanno coinvolto assistenti maschi locali e i ricercatori assistenti donne per assicurarsi un migliore accesso.

Forse il sito di ricerca più difficile è stato l'Inghilterra, perché gli inglesi possono non essere particolarmente socievoli con gli stranieri e possono persino non conoscere il nome dei loro vicini. Molte persone che vivono in piccoli centri sono pendolari e non partecipano agli eventi sociali del posto. Se si frequentano semplicemente gli eventi 'comunitari' si potrebbe incontrare soltanto la frazione di gente locale che condivide l'idea di comunità. Pertanto, per i primi sei mesi Miller ha bussato di porta in porta<sup>5</sup> cercando di convincere le persone a lasciarlo entrare nelle loro case. Soltanto così poteva essere certo di includere persone anti-sociali o sole e altri non necessariamente aperti al senso di comunità. Miller ha lavorato anche con le scuole dal momento che tutti vanno a scuola, e con gli ospizi, dal momento che tutti prima o poi moriranno.

La partecipazione significa proprio questo. Mentre McDonald faceva ricerca, era evidente che i bambini gridavano con allegria nel momento in cui l'antropologo si presentava, mentre gli adulti facevano grandi sorrisi. Sembrava davvero che fosse il miglior amico di tutti, ma in parte lo era perché viveva in quartieri estremamente ordinari, condividendo con altre famiglie il servizio igienico esterno e combattendo con l'erogazione irregolare di acqua e luce come facevano gli altri. Per un accademico come Wang trascorrere 15 mesi con operai di industrie i cui interessi primari, dopo una dura giornata di lavoro, consistevano nel giocare continuamente a giochi ripetitivi, e che spesso erano troppo stanchi per dire qualcosa di particolarmente sensato, è stato (per essere onesti) molto noioso. Nel villaggio in cui ha vissuto Spyer il gossip sembrava circolare senza condizioni e in effetti era diventato la principale forma di intrattenimento. Senza sorpresa si speculava anche su chi potesse essere 'realmente' questo intruso. Si erano diffuse voci che lavorasse per la CIA. All'inizio non era troppo problematico, ma quando le persone cominciarono a supporre che stesse investigando sui signori locali della droga, Spyer cominciò a preoccuparsi, dal momento che in città

molte persone era state uccise a causa del traffico di droga. La situazione divenne più seria quando cominciarono a manifestarsi minacce personali. Fortunatamente l'arrivo della moglie sembrò acquietare le paure della gente del posto.

Haynes ha fatto l'esperienza di un punto di svolta della propria ricerca quando un terremoto di magnitudo 8.3 della scala Richter distrusse gli edifici di Alto Hospicio. Mancarono acqua ed elettricità per più di una settimana e l'autostrada che portava alla città più grande di Iquique era crollata per il terremoto e la città pertanto era tagliata fuori. Questo determinò una certa coesione nella comunità dando a Haynes un nuovo senso di essere parte del tessuto sociale della città e anche momenti di unione persino un anno dopo. Nella sua ultima settimana di ricerca sul campo, persino con due nuove conoscenze, quando il terremoto fu argomento di conversazione, tutti e tre ammisero con un sorriso di aver pensato che sarebbero morti e ne nacque un'amicizia più profonda.

Un aspetto importante dell'osservazione partecipante è quello di imparare quale sia il comportamento ritenuto adeguato. Un adattamento graduale al modo in cui, in ciascuno dei siti, la gente fa amicizia è in questo senso parte integrante di questo metodo. A Trinidad fare amicizia ed essere amici con un gruppo di persone richiede festeggiamenti continui; per un gruppo diverso che vive nella stessa area, si diventa amici partecipando assiduamente alle riunioni religiose o alle cerimonie del ciclo di vita. Un etnografo deve essere camaleontico, capace di cambiare i propri modi di fare, la propria apparenza e il proprio linguaggio in relazione ai diversi gruppi, per far sì che ciascuno sia a proprio agio quando lui è presente.

Un ambito importante in cui generalmente falliamo, e perciò impariamo, riguarda la propria apparenza. Venkatraman può pure essere un indiano della regione in cui ha svolto la sua ricerca, ma ha avuto anche lui una lezione da imparare. Quando iniziò la sua ricerca nel sud dell'India indossava maglietta e jeans (fig. 3.1). Praticamente nessuno parlava con lui. Quando provò ad andare all'estremo opposto indossando pantaloni e camicia formali si rese conto che molta gente pensava che stesse provando a vendere qualcosa perché sembrava un uomo d'affari. In un caso, dopo aver spiegato con pazienza in una scuola la natura del progetto e la ricerca che avrebbe condotto, l'insegnante si scusò ma disse con fermezza che la scuola non era interessata ad acquistare quell'«antropologia». Alla fine Venkatraman trovò altre soluzioni. Si fece il piercing in entrambe le orecchie e cominciò

a indossare i *kurta* indiani tessuti a mano, abbigliamento considerato ‘da intellettuale’, per posizionarsi in modo chiaro come un accademico. Dopo questo, la ricerca andò bene.



*Fig. 3.1 Venkatraman vestito in modo inappropriato*

Spyer trovò che il suo sito era spaccato tra cristiani evangelici e altri interessati ad alcune attività molto non cristiane. Perciò aveva bisogno di apparire né come una ‘persona di Dio’ né come una ‘persona del mondo’. In alternativa optò per uno stile europeo che gli dava un aspetto neutro di ‘gringo’, consentendogli di parlare con le persone di entrambi i gruppi. Sinanan, invece, dovette mettere da canto la gran parte dei suoi vestiti e adottare un costume di Carnevale (fig. 3.2) per riuscire ad avere un rapporto con persone che stavano lavorando alla organizzazione di un campeggio di Carnevale. Costa capì che doveva depilare le gambe e le ascelle con maggiore attenzione del solito perché in quella parte della Turchia mostrare un singolo pelo quando le gambe o le braccia non sono coperte era considerato vergognoso. Capì pure che doveva tenere la casa immacolata e che talvolta doveva indossare un velo (fig. 3.3).



*Fig. 3.2 Sinanan senza velo*

Anche quando avevamo questionari strutturati o c'era accordo sullo studio di una particolare questione, spesso risultava semplicemente troppo artificiale porre la questione direttamente. I lavoratori dell'industria di Wang erano piuttosto sospettosi sulle domande dirette; essi avrebbero solo parlato con lei se fosse stata un'amica che li aiutava a trattare gli aspetti emozionali delle loro relazioni. Queste, per esempio, erano tre domande formali dell'indagine:

- Conosci la password dei tuoi partner sui social media e, se sì, mi potresti dire perché e come mai la conosci?
- Generalmente togli le foto dei tuoi ex partner dal tuo profilo? Se sì, perché? Secondo te, perché alcuni mantengono le foto dei loro ex partner sui social?
- Come gestisci le foto dei partner dei tuoi ex partner sui social?



*Fig. 3.3. Elisabetta Costa mentre indossa il velo*

In pratica, questo il tipo di risposte a questo genere di domande:

- ‘Oh, mamma! Ma come? È del tutto scandaloso, non ci posso credo credere. Ma ... sei grande, com'è che hai la sua password? Il mio ragazzo non me l'ha mai detta!’
- ‘Calma, sei forte, e spero che impari la lezione. Ad ogni modo, gli hai dato qualche avvertimento o almeno un suggerimento?’
- ‘Davvero?! E così... significa che sapeva che guardavi queste foto? Non lo capisco, cosa c'è che non va negli uomini? Perché pensano che possiamo accettare queste ex-puttane ... con una gran sorriso?! Proprio non lo capisco!’

Il punto è che le persone devono sentirsi a loro agio con l'antropologo/a e in teoria devono compiacersi del loro impegno con lui/lei. Diversamente, non ci dedicheranno il loro tempo. Inoltre, tutti i lavori di campo prevedono interviste registrate, realizzate soprattutto dopo che i ricercatori hanno costruito relazioni di fiducia. Questo ci consente di includere nei libri le parole esatte dei nostri informatori.

È impossibile indicare un campione di partecipanti preciso – questa è una domanda che ci fanno spesso. Talvolta si tratta di una conversazione casuale

mentre si beve qualcosa, talaltra si tratta di persone che abbiamo visto ogni giorno per mesi. Non deve sorprendere il fatto che gli etnografi tendono a dare un quadro più profondo con quelli con cui sono amici da 10-15 mesi. Questi amici possono ammettere di aver detto inizialmente certe cose per impressionare o per nascondersi. Può accadere che in seguito essi diano una visione più ricca di ciò che pensano realmente delle cose che accadono intorno a loro. Gli antropologi valutano costantemente la validità di quanto ascoltano, aperti, ma nello stesso tempo scettici sulle dicerie. In qualche modo come un detective, dobbiamo sempre cercare di verificare le nostre fonti, sempre alla ricerca di ulteriori o migliori prove.

Da un certo punto di vista questo studio presenta un preciso vantaggio rispetto ad altri resoconti etnografici, che deriva dal soggetto dei social media. Prima di iniziare l'etnografia abbiamo concordato che tutti i ricercatori seguissero circa 150 persone on line per l'intera durata della ricerca. In qualunque modo ci si integri all'interno di una comunità, un/a antropologo/a sarà preoccupato/a di quanto la sua presenza potrà alterare il comportamento delle persone. Sembrava chiaro tuttavia che essendo una persona tra centinaia di altre su Facebook o QQ, l'impatto sul comportamento della gente on line fosse verosimilmente limitato; in questo senso postare on line sembra un esempio ideale delle possibilità di osservazione partecipante diretta rispetto al tema del nostro progetto. A questo scopo, ogni ricercatore ha creato un unico account sulle principali piattaforme di social. Ci sono state alcune discussioni circa il fatto se la presenza dovesse essere passiva o attiva. Sinanan ha scoperto molto presto che la gente si sentiva a proprio agio solo se l'antropologo era attivo almeno quanto un 'amico' lo sarebbe stato, esprimendo di tanto in tanto un "mi piace" e postando di sua iniziativa.

L'altra componente della nostra ricerca sul campo era il nostro questionario, più sistematico, discusso nel Capitolo 4. Come viene sottolineato lì, il nostro primo questionario era inteso come un tentativo di esplorazione che alcuni di noi erano soliti fare per cercare di garantirsi l'impegno con l'intero spettro della popolazione; questo questionario era infatti organizzato secondo la stima del reddito dei partecipanti oppure, in alcuni casi, della casta, del livello di istruzione o della religione. Il secondo questionario è stato realizzato alla fine della ricerca ed è più affidabile dal punto di vista della comparazione, ragion per cui esso costituisce la base di quel capitolo. Ha certamente aiutato il fatto che Venkatraman sia uno statistico di professione che è riuscito pertanto a organizzare e ad analizzare molto del nostro mate-

riale. Una quantità consistente derivava dal semplice conteggio di ciò che le persone fanno sui social, o – in un caso – calcolando con chi esse interagivano per poi scoprire attraverso la discussione chi fossero realmente queste persone. Questo materiale tuttavia non è ancora stato analizzato<sup>6</sup>.

Durante questo primo anno di ricerca sul campo abbiamo capito che, anche se investivamo molto tempo nella condivisione di resoconti mensili, quando qualcuno poteva effettivamente visitare il sito di ricerca di qualcun altro risultavano evidenti molte più cose. Questo era un problema dal momento che, sfortunatamente, tu – lettore – non puoi visitare tutti i siti. Abbiamo pertanto stabilito che, oltre a scrivere, ognuno si sarebbe impegnato a realizzare 10 brevi video. Uno poteva riguardare il proprio sito e un altro il modo in cui era stato fatto il lavoro, il resto con storie o casi che illustravano cosa il ricercatore aveva trovato. Molti di questi, come quelli relativi al sud dell'India e al nord del Cile, sono stati realizzati da altri che generosamente avevano deciso di collaborare con noi<sup>7</sup>. Tutti questi film stanno su YouTube e sul nostro sito Why We Post<sup>8</sup>. Se si vogliono apprezzare pienamente le nostre testimonianze, suggeriamo di 'visitare' i siti attraverso questi filmati.

Questa discussione in quanto descrizione del metodo etnografico resta breve. Dare maggiori dettagli avrebbe compromesso l'intenzione di questa pubblicazione di raggiungere anche lettori non accademici. Per fortuna un recente libro fornisce un'eccellente introduzione a questa materia riguardo a pianificazione e conduzione del fieldwork con tutte le diverse considerazioni connesse, dall'etica all'archiviazione dei dati<sup>9</sup>. Anche se si riferisce agli studi on line, cosa che rende il contesto in qualche modo diverso rispetto al nostro approccio a un contestualizzazione di tipo olistico, così come prima descritta, la discussione sull'etnografia in sé, in termini di argomenti, progetto di ricerca, osservazione e interviste, può riferirsi a entrambi gli approcci.

## **Lavoro comparativo e collaborativo**

La maggior parte del lavoro antropologico e etnografico è altamente individualistico, trattandosi di una singola persona isolata nel proprio campo. Questo progetto pertanto è inusuale, persino all'interno dell'antropologia, nel suo impegno sia nel lavoro comparativo che in quello collaborativo. Forse è così perché si tratta di un lavoro senza precedenti, dal momento che

è solo recentemente che la comunicazione digitale a basso costo ha reso più facile stare in contatto durante una ricerca sul campo. La maggior parte del gruppo si è costituita come tale a settembre 2012. Dopo la preparazione, siamo andati tutti sul campo ad aprile 2013, con l'eccezione di Haynes che ha cominciato dopo. Per ogni mese di fieldwork lavoravamo tutti sullo stesso tema e poi facevamo circolare 5000 parole sul soggetto e ne discutevamo in video conferenza. All'inizio seguivamo un piano: il primo mese descrivevamo il sito, il secondo discutevamo del panorama dei social. Via via che passava il tempo, ci adattavamo agli imprevisti che trovavamo. Per esempio, avevamo stabilito di lavorare di più sulla morte e i processi di memorializzazione, ma molti siti di social media avevano relativamente poche persone anziane e questo fatto rendeva inutile stare un mese a osservare e a scrivere su questo tema. D'altro canto, un tema quale l'educazione, che in origine non avevamo programmato tra i nostri soggetti, cominciò chiaramente a diventare importante in tutti i siti, per cui vi abbiamo dedicato un mese. Sin dall'inizio eravamo d'accordo che ognuno avesse anche un tema individuale perché, ovviamente, potevano presentarsi argomenti di notevole importanza in un sito piuttosto che in un altro. Spyer, per esempio, avrebbe lavorato sulla mobilità sociale, Sinanan sul visuale.

Si potrebbe pensare che lavorare sugli stessi temi conduca a risultati simili e a ripetizioni. Abbiamo invece constatato il contrario. Durante la ricerca siamo stati sempre consapevoli di quanto ogni sito fosse diverso. Di norma, quando si fa un'etnografia, all'inizio tutto sembra strano e bisognevole di spiegazione. Dopo pochi mesi, tuttavia, si corre il rischio di dare le cose per scontate e esse diventano ovvie, per cui dimentichiamo che dobbiamo scriverne per spiegarle agli altri. Per questo progetto, il fatto di leggere reciprocamente il lavoro ci ricordava le differenze che bisognava spiegare. Talvolta c'erano comparazioni regionali: il dualismo del Pentecostalismo rispetto agli inferi, nel sito di Spyer, sembrava una versione estrema del dualismo del Carnevale contro i valori del Natale a Trinidad, forse perché entrambi i siti hanno una storia comune in termini di schiavitù e conversione religiosa. Riguardo al sito di McDonald ci si aspettava che mostrasse sia somiglianze sia differenze rispetto a quello di Wang. Il primo rappresentava la stabilità di lungo termine in fatto di valori e forma di residenza, quello di Wang la rottura del trasferimento alle industrie. Tuttavia c'erano ancora sorprese: per esempio, la differenza estrema di atteggiamento verso l'educazione, di importanza significativa nel sito rurale e scarsamente importante nel sito industriale.

Ancora una volta abbiamo imparato di non poter generalizzare da un singolo sito. Sinanan ha scoperto il concetto di “Facebook Fame” in relazione al suo sito di Trinidad in cui le persone avrebbero fatto qualunque cosa pur di diventare virali (per esempio, i combattimenti tra gli scolari), mentre Haynes, riguardo al suo sito del Cile del Nord, rilevava che le persone non avevano il minimo desiderio di quel tipo di fama; avrebbero provato imbarazzo per quel tipo di attenzione. Questo grado di variazione è più chiaramente espresso nella nostra lista di scoperte sul sito Why We Post ([www.ucl.ac.uk/why-we-post](http://www.ucl.ac.uk/why-we-post)). In ogni caso, le nostre principali generalizzazioni e domande sono compensate da nove commenti per ciascuno dei siti. Se si leggono, si vedrà che quasi sempre almeno uno dei siti è del tutto in disaccordo con specifiche generalizzazioni. Questo tipo di risultato è evidente anche nella nostre risposte alle dieci domande che costituiscono la gran parte di questo libro. Troveremo, per esempio, che in molti casi i social media non rappresentano un aumento dell'individualismo, anche se in pochi casi è esattamente questo che rappresentano.

Il più delle volte potremo vedere maggiori similarità se guardiamo a generi tipo memi, selfies, post indiretti<sup>10</sup> e così via, ma troveremo maggiori differenze se chiediamo cosa significhino esattamente, in ogni sito, termini quali privacy, amicizia, selfies. La comune lingua inglese può esagerare il grado di similarità. Per esempio, anche se il termine ‘amico’ ricorre in tutto il libro, fa ovviamente riferimento a termini diversi con diversi significati. Nel sito brasiliano il termine ‘*colegas*’ descrive le relazioni tra pari della stessa età e con lo stesso background socioeconomico; *colegas* implica un livello di competizione tra persone giovani che non si confa all'idea di solidarietà che la definizione occidentale di ‘amico’ comporta. Il problema del significato della parola ‘amico’ dunque non comincia con Facebook, ma con la Torre di Babele.

Dopo aver completato un anno di ricerca sul campo, il gruppo ha trascorso il mese di maggio del 2014 a Londra, per consolidare i risultati e pianificare. Successivamente, i ricercatori sono tornati sul campo per trascorrervi gli ultimi tre mesi, sino alla fine di settembre (a parte Haynes che ha iniziato e finito un po' dopo). Abbiamo poi deciso di continuare comparazioni esplicite scrivendo libri individualmente, tutti con gli stessi capitoli a eccezione del Capitolo 5 dedicato al tema specifico di ciascuno. Abbiamo inoltre notato quanto spesso i lavori sui social media siano privi di illustrazioni; pertanto, ogni libro contiene un Capitolo 3 ampiamente dedicato a illustrare e ad analizzare ciò che le persone postano.

Ci si aspetta che la maggior parte dei libri accademici siano in larga misura un dialogo con altri accademici. Il problema tuttavia risiede nel fatto che questo è di scarso interesse per chiunque non sia accademico o sia di diversa formazione disciplinare. Altri argomenti, come la storia, spesso rimandano questi dibattiti con altri accademici alle note a pie' di pagine o di chiusura, in modo da mantenere una narrazione chiara per il lettore. Abbiamo seguito il loro esempio. Nelle nostre nove monografie abbiamo fatto in modo che il testo principale fosse quanto più chiaro possibile riguardo alla descrizione e all'analisi dei 15 mesi di ricerca sul campo. A questo fine, la gran parte delle citazioni e delle discussioni di altri accademici sono nelle nostre note finali o compariranno in articoli su rivista. Molti di noi hanno anche deciso di scrivere una seconda monografia. Abbiamo sempre considerato il nostro tema come un telescopio. Possiamo usare la nostra etnografia per mettere a fuoco la natura dei social media. Possiamo anche usare i social media per ingrandire il focus verso l'esterno con una etnografia arricchita e ampliata. I libri pubblicati sino a ora rappresentano la prima strategia. I libri successivi saranno il risultato della seconda.

## Questioni etiche

Ci sono due forti impegni etici che riguardano la disseminazione di questa ricerca. Uno relativo al fatto che il nostro materiale doveva essere accessibile nelle lingue dei paesi dove abbiamo lavorato. L'altro, che alle persone di questi paesi, con basso reddito, non si doveva precludere la possibilità di leggerlo per ragioni di costi. Abbiamo scelto di lavorare con UCL Press, appena fondata, perché nata con l'impegno di offrire copie digitali open access con una Creative Common Licence, oltre a copie a stampa in vendita. Siamo stati anche molto felici di avere l'opportunità di creare un corso di lezioni libero on line (noto in gergo come MOOC) sulla piattaforma FutureLearn, sviluppata dalla UK Open University, e anche un sito web contenente il nostro materiale audiovisivo ([www.ucl.ac.uk/why-we-post](http://www.ucl.ac.uk/why-we-post)). In questi luoghi speriamo anche di sviluppare una presenza attiva di social media, per fornire ulteriori percorsi di discussione e per mostrare i nostri risultati. Qui si può commentare e contribuire al progetto. Attraverso la combinazione di queste diverse forme e di questi livelli di pubblicazione abbiamo anche provato a sviluppare una visione olistica di disseminazione della ricerca da accordare

con la natura olistica della ricerca etnografica.

Altre questioni etiche emerse da questo progetto hanno condotto a un insieme di procedure formali e considerazioni informali. Come stabilito dall'originaria assegnazione da parte dell'ERC, la nostra proposta di ricerca doveva in primo luogo essere approvata dal comitato etico dell'University College London, e in seguito dai comitati etici di tutti i paesi nei quali avremmo lavorato, prima di essere firmata dall'ERC stesso. Questo include la necessità di un consenso scritto e orale da parte dei partecipanti. È la burocrazia dell'etica. In pratica, la nostra prima preoccupazione è stata quella di assicurarsi che si spiegasse con chiarezza a quanti vi avrebbero preso parte la natura del progetto e come sarebbero state usate le informazioni ottenute da loro. Infine, la nostra regola etica di base è semplice: niente di ciò che facciamo deve danneggiare le persone implicate.

A dire il vero, la maggior parte del materiale raccolto non è problematico e la maggior parte delle persone non ha ragione di preoccuparsi se altri sanno che loro hanno postato un meme o cosa hanno mangiato a pranzo. In effetti, i nostri informatori nella stragrande maggioranza dei casi preferiscono essere identificati. Sentiamo, tuttavia, che essi possono non essere consapevoli del potenziale abuso nel trattamento dei loro dati personali; pertanto abbiamo collegialmente deciso di rigettare questa preferenza, tranne che per i lavori video per i quali l'identificazione è credibile. Tutti i nostri libri, invece, si basano su materiale reso anonimo. Questo significa che siamo liberi di cambiare particolari individuali, tipo il lavoro svolto o il luogo di nascita, ma soltanto nella misura in cui queste alterazioni siano del tutto irrilevanti rispetto al particolare punto preso in considerazione. Nei casi in cui il sito della ricerca è una città di più ampie dimensioni, come Mardin o Alto Hospicio, usiamo il nome reale, mentre per luoghi più piccoli siamo ricorsi a uno pseudonimo.

Nell'era corrente di Google e della ricerca online è del tutto possibile che un lettore trovi il nome reale dei nostri siti, anche se noi non confermeremo l'identificazione; l'unica ragione per l'anonimato riguarda chiaramente la protezione degli informatori, per cui se qualcuno facesse questo non potrebbe essere che per ragioni malevoli. In ogni caso, abbiamo introdotto livelli aggiuntivi di anonimato al livello personale. Quanto più riteniamo che l'informazione pubblicata potrebbe danneggiare un individuo, tanto più stringente è stato il processo di anonimizzazione, sia riguardo a noi sia riguardo ai nostri informatori. Gli inglesi, per esempio, ritengono rischioso

pubblicare la foto di un bambino, pertanto tutti i bambini inglesi pubblicati in *Visualising Facebook* sono stati parzialmente mascherati per tener conto di questo tipo di paure. In altri siti le persone non avevano invece questo tipo di preoccupazioni.

La questione maggiore dal punto di vista etico riguarda la protezione dei partecipanti da eventuali conseguenze negative. Ne deriva che pochi fanno riferimento all'altro lato della medaglia. Quali sono gli effetti positivi della ricerca? Lo scopo primario di questo lavoro è l'educazione, per diffondere la conoscenza riguardo all'uso e alle conseguenze dei social media nel mondo. Come capita, anche al livello del lavoro sul campo, la nostra esperienza ci dice che quasi inevitabilmente la gente ha piacere di parlare e trascorrere del tempo con gli antropologi; la natura informale di questa relazione implica che le persone si sentano libere sia di fare domande agli antropologi sia di rispondere alle loro. Talvolta, proprio perché *non* siamo la loro famiglia (né insegnanti o burocrati statali), le persone riescono a parlare in modo catartico delle cose che stanno loro a cuore, in un modo più profondo di quanto non possano fare con persone che 'conoscono' davvero.

Crediamo con passione ai benefici positivi dell'antropologia in sé. In un mondo in cui le persone hanno scarse opportunità di conoscere e apprezzare la diversità del mondo in cui viviamo, tendiamo a presumere che gli altri siano come noi più di quanto non sia realmente e abbiamo solo una minima idea di quanto strani si possa apparire loro. Noi speriamo che leggendo questo libro, e tutti gli altri di questa serie, i lettori riusciranno a comprendere meglio i social media e che cosa sono diventati adesso attraverso il loro diverso uso nel mondo. Soprattutto, tuttavia, speriamo che la lettura di questi libri da parte di persone di tutto il mondo renda queste maggiormente consapevoli degli altri e più empatiche. Questo imperativo positivo è il nocciolo della nostra etica e della stessa antropologia.