

Chapter Title: Note

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.19>

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.



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

Note

Capitolo 1

- 1 Nella versione inglese del volume gli autori hanno usato il singolare per riferirsi ai social media in generale e il plurale se il riferimento era specifico a social media come un ambito di piattaforme. Nella traduzione questo è stato modificato in base alle regole della lingua italiana [NdT].
- 2 Incluso D. Miller, parte del nostro gruppo di ricerca. Miller, D. 2011. *Tales from Facebook*. Cambridge: Polity Press.
- 3 Anche se in alcune aree WhatsApp spesso si usa per inviare messaggi vocali.
- 4 Lo studio della socialità ha una lunga storia. Il suo fondatore forse è stato il sociologo Georg Simmel, che agli inizi del Novecento tentò di elaborare le differenti caratteristiche delle diadi di due, le triadi di tre e le qualità più grandi di ciò che definiamo società o comunità. Si veda Simmel, G. Wol, K.H. 1950. *The Sociology of Georg Simmel*. Glencoe, IL: Free Press.
- 5 Madianou, M., Miller, D. 2012. *Migration and New Media*. London: Routledge.
- 6 Si veda anche Marwick, A., boyd, d. 2014. «Networked privacy: How teenagers negotiate context in social media». *New Media & Society*, 16(7): 1051-1067.
- 7 Il materiale di comparazione è disponibile nei dettagli nelle rispettive nove monografie e anche in un altro volume della serie intitolato *Visualising Facebook*, che compara in modo sistematico i post visivi in Inghilterra e a Trinidad.
- 8 Miller, D., Sinanan, J. 2014. *Webcam*. Cambridge: Polity Press. Capitolo uno.
- 9 Goffman, E. 1959. *The Presentation of the Self in Everyday Life*. Garden City, NY: Anchor Books.

Capitolo 2

- 1 La scelta di tenere il nome minuscolo è dell'autrice
- 2 Non significa ignorare decenni di lavoro precedente sulla comunicazione mediata dal computer, ma semplicemente riconoscere il momento in cui tale lavoro sembrò realmente il punto di partenza per lo studio specifico dei siti di social networking.
- 3 boyd, d., Ellison, N.B. 2007. «Social Network Sites: Definition, History and Scholarship», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1): 211-230.
- 4 boyd, d. 2014. *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven, CT; London: Yale University Press: 6-14.
- 5 Quando l'espressione "siti di social networking" prevaleva c'era forse anche un focus

- maggiore su approcci riguardanti il networking, per esempio Papacharissi, Z., ed. 2011. *A Networked Self*. London: Routledge.
- 6 boyd, d., Ellison, N.B. 2007. «Social Network Sites: Definition, History and Scholarship», *Journal of Computer-Mediated Communication* 13(1): 211-230.
 - 7 Weller, K. *et al.*, eds. 2013. *Twitter and Society*. New York: Peter Lang. Si vedano in particolare i saggi di Rodgers, Schmidt, Bruns e Moe e di Halavais.
 - 8 Non abbiamo la tentazione di definirli “network privati”.
 - 9 Van Dijck, J. 2013. *The Culture of Connectivity*. Oxford: Oxford University Press.
 - 10 Per esempio Graham, M., Dutton, W., eds. 2014. *Society and the Internet*. Oxford: Oxford University Press. L'introduzione offre una breve guida a ciò che insegna la storia degli studi di internet e un sommario degli ambiti chiave più importanti.
 - 11 Si veda, per esempio, Miller, D., Slater, D. 2000. *The Internet: An Ethnographic Approach*. Oxford: Berg.
 - 12 Miller, D., Slater, D. 2000. *The Internet: An Ethnographic Approach*. Oxford: Berg.
 - 13 <http://www.danah.org/researchBibs/sns.php>
 - 14 Non abbiamo citato fonti per queste figure solo perché non sappiamo se c'è una qualche fonte autorevole che possa essere affidabile. Invece abbiamo preferito “browsizzare” internet alla ricerca di quelle che si possono definire figure “tipiche” di base su diversi siti. Le nostre immagini per questo riflettono un internet visivo “generico” per come si presentava nei mesi di maggio e giugno del 2015.
 - 15 C'è un riferimento bibliografico al sito cinese di Renren: Qiu, L., Lin, H., Leung, A. K.-y. 2013. «Cultural Differences and Switching of In-Group Sharing Behavior Between an American (Facebook) and a Chinese (Renren) Social Networking Site», *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 44(1): 106-121.
 - 16 Non siamo a conoscenza di una bibliografia di riferimento comparabile in lingua cinese.
 - 17 boyd, d., Ellison, N.B. 2007. «Social Network Sites: Definition, History and Scholarship», *Journal of Computer-Mediated Communication* 13(1): 210-230
 - 18 Hjorth, L. 2009. «Gifts of Presence: A Case Study of a South Korean Virtual Community, Cyworld's Mini-Hompy», *Internationalising the Internet*. Goggin, G., McLelland, M., eds. 237-251. London: Routledge. Hjorth, L. 2010. «The Game of Being Social: Web 2.0, Social Media, and Online Games», *Iowa Journal of Communication* 42(1): 73-92.
 - 19 Chambers, D. 2013. *Social Media and Personal Relationships: Online Intimacies and Networked Friendship*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. Mehdizadeh, S. 2010. «Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook», *Cyberpsychology, Behaviour and Social Networking*, 13(4): 357-364. Rainie, L., Wellman, B. 2012. *Networked*. Cambridge, MA: The MIT Press.
 - 20 Per esempio, Fuchs, C. 2013. *Social Media: A Critical Introduction*. London: Sage
 - 21 Come possono gli antropologi, per esempio Gershon, I. 2011. «Un-Friend My Heart: Facebook, Promiscuity and Heartbreak in a Neoliberal Age», *Anthropological Quarterly* 84(4): 865-894.
 - 22 De Tocqueville, A. 1994 (1840). *Democracy in America*. London: David Campbell.
 - 23 Xiong, C., Lv, Y. 2013. «Social Network Service and Social Development in China», *Studies in Communication Sciences*, 13(2): 133-138.
 - 24 A novembre del 2014 Renren aveva 45 milioni di utenti attivi ogni mese secondo <http://>

- www.chinainternetwatch.com/10928/renren-q3-2014/, e nel 2015 WeChat ne aveva 600 milioni e QQ 843 milioni secondo <http://www.chinainternetwatch.com/14304/wechat-maus-reached-600-million-in-q2-2015/>.
- 25 In questo libro una app su uno smartphone può essere una piattaforma di social media che non occorre presentare come un sito.
 - 26 Ci sono molti libri sullo sviluppo della rete, il web e la Silicon Valley, per esempio Naughton, J. 2012. *From Gutenberg to Zuckerberg*. London: Quercus.
 - 27 Come indicato in precedenza queste si basano su “tipiche” immagini online tratte da diversi siti nel periodo maggio/giugno 2015.
 - 28 Un libro come *Twitter and Society* (Weller, K. *et al.*, eds. 2013. New York: Peter Lang) mostra mediante la varietà dei suoi capitoli la tensione fra il desiderio di studiare una piattaforma nella sua ragione d’essere e il riconoscimento sia che tale piattaforma si è diversificata ormai in molti usi differenti e relative conseguenze sia che è sempre di più il prodotto dei suoi utenti.
 - 29 Miller, D. 2011. *Tales from Facebook*. Cambridge: Polity Press.
 - 30 Per uno dei pochi tentativi di osservare in modo sistematico questi processi e l’impatto dei media si veda Rantanen, T. 2005. *The Media and Globalization*. New York: Sage.
 - 31 Questa rassegna certamente è carente nel senso che tiene conto solo delle pubblicazioni in inglese, pur riconoscendo che esistono molti studi locali significativi nella lingua propria del luogo considerato.
 - 32 Non siamo qualificati per valutare tale lavoro.
 - 33 Per esempio, Ellison, N.B., Steinfield, C., Lampe, C. 2007. «The Benefits of Facebook “Friends”: Exploring the Relationship between College Students’ Use of Online Social Networks and Social Capital», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(3), 1143-1168.
 - 34 boyd, d., Ellison, N.B. 2007. «Social Network Sites: Definition, History and Scholarship», *Journal of Computer-Mediated Communication* 13(1): 211.
 - 35 boyd, d. 2008. «Facebook’s Privacy Trainwreck: Exposure, Invasion, and Social Convergence», *Convergence* 14(1): 13-20. Livingstone, S. 2008. «Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation: Teenagers’ Use of Social Networking Sites for Intimacy, Privacy and Self-expression», *New Media & Society* 10(3): 393-411.
 - 36 boyd, d., Ellison, N.B. 2007. «Social Network Sites: Definition, History and Scholarship», *Journal of Computer-Mediated Communication* 13(1): 211.
 - 37 Una guida a molti di questi si può trovare in Wilson, R., Gosling, S., Graham, L. 2012. ‘A Review of Facebook Research in the Social Sciences.’ *Perspectives on Psychological Science* 7 (3): 203-220.
 - 38 Baym, N. 2010. *Personal Connections in the Digital Age*. Cambridge: Polity Press.
 - 39 Chambers, D. 2013. *Social Media and Personal Relationships: Online Intimacies and Networked Friendship*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
 - 40 Noor Al-Deen, H., Hendricks, J., eds. 2012. *Social Media: Usage and Impact*. Lanham, MD: Lexington Books.
 - 41 Per un esempio recente si veda Lenhart, A. 2015. «Teens, Social Media & Technology Overview» <http://www.pewinternet.org/2015/04/09/teens-social-media-technology-2015/>
 - 42 Per esempio Adorno, T.W., Horkheimer, M. 2002. *Dialectic of Enlightenment*. Stanford,

- CA: Stanford University Press.
- 43 Fuchs, C. 2013. *Social Media: A Critical Introduction*. London: Sage.
 - 44 Per esempio Hunsiger, J., Senft, T., eds. 2014. *The Social Media Handbook*. New York: Routledge.
 - 45 Per esempio Hanna, R., Rohm, A., Crittenden, V. L. 2010. «We're All Connected: The Power of the Social Media Ecosystem», *Business Horizons*, 54(3): 265-273. Jussila, J., Kärkkäinen, H., Leino, M. 2011. «Benefits of Social Media in Business-to-Business Customer Interface in Innovation», *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments*: 167-174. Mangold, W.G., Faulds, D.J. 2009. «Social Media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix», *Business Horizons* 52(4): 357-365. Culnan, M.J., McHugh, P.J., Zubillaga, J.I. 2010. «How Large US Companies Can Use Twitter and Other Social Media to Gain Business Value», *MIS Quarterly Executive* 9(4): 243-259.
 - 46 Lomborg, S. 2014. *Social Media, Social Genres: Making Sense of the Ordinary*. New York: Routledge. Si vedano anche Jones, G., Schiefflin, B., Smith, R. 2011. «When Friends Who Talk Together Stalk Together: Online Gossip as Meta Communication», in Thurlow, C., Mroczek, K., eds. *Digital Discourse: Language in the New Media*. Oxford: Oxford University Press: 26-47.
 - 47 McLaughlin, C., Vitak, J. 2012. «Norm Evolution and Violation on Facebook», *New Media & Society* 14(2): 299-315.
 - 48 Le curatele spesso offrono la giustapposizione di casi da differenti parti del mondo, per esempio Alev Degim, I., Johnson, J., Fu, T., eds. 2015. *Interpersonal Interactions Across Borders*. Amsterdam: Institute of Network Cultures.
 - 49 boyd, d. 2014. *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven; London: Yale University Press: 6-14. Clark, L.S. 2013. *The Parent App*. Oxford: Oxford University Press. Ito, M. et al. 2010. *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out*. Cambridge, MA: The MIT Press. Livingstone, S. 2009. *Children and the Internet*. Cambridge: Polity Press. Livingstone, S., Sefton-Green, J. 2016. *The Class: Connections and Disconnections in the Digital Age*. New York: New York University Press.
 - 50 Levine, G., ed. 1971. *Georg Simmel on Individuality and Social Forms*. Chicago: Chicago University Press.
 - 51 Castells, M. 1996. *The Rise of the Network Society, The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. I. Oxford: Blackwell. Castells, M. 2000. *The Information Age: Economy, Society and Culture*, edizione aggiornata, vol. I. Oxford: Blackwell.
 - 52 Castells, M. 1996. *The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. I. Oxford: Blackwell: 370.
 - 53 Miller, D., Slater, D. 2000. *The Internet: An Ethnographic Approach*. Oxford: Berg. Askew, K., Wilk, R. 2002. *Anthropology of Media: A Reader*. Oxford: Blackwell. Postill, J. 2008. «Localizing the Internet Beyond Communities and Networks», *New Media & Society* 10(3): 413-431.
 - 54 Rainie, L., Wellman, B. 2012. *Networked*. Cambridge, MA: The MIT Press.
 - 55 Si veda il Capitolo 12.
 - 56 Si veda il Capitolo 7.
 - 57 Boase, J., Wellman, B. 2006. «Personal Relationships: On and Off the Internet», in Perlman, D., Vangelisti, A., eds. *Handbook of Personal Relations*. Cambridge: Cambridge

University Press.

- 58 Godelier, M. 2012. *The Metamorphosis of Kinship*. London: Verso.
- 59 Mauss, M. 1966. *The Gift*. London: Cohen and West.
- 60 Un focus sulle normative è naturalmente riconosciuto da altre discipline, per esempio i *media studies*. Couldry, N. 2015. «Social Media: Human Life», *Social Media + Society* 1(2).
- 61 Bourdieu, P. 1972. *Outline to a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- 62 Askew, K., Wilk, R. 2002. *Anthropology of Media: A Reader*. Oxford: Blackwell. Ginsburg, F., Abu-Lughod, L., Larkin, B., eds. 2002. *Media Worlds*. Berkeley, CA: University of California Press.
- 63 Per esempio <http://www.media-anthropology.net/>.
- 64 Coleman, G. 2010. «Ethnographic Approaches to Digital Media», *Annual Review of Anthropology* 39: 487-505. Horst, H., Miller, D., eds. *Digital Anthropology*. Oxford: Berg.
- 65 Landzelius, K., ed. 2006. *Native on the Net*. London: Routledge.
- 66 Bernal, V. 2014. *Nation as Network*. Chicago: University of Chicago Press.
- 67 Greschke, H. 2012. *Is There a Home in Cyberspace?: The Internet in Migrants' Everyday Life and the Emergence of Global Communities*. London: Routledge.
- 68 Oosterbaan, M. 2010. «Virtual Migration. Brazilian Diasporic Media and the Reconfigurations of Place and Space», *Revue Européenne des Migrations Internationales* 26(1): 81-102. Oosterbaan, M. 2010. «Virtual Re-evangelization: Brazilian Churches, Media and the Postsecular City», in Beaumont, J., Molendijk, A., Jedan, C., eds., *Exploring the Postsecular: The Religious, The Political, the Urban*, Leiden: Brill, 281-308. Schrooten, M. 2012. «Moving ethnography online: Researching Brazilian migrants' online togetherness», *Ethnic and Racial Studies* 35(10): 1794-1809. McKay, D. 2011. «On the Face of Facebook: Historical Images and Personhood in Filipino Social Networking», *History and Anthropology* 21(4): 483-502. Nur Muhammad, R., Horst, H.A., Papoutsaki, E., Dodson, G. 2015. «Uyghur Transnational Identity on Facebook: On the Development of a Young Diaspora» *Identities* 23(4): 485-499.
- 69 Postill, J. 2008. «Localizing the Internet Beyond Communities and Networks», *New Media & Society* 10(3): 413-431.
- 70 Coleman, G. 2012. *Coding Freedom: The Ethics and Aesthetics of Hacking*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- 71 Uimonen, P. 2012. *Digital Drama*. New York: Routledge.
- 72 Rappresenta un'eccezione Barendregt, B. 2012. «Diverse Digital Worlds», in Horst, H., Miller, D., eds. *Digital Anthropology*. Oxford: Berg, 203-224.
- 73 Boellstor, T. 2008. *Coming of Age in Second Life*. Princeton, NJ: Princeton University Press. Si veda anche Hine, C. 2000. *Virtual Ethnography*. London: Sage.
- 74 Information and Communication Technologies for Development.
- 75 Per esempio, Tacchi, J. 2012. «Digital Engagement», in Horst, H., Miller, D., eds. *Digital Anthropology*. London: Berg, 225-241.
- 76 Per esempio, Van Dijk, J.A.G.M. 2013. «Inequalities in the Network Society», in Orton-Johnson, K., Prior, N., eds. *Digital Sociology*. London: Palgrave Macmillan.

- 77 Per esempio, Graham, M. 2014. «Internet Geographies: Data Shadows and Digital Divisions of Labour», in Graham, M., Dutton, W., eds. *The Internet and Society*. Oxford: Oxford University Press, 99-116.
- 78 Dalsgaard, S. 2008. «Facework on Facebook: The presentation of Self in Virtual Life and its Role in the US Elections», *Anthropology Today* 24(6): 8-12. Kuntsman, A., Stein, R. 2015. *Digital Militarism: Israel's Occupation in the Social Media Age*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- 79 Broadbent, S. 2011. *L'Intimité au Travail*. Paris: Fyp Editions. Gershon, I. 2010. *Breakup 2.0: Disconnecting Over New Media*. Cornell: Cornell University Press.
- 80 Per esempio, Rangaswamy, N., Arora, P. 2015. «The Mobile Internet in the Wild and Every Day: Digital Leisure in the Slums of Urban India», *International Journal of Cultural Studies*. Kumar, N. 2014. «Facebook for Self-empowerment? A Study of Facebook Adoption in Urban India», *New Media & Society* 16(7): 1122-1137.
- 81 Per esempio, Gingrich, A., Fox, R. G., eds. 2002. *Anthropology, By Comparison*. London: Routledge. Holy, L., ed. 1987. *Comparative Anthropology*. Oxford and New York: Blackwell.
- 82 Il relativismo culturale è la pratica di valutare il comportamento umano nei termini del contesto culturale locale.

Capitolo 3

- 1 Costa, E. 2016. *Social Media in Southeast Turkey*, London: UCL Press.
- 2 Soprattutto in ambito commerciale.
- 3 Miller ha vissuto vicino al suo terreno di ricerca, ma vi era presente per la maggior parte del tempo.
- 4 Miller, D. 1996. *A Theory of Shopping*. Cambridge: Polity Press.
- 5 Insieme a Ciara Green. Uno strano uomo che bussa alla porta da solo in Inghilterra potrebbe rivelarsi una tecnica di ricerca molto inefficace.
- 6 Con l'eccezione di Miller, D., Sinanan, J. 2017. *Visualizing Facebook*. London: UCL Press.
- 7 Per esempio Kala Shreen del *Center for Creativity, Heritage and Development*, Chennai, per i nostri film relativi all'India.
- 8 www.ucl.ac.uk/why-we-post.
- 9 Boellstorff, T., Nardi, B., Pearce, C., Taylor, T. 2012. *Ethnography and Virtual Worlds: A Handbook of Method*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- 10 Con indiretto si intende un post che sembra essere diretto a un individuo senza specificare chi sia.

Capitolo 4

- 1 Siamo tuttavia consapevoli che si tratta di un campione piccolo. Come emerge dalle conclusioni di questo capitolo, pensiamo che questi numeri siano più importanti per difender-

- si dal tipo di generalizzazioni che troviamo in letteratura (tutte le persone fanno questo o quello nei social media) piuttosto che come base per una generalizzazione a tutti gli effetti.
- 2 Laddove uno specifico sito non sia incluso nella carta o nella tavola, questo è dovuto al fatto che si aveva un numero troppo basso di risposte a una data domanda. Ci sono casi in cui le percentuali all'interno del sito potrebbero collocarsi al 99% o al 101% invece che al 100%. Ciò è dovuto all'arrotondamento dei punti decimali al numero intero più vicino.
 - 3 McDonald, T. 2016. *Social Media in Rural China*. London: UCL Press.
 - 4 Dati che derivano da una inchiesta indipendente di Wang su 238 migranti rurali nella Cina industriale.
 - 5 Il blog di Spyer su questo è: <http://blogs.ucl.ac.uk/global-social-media/2014/08/31/thequalitative-insights-we-get-from-applying-questionnaires/>.
 - 6 Miller, D. 2011. *Tales from Facebook*. Cambridge: Polity Press.
 - 7 Un'inchiesta indipendente condotta da Xinyuan Wang tra 200 utenti di smartphone nel sito della Cina industriale.
 - 8 Maggiori particolari sull'impegno delle persone in relazione al commercio si trovano nel Capitolo 6, specificamente dedicato all'argomento.
 - 9 McDonald, T. 2016. *Social Media in Rural China*. London: UCL Press. Wang, X. 2016. *Social Media in Industrial China*. London: UCL Press.
 - 10 Miller, D. 2011. *Tales from Facebook*. Cambridge: Polity Press.
 - 11 Bernard, H.R. 2011. *Research methods in anthropology: Qualitative and quantitative approaches*. Lanham, MD: Altamira Press.
 - 12 Per ragioni etiche le risposte a tutte le nostre inchieste sono state rese anonime.
 - 13 I libri della serie Why We Post, come elencati alla fine di questo volume.
 - 14 Anche se sarà evidente sin da ora il fatto che spesso ci siamo sbagliati.

Capitolo 5

- 1 Buckingham, D. 2003. *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press.
- 2 Ito, M., Horst, H., Bittanti, M., boyd, d., Herr-Stephenson, B., Lange, P. G., Pascoe, C. J., Robinson, L. 2008. *Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project*. Cambridge, MA: The MIT Press. Ito, M. et al. 2010. *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- 3 Gli antropologi hanno spesso lanciato questa sfida tra apprendimento formale e informale. Si veda, per esempio: Borofsky, R. 1987. *Making History: Pukapukan and Anthropological Constructions of Knowledge*. Cambridge: Cambridge University Press. Akinnaso, F.N. 1992. «Schooling, Language and Knowledge in Literate and Nonliterate societies», *Comparative Studies in Society and History* 34: 68-109.
- 4 Lange, P. 2014. *Kids on YouTube*. Walnut Creek, CA: Left Coast Press.
- 5 Wesch, M. 2008. 'An Anthropological Introduction to YouTube.' YouTube, 26 July 2008. http://www.youtube.com/watch?v=TPAO-IZ4_hU, (accesso 14 settembre 2014).

- 6 Scobie, W. 2011. «An Anthropological Introduction to YouTube by Michael Wesch», *American Anthropologist* 113(4): 661-662.
- 7 Un contributo chiave all'antropologia dell'apprendimento viene dai lavori di Jean Lave. Si veda: Lave, J. 1993. *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*. Cambridge: Cambridge University Press. Particolarmente influente a proposito dell'apprendimento informale online è Wenger, E. 1998. *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity*. Cambridge: Cambridge University Press. Si veda anche, per esempio, Kimble, C., Hildreth, P.M., Bourdon, I., eds. 2008. *Communities of Practice: Creating Learning Environments for Educators*. Charlotte, NC: Information Age.
- 8 Ito, M., Horst, H., Bittanti, M., boyd, d., Herr-Stephenson, B., Lange, P. G., Pascoe, C. J., Robinson, L. 2008. *Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- 9 boyd, d. 2014. *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven, CT; London: Yale University Press.
- 10 Clark, L.S. 2013. *The Parent App*. Oxford: Oxford University Press.
- 11 Livingstone, S., Sefton-Green, J. 2016. *The Class: Connections and Disconnections in the Digital Age*. New York: New York University Press.
- 12 Si vedano, per esempio: Cross, M. 2011. *Bloggerati, Twitterati: How Blogs and Twitter are Transforming Popular Culture*. Santa Barbara, CA: Praeger. Wallis, C. 2013. *Technomobility in China: Young Migrant Women and Mobile Phones*. New York; London: New York University Press.
- 13 Livingstone, S., Mascheroni, G., Ólafsson, K., Haddon, L., with EU Kids Online and Net Children Go Mobile. 2014. «Children's Online Risks and Opportunities: Comparative Findings from EU Kids Online and Net Children Go Mobile», novembre 2014. <http://eprints.lse.ac.uk/60513/>. Hasebrink, U., Livingstone, S., Haddon, L. 2008. *Comparing Children's Online Opportunities and Risks across Europe: Cross-National Comparisons for EU Kids Online*. 2nd edition. <http://eprints.lse.ac.uk/24368/>.
- 14 È importante sottolineare che questa 'regola generale' di comparazione dello sviluppo economico riguarda i nostri siti di ricerca e non i paesi in cui essa si è svolta.
- 15 Si vedano, per esempio: Fong, V.L. 2004. *Only Hope: Coming of Age under China's One-child Policy*. Stanford, CA: Stanford University Press. Kipnis, A. B. 2011. *Governing Educational Desire: Culture, Politics, and Schooling in China*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- 16 Di default, gli utenti di Snapchat non sono capaci di inoltrare questo tipo di immagini. Tuttavia, molti utenti sanno che possono prendere facilmente le immagini di Snapchat ricevute e poi inoltrarle attraverso la funzione del cellulare 'built-in screen capture'.
- 17 Smith, P. K., Brain, P. 2000. «Bullying in Schools: Lessons from Two Decades of Research», *Aggressive Behavior* 26(1): 1-9.
- 18 Hull, G., Schultz, K. 2002. *School's Out: Bridging Out-of-school Literacies with Classroom Practice*. New York, NY: Teachers College Press.
- 19 Street, B. 2003. «What's "New" in New Literacy Studies? Critical Approaches to Literacy in Theory and Practice», *Current Issues in Comparative Education* 5(2): 77-91.
- 20 Potter, J. 2011. «New Literacies, New Practices and Learner Research: Across the Semi-Permeable Membrane between Home and School», *Lifelong Learning in Europe* (3): 174-180.

- 21 Filmati che illustrano questo esempio si possono trovare su: www.ucl.ac.uk/why-we-post.
- 22 Si tratta di gruppi formati dalla scuola per incoraggiare e organizzare la partecipazione dei genitori nella gestione della scuola stessa.

Capitolo 6

- 1 Adorno, T.W. 1991. «Free time», in Bernstein, J.M., ed. *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*. London: Routledge, 162-170. Broadbent, S. 2011. *L'Intimité au Travail*. Paris: Fyp Editions. Grint, K. 2005. *The Sociology of Work: Introduction*. Cambridge: Polity Press.
- 2 Broadbent, S. 2012. «Approaches to Personal Communication», in Horst, H., Miller, D., eds. *Digital Anthropology*: 127-45. London, Oxford: Berg.
- 3 Baba, M.L. 1998. «The Anthropology of Work in the Fortune 1000: A Critical Retrospective», *Anthropology of Work Review* 18(4): 17-28. Jordan, A. 2003. *Business Anthropology*. Long Grove: Waveland Press. Ortiz, S. 1994. «Work, the Division of Labour and Co-operation», in Ingold, T., ed. *Companion Encyclopedia of Anthropology*. London: Taylor & Francis. Wallman, S., ed. 1979. *Social Anthropology of Work*. Vol. 19. London: Academic Press.
- 4 Holmström, M. 1976. *South Indian Factory Workers: Their Life and Their World*. Cambridge: Cambridge University Press. Vidyarthi, L.P., ed. 1984. *Applied Anthropology in India: Principles, Problems, and Case Studies*. New Delhi: Kitab Mahal.
- 5 De Neve, G. 2005. *The everyday Politics of Labour: Working Lives in India's Informal Economy*. Oxford: Berghahn Books. Holmström, M. 1976. *South Indian Factory Workers: Their Life and Their World*. Cambridge: Cambridge University Press.
- 6 Vedi Figura 4.21.
- 7 <https://press.linkedin.com/about-linkedin> (accesso 28 agosto 2015).
- 8 L'espressione italiana per 'artisanal business', imprese artigiane, comprende molto di più che artigianato, e include ogni tipo di attività eseguita a mano, dall'agricoltura all'idraulica, dalla ceramica all'acconciatura.
- 9 boyd, d. 2014. *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven, CT; London: Yale University Press.
- 10 Fuller, C. J., Narasimhan, H. 2007. «Information Technology Professionals and the New-rich Middle Class in Chennai (Madras)», *Modern Asian Studies* 41(1): 121-150. Nisbett, N. 2009. *Growing Up in the Knowledge Society: Living the IT Dream in Bangalore*. New Delhi: Routledge.
- 11 <http://blogs.ucl.ac.uk/global-social-media/2013/11/24/what-will-we-learn-from-the-fall-of-facebook/>
- 12 È solo una supposizione, ma forse il motivo di questa attenzione limitata è una sorta di consapevolezza che se un'azienda dovesse davvero offenderli ci sarebbero sempre più alternative disponibili.
- 13 Un'espansione del codice a barre che proliferò in molti settori (persino quello delle pietre tombali) per un po' di tempo: <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/05/>

- qr-codes-for-the-dead/370901/.
- 14 Lee, K., Kim, J. H., Woo, W. T., eds. 2009. *Power and Sustainability of the Chinese State*. New York: Routledge.
 - 15 http://www.nytimes.com/2008/07/26/business/worldbusiness/26internet.html?_r=0.
 - 16 Che è anche lì perché la nostra inchiesta lì mostra come pubblicità “liking”, anche se non acquistano poi il prodotto. Per ulteriori dettagli si veda la discussione della Fig. 4.19 riportata sopra.
 - 17 Goldfarb, A., Tucker, C. 2011. «Online Display Advertising: Targeting and Obtrusiveness», *Marketing Science* 30(3): 389-404.
 - 18 Questo non è così evidente dalla Fig. 4.19, ma la domanda posta era leggermente diversa. In ogni caso abbiamo inteso le prove etnografiche raccolte per 15 mesi come di gran lunga più autorevoli delle risposte a una survey superficiale.
 - 19 È il soggetto di uno dei nostri film su: ucl.ac.uk/why-we-post.
 - 20 Soggetto di un altro film su: ucl.ac.uk/why-we-post.
 - 21 Lo stiamo osservando dalla prospettiva degli utenti quotidiani. Riconosciamo che per un'azienda che paga molto poco la pubblicità sui social media, anche un utilizzo proporzionalmente debole può avere un valore.
 - 22 Si veda anche Chu, J.Y. 2010. *Cosmologies of Credit: Transnational Mobility and the Politics of Destination in China*. Durham, NC: Duke University Press.
 - 23 Staord, C. 1995. *The Roads of Chinese Childhood: Learning and Identification in Angang*. Cambridge; New York: Cambridge University Press.
 - 24 <http://www.wantchinatimes.com/news-subclass-cnt.aspx?id=20140205000127&cid=1102>.
 - 25 Zelizer, V. 2011. *Economic Lives*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
 - 26 McKay, D. 2007. «Sending Dollars Shows Feeling: Emotions and Economies in Filipino Migration», *Mobilities* 2(2): 175-194.
 - 27 Queste non dovrebbero quindi essere confuse con altre nuove pratiche digitali di commercio come Airbnb o Uber, che in tutto e per tutto stanno usando le stesse funzioni digitali per guadagnare denaro.
 - 28 Sahlins, M. 1972. *Stone Age Economics*. Chicago: Aldine-Atherton.

Capitolo 7

- 1 Si veda Prensky, M. 2001. «Digital Natives, Digital Immigrants», *On the Horizon* 9(5): 1-6.
- 2 Si veda Miller, D., Slater, D. 2000. *The Internet: An Ethnographic Approach*. Oxford: Berg.
- 3 Si veda il dibattito più articolato sul timore della società verso le nuove tecnologie in Marvin, C. 1988. *When Old Technologies were New*. New York: Oxford University Press.
- 4 Platone 2008 (360 BC). *Phaedrus*. Charleston, SC: Forgotten Books.
- 5 Si veda Turkle, S. 2011. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.

- 6 Si veda Carr, N. 2011. *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*. New York: W.W. Norton & Company.
- 7 Horst, H., Miller, D., eds. 2012. *Digital Anthropology*. London: Berg, 11-15. Vedi anche, Butler, J. 1990. *Gender Trouble*. New York: Routledge. Baker, L.D. 1998. *From Savage to Negro: Anthropology and the Construction of Race*. Los Angeles, CA: University of California Press.
- 8 Miller, D., Sinanan, J. 2014. *Webcam*. Cambridge: Polity Press.
- 9 Si veda la discussione dei concetti chiave usati per analizzare modalità differenti della connessione personale in Baym, N. 2010. *Personal Connections in the Digital Age*. Cambridge: Polity Press, 6-12.
- 10 Si veda Goffman, E. 1975. *Frame Analysis*. Harmondsworth: Penguin.
- 11 Si veda Aarsand, P.A. 2008. «Frame Switches and Identity Performances: Alternating Between Online and Offline», *Text & Talk*. 28(2): 147-165.
- 12 Lomborg, S. 2014. *Social Media, Social Genres: Making Sense of the Ordinary*. London: Routledge.
- 13 Su Facebook è possibile, ma tale funzione non è molto usata dai nostri informatori.
- 14 Si veda Yan, Y. 1996. *The Flow of Gifts: Reciprocity and Social Networks in a Chinese Village*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- 15 In Cina si può anche usare la funzione gruppo di QQ ('QQ qun'), simile a quella di WhatsApp, che consiste nell'usare i contatti offline per creare gruppi di conversazione online. Come con WhatsApp, ciò permette di avere una varietà di gruppi definiti – più in linea con il modo in cui ci relazioniamo agli amici offline.
- 16 Si veda la discussione della "socialità modulabile" nel Capitolo 1 di questo volume.
- 17 Si veda Jankowiak, W. 2002. «Proper Men and Proper Women: Parental Affection in the Chinese Family», in Brownell, S., Wasserstrom, J., eds. *Chinese Femininities/Chinese Masculinities: A Reader*. Berkeley, CA: University of California Press, 361-381.
- 18 Miller, D. 2015. «The Tragic Dénouement of English Sociality», *Cultural Anthropology* 30(2): 336-357. È anche l'argomento principale in Miller, D. 2016. *Social Media in an English Village*. London: UCL Press.
- 19 Si veda Broadbent, S. 2012. «Approaches to Digital Communication», in Horst, H., Miller, D., eds. *Digital Anthropology*. London: Berg, 127-145.
- 20 Broadbent, S. 2012. «Approaches to Digital Communication» in Horst, H., Miller, D., eds. *Digital Anthropology*. London: Berg, 127-145.
- 21 Vedi la Figura 4.2.
- 22 Queste generalizzazioni variano in base alla variabilità del tipo di uso delle piattaforme. Le persone non si preoccupano tanto dei follower su Twitter o su Instagram, che non si considerano come delle vere e proprie connessioni sociali. Si preoccupano, invece, quando accade qualcosa su piattaforme in cui c'è la connotazione personale delle relazioni.
- 23 Argomento centrale in McDonald, T. 2016. *Social Media in Rural China*. London: UCL Press.
- 24 Il modo in cui i social media hanno agevolato la trasformazione delle reti sociali delle persone e la creazione di forme di socialità individuali è un argomento chiave in Costa, E. 2016. *Social Media in Southeast Turkey*. London: UCL Press.
- 25 Si veda Sennett, R. 1977. *The Fall of Public Man*. New York: Knopf.

- 26 Si veda Giddens, A. 1991. *Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.
- 27 Goffman, E. 1975. *Frame Analysis*. Harmondsworth: Penguin. Si veda anche Brubaker, R., Cooper, F., 2000. «Beyond "Identity"», *Theory and Society*, 29: 1-47.
- 28 Si veda il Capitolo 11.
- 29 Si veda Miller, D. 2011. *Tales from Facebook*. Cambridge: Polity Press.
- 30 Si veda l'analisi dettagliata in Wang, X. 2016. *Social Media in Industrial China*. London: UCL Press.
- 31 Si veda Bargh, J.A. et al. 2002. «Can You See the Real Me? Activation and Expression of the "True Self" on the Internet», *Journal of Social Issues* 58(1): 33-48.
- 32 Per una critica complessiva di quest'idea che le tecnologie digitali riducono la nostra umanità si veda Miller, D., Sinanan, J. 2014. *Webcam*. Cambridge: Polity Press, Capitolo 1.
- 33 Turkle, S. 1997. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon and Schuster.
- 34 Si veda Baym, N. 1999. *Tune In, Log On: Soaps, Fandom, and Online Community*. New York: Sage.
- 35 Si veda Hampton, K., Wellman, B. 2003. «Neighboring in Netville: How the Internet Supports Community and Social Capital in a Wired Suburb», *City and Community* 2(4): 277-311.
- 36 Si veda Livingstone, S. 2008. «Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation: Teenagers' Use of Social Networking Sites for Intimacy, Privacy and Self-expression», *New Media & Society* 10: 393-411.

Capitolo 8

- 1 Rheingold, H. 1993. *Virtual Community: Homesteading in the Electronic Frontier*. New York: Addison-Wesley. Turkle, S. 1997. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon and Schuster.
- 2 Plant, S. 1997. *Zeros and Ones: Digital Women and the New Technoculture*. London: Fourth Estate.
- 3 Fra gli altri, si veda Haraway, D. 1991. «A Cyborg Manifesto: Science, Technology and Social Feminism in the Late Twentieth Century», in *Simians, Cyborgs and Women: The reinvention of Nature*. New York: Routledge.
- 4 Ortner, S.B. 1972. «Is Female to Male as Nature Is to Culture?», *Feminist Studies* 1(2): 5-31.
- 5 Castells, M. 1997. *The Power of Identity. The Information Age: Economy, Society and Culture Vol II*. Cambridge, MA; Oxford: Blackwell. Shade, L. R. 2002. *Gender and Community in the Social Construction of the Internet*. New York: Peter Lang.
- 6 Wajcman, J. 2004. *TechnoFeminism*. Cambridge: Polity Press.
- 7 Livingstone, S. 2008. «Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation: Teenagers' Use of Social Networking Sites for Intimacy, Privacy and Self-expression», *New Media & Society* 10: 393-411. Van Doorn, N., Van Zoonen, L., Wyatt, S. 2007.

- «Writing from Experience: Presentations of Gender Identity on Weblogs», *European Journal of Women's Studies* 14(2): 143-159. Paechter, C. 2013. «Young Women Online: Collaboratively Constructing Identities», *Pedagogy, Culture and Society* 21(1): 111-127. Gray, M.L. 2009. *Out in the Country: Youth, Media, and Queer Visibility in Rural America*. New York: New York University Press.
- 8 boyd, d. 2014. *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven, CT; London: Yale University Press.
- 9 Con l'espressione social media pubblici ('public-facing') intendiamo quegli spazi online visibili a un grande numero di persone, da centinaia fino a un numero illimitato.
- 10 Butler, J. 1990. *Gender Trouble*. New York: Routledge.
- 11 Si veda Figura 4.7.
- 12 Van Dijk, J. 2013. «"You Have One Identity": Performing the Self on Facebook and LinkedIn», *Media, Culture & Society* 35(2): 199-215.
- 13 Miller, D., Sinanan, J. 2017. *Visualising Facebook*. London: UCL Press.
- 14 Lesbian Gay Bisexual Transgender. Per approfondimenti sulla questione della visibilità, si veda, per esempio, Gray, M.L. 2009. *Out in the Country: Youth, Media, and Queer Visibility in Rural America*. New York: New York University Press.

Capitolo 9

- 1 Riguardo all'impatto dei telefoni cellulari, si veda per esempio Jeffrey, R., Doron, A. 2013. *The Great Indian Phone Book*. London: Hurst. Wallis, C. 2013. *Technomobility in China: Young Migrant Women and Mobile Phones*. New York; London: New York University Press. Miller, D., Horst, H. 2006. *The Cell Phone*. Oxford: Berg.
- 2 Il brand Samsung ha avuto il primato nel mercato globale dal 2012 fino a oggi per gli smartphone a basso costo. Si veda <http://www.idc.com/prodserv/smartphone-market-share.jsp> (accesso il 26 agosto 2015).
- 3 Una figura chiave in tale dibattito è stata quella di Amartya Sen. Si veda, ad esempio, Sen, A. 1992. *Inequality Re-examined*. Cambridge, MA: Harvard University Press. Un testo più recente che discute le cause delle disuguaglianze contemporanee è Piketty, T. 2014. *Capital in the Twenty-First Century*. Cambridge, MA: Belknap Press.
- 4 Bourdieu, P. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- 5 Skeggs, B. 1997. *Formations of Class and Gender: Becoming Respectable*. London: Sage.
- 6 Tacchi, J. 2012. «Digital Engagement», in Horst, H., Miller, D., eds. *Digital Anthropology*. London: Berg, 225-241.
- 7 Graham, M. 2014. «Internet Geographies: Data Shadows and Digital Divisions of Labour», in Graham, M., Dutton, W., eds. *Society and the Internet*. Oxford: Oxford University Press. 99-116.
- 8 C'è a questo proposito molta letteratura potenzialmente rilevante. Una che ammettiamo di aver grandemente trascurato, in quanto spostata sulla policy e non sull'etnografia, è quella sull'ITC e i suoi sviluppi. Si veda, per esempio Slater, D. 2014. *New Media*,

- Development and Globalization: Making Connections in the Global South*. Cambridge: Polity Press. Per un approccio influenzato da Sen, si veda Kleine, D. 2013. *Technologies of Choice: ICT's Development and the Capabilities Approach*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- 9 Chen, W., Wellman, B. 2004. «The Global Digital Divide Within and Between Countries», *IT & Society* 1(7): 39-45. Zickuhr, K. 2013. *Who's Not Online and Why*. Rep. Washington DC: Pew Research Center's Internet & American Life Project.
 - 10 Warschauer, M. 2004. *Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide*. Cambridge, MA: The MIT Press.
 - 11 Rainie, L., Wellman, B. 2012. *Networked*. Cambridge, MA: The MIT Press, 257-259.
 - 12 Rheingold, H. 2012. *Net Smart: How to Thrive On Line*. Cambridge, MA: The MIT Press.
 - 13 Graham, M. 2014. «Internet Geographies: Data Shadows and Digital Divisions of Labour», in Graham, M., Dutton, W., eds. *Society and the Internet*. Oxford: Oxford University Press, 99-116.
 - 14 La visione tecno-utopistica è riflessa negli argomenti distopici secondo cui la tecnologia sarebbe un male per la società poiché ci rende dipendenti, più isolati, più esposti al controllo istituzionale e alienati. Si veda per esempio Carr, N. 2011. *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*. New York: W. W. Norton & Company. Turkle, S. 2011. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books. Morozov, E. 2012. *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. New York, NY: Public Affairs.
 - 15 Fra i migliori che conosciamo ci sono: Kelly, K. 1994. *Out of Control: The Rise of Neobiological Civilization*. Reading, MA: Addison-Wesley. Johnson, S. 2001. *Emergence: The Connected Lives of Ants, Brains, Cities, and Software*. New York: Scribner. Shirky, C. 2008. *Here Comes Everybody: The Power of Organizing without Organizations*. New York: Penguin.
 - 16 Rheingold, H. 1993. *Virtual Community: Homesteading in the Electronic Frontier*. New York: Addison-Wesley. Turkle, S. 1997. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon and Schuster.
 - 17 Barlow, J., «A Declaration of the Independence of Cyberspace.» Electronic Frontier Foundation» 8 February 1996. <https://www EFF.org/it/cyberspace-independence> (accesso 7 luglio 2015).
 - 18 boyd, d. 2014. *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven, CT; London: Yale University Press, 16.
 - 19 boyd, d. 2014. *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven, CT; London: Yale University Press, 23.
 - 20 boyd, d. 2013. «White Flight in Networked Publics? How Race and Class Shaped American Teen Engagement with Myspace and Facebook», in Nakamura, L. and Chow-White, P., eds. *Race after the Internet*. New York: Routledge, 203-222.
 - 21 Clark, L.S. 2013. *The Parent App*. Oxford: Oxford University Press.
 - 22 Un esempio importante è Qiu, J.L. 2009. *Working-Class Network Society: Communication Technology and the Information Have-Less in Urban China*. Cambridge. Cambridge, MA: The MIT Press. Wallis, C. 2013. *Technomobility in China: Young Migrant Women and*

- Mobile Phones*. New York; London: New York University Press.
- 23 Questo non è indice di mancanza di attenzione dei genitori per i figli; per tradizione c'è un'aspettativa che si tratti di un'esperienza temporanea e non di un'adozione informale. Sandra e tutti i suoi fratelli e sorelle furono reclamati dai loro genitori e sono ancora attaccati ai legami familiari.
 - 24 Bahia era il centro dell'impegno coloniale portoghese nel Nuovo Mondo, basato prevalentemente sul lavoro degli schiavi nelle piantagioni di prodotti come zucchero e canna da zucchero. Secondo un censimento recente, Salvador, la capitale regionale, ha più di 700.000 persone di discendenza africana; è la popolazione nera più estesa fuori dall'Africa, e anche la più vulnerabile localmente in termini socio-economici.
 - 25 Ci sono casi in cui questa opportunità migliora la vita del/la figlio/a, dandogli/le l'opportunità di studiare ed essere trattato/a con rispetto. Comunque, la maggioranza di questi scambi lascia profonde cicatrici quando il/la figlio/a è trattato/a come un/a servo/a, spesso preso/a per occuparsi di altri ragazzi più o meno della stessa età, ma senza ricevere l'attenzione emozionale data ai veri figli e figlie.
 - 26 Weber, M. 2002 (1905). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. London: Penguin Books.
 - 27 Spesso ci si riferisce alla riproduzione della disuguaglianza, da parte di coloro che ne fanno esperienza, come "violenza simbolica", delineata da Bourdieu, P., Wacquant, L. 1992. *Symbolic Violence. An Invitation to Reflective Sociology*. Chicago, IL: University of Chicago Press, 167-173.
 - 28 Bourdieu, P. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
 - 29 Si vedano esempi di queste pratiche in Miller, D., Sinanan, J. 2017. *Visualising Facebook*. London: UCL Press.
 - 30 Il termine "vlogger" è una contrazione di "video blogger". Descrive il gruppo di persone che creano contenuti online registrando e condividendo video, in particolare tramite YouTube.
 - 31 Nella ricerca antropologica i meccanismi di livellamento sono stati descritti come parte delle società di contadini, e funzionano inibendo gli sforzi individuali di evolversi economicamente. Questo livellamento si riconduce a una concezione condivisa dei beni comuni come risorsa scarsa; si può accrescere la propria ricchezza solo a scapito degli altri. Questo modello si è evoluto a partire dallo studio delle società contadine, ma si applica a una più ampia varietà di casi. Si veda Rubel, A. J. 1977. «"Limited Good" and "Social Comparison": Two Theories, One Problem», *Ethos* 5(2): 224-238.

Capitolo 10

- 1 Tra le altre fonti si vedano <http://www.al-monitor.com/pulse/originals/2013/09/turkeys-akp-twitter-election.html>; <http://www.wsj.com/articles/SB10001424127887323527004579079151479634742>; <http://www.hurriyetdailynews.com/ruling-akp-hires-thousands-for-new-social-media-campaign.aspx?pageID=238&nID=54479&NewsCatID=338>.

- 2 Si veda Castells, M. 1996. *The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. I. Oxford: Blackwell and Castells, M. 1997. *The Power of Identity. The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol II. Cambridge, MA; Oxford: Blackwell; per approfondire alcune tra le più influenti teorie su internet e sull'organizzazione delle reti si vedano anche Oates, S., Owen, D., Gibson, R. K., eds. 2006. *The Internet and Politics. Citizens, Voters and Activists*. New York: Routledge. Klotz, R. J. 2004. *The Politics of Internet Communication*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- 3 Si veda Fountain, J. E. 2001. *Building the Virtual State: Information Technology and Institutional Change*. Washington, DC: Brookings Institution Press; Narayan, G. 2007. «Addressing the Digital Divide: E-governance and M-governance in a Hub and Spoke model», *The Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries* 31(1): 1-14, e Norris, P. 2001. *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- 4 Papacharissi, Z. 2010b. «The virtual sphere 2.0: The Internet, the Public Sphere, and Beyond», in Chadwick, A., Howard, P.N., eds. *Routledge Handbook of Internet Politics*. Oxford: Taylor & Francis, 230-245. Papacharissi, Z. 2004. «Democracy Online: Civility, Politeness, and the Democratic Potential of Online Political Discussion Groups», *New Media & Society* 6(2): 259-283.
- 5 Gerbaudo, P. 2012. *Tweets and the Streets: Social media and contemporary activism*. London: Pluto Press. Clay, S. 2011. «The Political Power of Social Media», *Foreign Affairs* 90: 128-141. Seib, P. 2012. *Real-time Diplomacy: Politics and Power in the Social Media Era*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- 6 Chadwick, A., Howard, P. N., eds. 2010. *Routledge Handbook of Internet Politics*. Oxford: Taylor & Francis. Postill, J. 2012. «Digital Politics and Political Engagement». In Horst, H., Miller, D., eds. *Digital Anthropology*. London: Berg.
- 7 Heeks, R. 2001. «Building E-governance for Development: A Framework for National and Donor Action»: http://www.man.ac.uk/idpm/idpm_dp.htm#ig. Chadwick, A. 2003. «Bringing E-Democracy Back In: Why it Matters for Future Research on E-Governance», *Social Science Computer Review* 21(4): 443-55. Dawes, S. S. 2008. «The Evolution and Continuing Challenges of E-governance», *Public Administration Review* 68(1): 86-102.
- 8 Dahlberg, L. 2001. «The Internet and Democratic Discourse: Exploring the Prospects of Online Deliberative Forums Extending the Public Sphere», *Information, Communication & Society* 4(4): 615-633. Fenton, N., Barassi, V. 2011. «Alternative Media and Social Networking Sites: The Politics of Individuation and Political Participation», *The Communication Review* 14(3): 179-196. Habermas, J. 1969. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- 9 Gerbaudo, P. 2012. *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*. London: Pluto Press. Hussain, M.M., Howard, P.N. 2012. «Opening Closed Regimes: Civil Society, Information Infrastructure, and Political Islam» in Anduiza, E., Jensen, M., Jorba, L., eds. *Comparing Digital Politics: Civic Engagement and Political Participation*. Cambridge: Cambridge University Press. Hussain, M.M., Howard, P.N. 2013. «What Best Explains Successful Protest Cascades? Icts and the Fuzzy Causes of the Arab Spring»,

- International Studies Review* 15(1): 48-66. Lim, M. 2012. «Clicks, Cabs, and Coffee Houses: Social Media and Oppositional Movements in Egypt, 2004-2011», *Journal of Communication* 62(2): 231-248. Salvatore, A., ed. 2011. «Between Everyday Life and Political Revolution: The Social Web in the Middle East». *Oriente Moderno*, n.s. XCI/1, 2011. Tufekci, Z. 2014. «The Medium and the Movement: Digital Tools, Social Movement Politics, and the End of the Free Rider Problem», *Policy & Internet* 6 (2): 202-208. Tufekci, Z., Wilson, C. 2012. «Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observation from Tahrir Square», *Journal of Communication* 62 (2): 363-379.
- 10 Fuchs, C. 2012. «Social Media, Riots, and Revolutions», *Capital & Class* 36(3): 383-391. Morozov, E. 2012. *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. New York, NY: Public Affairs.
 - 11 Coleman, G. 2012. «Phreaks, Hackers, and Trolls: The politics of Transgression and Spectacle», in Maniberg, M., ed. *The Social Media Reader*. New York: New York University Press, 99-119. Coleman, G. 2014. *Hacker, Hoaxer, Whistleblower, Spy: The Many Faces of Anonymous*. London; Brooklyn, NY: Verso.
 - 12 Anche se diverse analisi sul ruolo della politica in rete e sui social rispetto all'impegno politico contribuiscono ai dibattiti su democrazia, società civile e governance, esse prendono l'avvio da una posizione simile, impegnandosi nel definire che cosa, al livello locale, si intenda con impegno politico. Si veda, per esempio: Tufekci, Z. 2014. «The Medium and the Movement: Digital Tools, Social Movement Politics, and the End of the Free Rider Problem», *Policy & Internet* 6(2): 202-208. Tufekci, Z., Wilson, C. 2012. «Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observation from Tahrir Square», *Journal of Communication* 62(2): 363-379. Lim, M. 2012. «Clicks, Cabs, and Coffee Houses: Social Media and Oppositional Movements in Egypt, 2004-2011», *Journal of Communication* 62(2): 231-248. Lim, M. 2013. «Many Clicks but Little Sticks: Social Media Activism in Indonesia», *Journal of Contemporary Asia* 43(4): 636-657; Morozov, E. 2009. «Iran: Downside to the «Twitter Revolution»», *Dissent* 56(4): 10-14.
 - 13 Uno degli esempi più recenti è l'Hong Kong Umbrella Movement/Occupy Central. Si veda Fu, K.W., Chan, C.H. 2015. «Networked Collective Action in the 2014 Hong Kong Occupy Movement: Analysing a Facebook Sharing Network», *International Conference on Public Policy*, ICPP 2015. Tsui, L. 2015. «The Coming Colonization of Hong Kong Cyberspace: Government Responses to the Use of New Technologies by the Umbrella Movement», *Chinese Journal of Communication*, 8(4): 1-9.
 - 14 Per discussioni più comprensive del modo in cui i social media si usano in rapporto alla politica, si consultino i volumi singoli di questa serie.
 - 15 Per la censura di internet in Cina si veda MacKinnon, R. 2008. «Flatter World and Thicker Walls? Blogs, Censorship and Civic Discourse in China», *Public Choice* 134(1-2): 31-46. Per quanto riguarda la censura in Turchia, si veda Akdeniz, Y., Altiparmak, K. 2008. «Internet: Restricted Access: A critical Assessment of Internet Content Regulation and Censorship in Turkey», in Akdenizli, B., ed. 2015. *Digital Transformations in Turkey: Current Perspectives in Communication Studies*. Lanham, MD: Lexington Books.
 - 16 Noelle-Neumann, E. 1974. «The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion», *Journal of Communication* 24(2): 43-51. Il Pew Research Center ha indagato il ruolo della «spira-

- le del silenzio” tra alcuni utenti di social media negli Stati Uniti, mettendo in luce come molti di essi evitino di postare punti di vista su questioni politiche nel momento in cui non sono sicuri che i rispettivi amici possano trovarsi d'accordo con loro. Hampton, K.N., Rainie, L., Lu, W., Dwyer, M., Shin, I., Purcell, K. 2014. «Social Media and the “Spiral of Silence”», *Pew Research Center*, Washington, DC. [http:// www.pewinternet.org/2014/08/26/social-media-and-the-spiral-of-silence/](http://www.pewinternet.org/2014/08/26/social-media-and-the-spiral-of-silence/).
- 17 Brants, K. 2005. Guest editor's introduction: «The Internet and the Public Sphere», *Political Communication* 22(2): 143-6; Papacharissi, Z. 2002. «The Virtual Sphere: The Internet as a Public Sphere», *New Media & Society* 4(1): 9-27; Poster, M. 1997. «Cyberdemocracy: Internet and the Public Sphere», *Internet Culture* 201-218.
 - 18 King, G., Pan, J., Roberts, M.E. 2013. «How Censorship in China Allows Government Criticism But Silences Collective Expression», *American Political Science Review* 107(2): 326-343.
 - 19 PKK è l'organizzazione militante curda che è stata impegnata in un conflitto armato contro lo stato turco dal 1984 fino al 2013, quando venne dichiarato il cessate il fuoco.
 - 20 Ho, C. 2000. «Popular Culture and the Aestheticization of Politics: Hegemonic Struggle and Postcolonial Nationalism in Trinidad Carnival», *Transforming Anthropology* 9(1): 3-18.

Capitolo 11

- 1 Si veda Hjorth, L., Hendry, N. 2015. «A Snapshot of Social Media: Camera Phone Practices», *Social Media+Society*, 1(1), 1-3. Gibbs, M., Meese, J., Arnold, M., Nansen, B., Carter, M. 2015. «#Funeral and Instagram: Death, Social Media, and Platform Vernacular», *Information, Communication & Society* 18(3): 255-268, e Cruz, E.G., Meyer, E. 2012. «Creation and Control in the Photographic Process: iPhones and the Emerging Fifth Moment of Photography», *Photographies* 5(2), per approfondire la relazione tra pratiche visuali e piattaforme di social media.
- 2 Ginsburg, F. 1995. «Mediating Culture: Indigenous Media, Ethnographic Film, and the Production of Identity», *Fields of vision: Essays in Film Studies, Visual Anthropology, and Photography*. Berkeley, CA: University of California Press, 258; MacDougall, D. 2005. *The Corporeal Image: Film, Ethnography, and the Senses*. Princeton, NJ: Princeton University Press; Sprague, S. 1978. «How I See the Yoruba See Themselves», *Studies in the Anthropology of Visual Communications*. 5(1): 9-29; Edwards, E. 1992. *Anthropology and Photography 1860-1929*. Royal Anthropological Institute; Pinney, C. 2011. *Photography and Anthropology*. London: Reaktion.
- 3 “Osservando l'ambito dei post, e delle foto in particolare, possiamo fare un'etnografia dell'ambito delle relazioni declinate culturalmente, mescolate e codificate nel visuale”: Pink, S. 2001. *'Visual Ethnography.'* *Images, Media and Representation in Research*. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage. Si veda anche Banks, M., Morphy, H., eds. 1997. *Rethinking Visual Anthropology*. New Haven, CT: Yale University Press.
- 4 Ginsburg, F. 1995. «Mediating Culture: Indigenous Media, Ethnographic Film, and the Production of Identity», *Fields of Vision: Essays in Film Studies, Visual Anthropology, and*

- Photography*. Berkeley, CA: University of California Press. MacDougall, D. 2005. *The Corporeal Image: Film, Ethnography, and the Senses*. Princeton, NJ: Princeton University Press. Si veda inoltre Bateson, G., Mead, M. 1942. «Balinese character. A photographic analysis», *Special Publications of the New York Academy of Science*: 17-92. Marshall, J. *A Kalahari Family*. Film, 2002. Gardner, R. *The Nuer*, Film, 1971.
- 5 Miller, D., Sinanan, J. 2017. *Visualising Facebook*. London: UCL Press.
- 6 Turkle, S. 1997. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon and Schuster.
- 7 Si veda <http://www.theguardian.com/media-network/media-network-blog/2014/mar/13/selfie-social-media-love-digital-narcissism> <http://www.theguardian.com/technology/2013/dec/06/selfies-status-updates-digital-bragging-web>
- 8 All'opposto, si veda <http://www.theguardian.com/commentisfree/2014/sep/11/when-taking-selfies-in-trinidad-its-whats-on-the-outside-that-matters>
- 9 Per approfondire l'uso sociale della fotografia, cfr. Van House, N.A., Davis, M. 2005. «The Social Life of Camera Phone Images», *Proceedings of the Pervasive Image Capture and Sharing: New Social Practices and Implications for Technology Workshop (PICS 2005) at the Seventh International Conference on Ubiquitous Computing (UbiComp 2005)*. Volda, A., Mynatt, E.D. 2005. «Six Themes of the Communicative Appropriation of Photographic Images», *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. 171-180. ACM. David, G. 2010. «Camera Phone Images, Videos and Live Streaming: A Contemporary Visual Trend», *Visual Studies* 25(1): 89-98. Okabe, D., Ito, M. 2006. «Everyday Contexts of Camera Phone Use: Steps Toward Technosocial Ethnographic Frameworks», Höflich, J. R., Hartmann, M., eds. *Mobile Communication in Everyday Life: Ethnographic Views, Observations and Reflections*. Berlin: Frank & Timme, 79-102.
- 10 Cfr. Hjorth, L. 2007. «Snapshot of Almost Contact: the Rise of Camera Phone Practices and a Case Study in Seoul, Korea», *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies* 21(2): 227-238, e Pink, S. 2011. «Amateur Photographic Practice, Collective Representation and the Constitution of Place», *Visual Studies* 26(2): 92-101.
- 11 Vedi Dijck, J., van. 2008. «Digital Photography: Communication, Identity, Memory», *Visual Communication* 7: 57-76.
- 12 Vedi Costa, E. 2016. *Social Media in Southeast Turkey*. London: UCL Press, e Venkatraman, S. 2017. *Social Media in South India*. London: UCL Press. Capitolo 3.
- 13 'Aburrido' è il termine spagnolo per 'annoiato' and 'fome' lo slang cileno per 'annoiare'.
- 14 Bourdieu, P., Whiteside, S. 1996. *Photography: A Middle-brow Art*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- 15 Bourdieu, P., Bourdieu, M. C. 2004. «The peasant and photography», *Ethnography*, 5(4): 601-616.
- 16 Per ulteriori approfondimenti sulla relazione fra libri a fumetti e aumento dell'alfabetizzazione si veda Bitz, M. 2004. «The Comic Book Project: The Lives of Urban Youth», *Art Education* 57(2): 33-46. Si veda anche Bitz, M. 2010. *When Commas Meet Kryptonite: Classroom Lessons from the Comic Book Project. Language and Literacy Series*. New York: Teachers College Press.
- 17 Si veda Spyer, J. 2017. *Social Media in Emergent Brazil*. London: UCL Press.
- 18 Ritchie, D. 2005. «Frame-Shifting in Humor and Irony», *Metaphor and Symbol* 20(4): 288.

- 19 Kermit la Rana offre un buon esempio di come i social media agevolino la diffusione globale di immagini visive consentendo, allo stesso tempo, una rapida ricontestualizzazione locale.
- 20 Ito, M. 2005. «Mobile phones, Japanese Youth, and the Re-placement of Social Contact», *Mobile Communication*: 131-148. Ito, M., Okabe, D. 2005. «Intimate Visual Co-presence», *Position paper for the Seventh International Conference on Ubiquitous Computing, Tokyo*. Okabe, D. 2006. «Everyday Contexts of Camera Phone Use: Steps Toward Techno-social Ethnographic Frameworks», *Mobile Communications in Everyday Life: Ethnographic Views, Observations, and Reflections*. Berlin: Frank & Timme, 79-102.
- 21 Per un'ampia discussione sulle fotocamere dei telefoni cellulari e gli spazi pubblici e privati, si veda Lasén, A., Gómez-Cruz, E. 2009. «Digital Photography and Picture Sharing: Redefining the Public/private Divide», *Knowledge, Technology & Policy* 22(3): 205-215.
- 22 Lindtner, S. *et al.* 2011. «Towards a Framework of Publics: Re-encountering Media Sharing and its User», *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)* 18(2): 5. Ito, M., Okabe, D. 2005. «Intimate Visual Co-presence», *Position paper for the Seventh International Conference on Ubiquitous Computing, Tokyo*. Boellstorff, T. 2008. *Coming of Age in Second Life*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- 23 Lindtner, S. *et al.* 2011. «Towards a Framework of Publics: Re-encountering Media Sharing and its User», *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)* 18(2): 5. Warner, M. 2002. «Publics and Counterpublics», *Public Culture* 14(1): 49-90.
- 24 Marwick, A. 2011. «I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience», *New Media & Society* 13(1): 114-133.
- 25 Bubel, C.M. 2008. «Film Audiences as Overhearers», *Journal of Pragmatics* 40: 55-71.
- 26 Molti dei filmati realizzati su Trinidad per questo progetto si collegano a questo tema. Si veda anche Miller, D. 2011. *Tales from Facebook*. Cambridge: Polity.
- 27 Si veda Barthes, R. 1977. «Rhetoric of the Image», in *Image-Music-Text*. New York: Noonday, 32-37.
- 28 Si veda Hjorth, L. 2007. «Snapshot of Almost Contact: The Rise of Camera Phone Practices and a Case Study in Seoul, Korea», *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies* 21(2): 227-238, e Koskinen, I. 2006. «Managing Banality in Mobile Multimedia», in Pertierra, R. ed. *The Social Construction and Usage of Communication Technologies: European and Asian Experiences*. Singapore: Singapore University Press, 48-60.
- 29 Questo richiama "l'asserzione della verità" nella fotografia che si basa sull'indessicalità e l'accuratezza visiva delle fotografie. Si veda Gunning, T. 2004. «What's the Point of an Index? Or, Faking Photographs», *NORDICOM Review* 5 (1/2 September): 41.
- 30 Per un'elaborazione di questo argomento si veda Miller, D. 2016. «Photography in the Age of Snapchat», *Anthropology and Photography*. 1.

Capitolo 12

- 1 Ci è stato impossibile evitare alcune sovrapposizioni fra gli argomenti di questo e dei capitoli precedenti che trattano in prospettiva comparativa della vita online e offline.

- Dove ciò capita, abbiamo comunque usato per lo più esempi diversi.
- 2 Dumont, L. 1980. *Homo Hierarchicus: The Caste System and its Implications*. Chicago: University of Chicago Press, 45. Per una visione teorica più ampia si veda Morris, B. 1991. *Western Conceptions of the Individual*. Oxford: Berg.
 - 3 Si veda per esempio Giddens, A. 1991a. *Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press. 1991b. *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press. Putnam, R. 2000. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: London: Simon & Schuster.
 - 4 De Tocqueville, A. 1994 (1840). *Democracy in America*. London: David Campbell.
 - 5 Si vedano in particolare i Capitoli 2 e 3 di Giddens, A. 1991a. *Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press. Nell'approccio di Giddens questa narrazione è essenziale al Sé per selezionare fra i significati molteplici e le scelte individuali offerti dalla tarda modernità.
 - 6 Si tratta di un tema costante nei media occidentali, probabilmente una questione dominante nella stampa riguardo ai social media. Tipici casi relativi a Facebook sono: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2419419/All-lonely-Facebook-friends-Study-shows-social-media-makes-MORE-lonely-unhappy-LESS-sociable.html>; <http://www.newyorker.com/tech/elements/how-facebook-makes-us-unhappy>; <http://www.theguardian.com/media-network/media-network-blog/2014/mar/13/selfie-social-media-love-digital-narcissism>
 - 7 Per una teoria articolata sull'emergere di una società della rete si veda Castells, M. 2000. *The Information Age: Economy, Society and Culture*, 3 voll. Oxford: Blackwell. Anche Van Dijk, J.A.G.M. 1999. *The Network Society: Social Aspects of New Media*. London: Sage.
 - 8 Rainie, L., Wellman, B. 2012. *Networked*. Cambridge, MA: The MIT Press.
 - 9 Si veda la discussione di questo termine in Papacharissi, Z. 2010a. *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age*. Cambridge: Polity Press, 138-144. Per una concezione simile del Sé in rete si veda Papacharissi, Z. ed. 2011. *A Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*. London: Routledge, e Cohen, J.E. 2012. *Configuring the Networked Self: Law, Code, and the Play of Everyday Practice*. New Haven, CT and London: Yale University Press.
 - 10 Rainie, L., Wellman, B. 2012. *Networked*. Cambridge, MA: The MIT Press, 13.
 - 11 Rainie, L., Wellman, B. 2012. *Networked*. Cambridge, MA: The MIT Press, 38-39.
 - 12 Rainie, L., Wellman, B. 2012. *Networked*. Cambridge, MA: The MIT Press, 124-125. In particolare Rainie e Wellman sostengono che "Facebook è sia l'epitome del *networking* individuale – ogni persona è un individuo partecipante – sia del *networked operating system* nel suo insieme". Rainie, L., Wellman, B. 2012. *Networked*. Cambridge, MA: The MIT Press, 144.
 - 13 Si veda anche Baym, N. 2010. *Personal Connections in the Digital Age*. Cambridge: Polity Press, 6-12. Il lavoro argomenta a favore del potere delle persone di modellare le tecnologie senza per questo attenuare la socialità.
 - 14 Fox, R. 1967. *Kinship and Marriage*. Harmondsworth: Penguin.
 - 15 Mendleson, A., Papacharissi, Z. 2001. «Look at Us: collective narcissism in college student Facebook photo galleries», in Papacharissi, Z., ed. *A Networked Self: Identity, community, and culture on social network sites*. New York: Routledge, 251-273. Hogan,

- B., Wellman, B. 2015, «The relational self-portrait: selfies meet social networks», in Graham, M., Dutton, W., eds. *Society and the Internet*. Oxford: Oxford University Press. Nonostante questi titoli, il contenuto reale di entrambi gli articoli evidenzia le relazioni sociali in un modo adeguato agli argomenti presentati in questo capitolo.
- 16 In uno studio senza *peer review* condotto dalla rivista *Time*, Makati City e Pasig, nelle Filippine, emergono come la città con il più alto numero di selfie pro capite. Si può scaricare online: <http://time.com/selfies-cities-world-rankings> (scaricato il 20 luglio 2015).
- 17 Nicolescu, R. 2016. *Social Media in Southeast Italy*. London: UCL Press. Capitolo 5.
- 18 Ci sono centinaia di articoli su questo argomento. Si veda per esempio Andrejevic, M. 2002. «The Work of Being Watched», *Critical Studies in Media Communication* 19(2): 230-248. boyd, d. 2008. «Facebook's Privacy Trainwreck: Exposure, Invasion, and Social Convergence», *Convergence* 14(1): 13-20. Etzioni, A. 1999. *The Limits of Privacy*. New York: Basic Books. Fuchs, C. 2012b. «The Political Economy of Privacy on Facebook», *Television & New Media* 13(2): 139-159. Madden, M. 2012. *Privacy Management on Social Media Sites: Most Users Choose Restricted Privacy Settings while Profile 'Pruning' and Unfriending People is on the Rise*. Pew Research Center's Internet & American Life Project. Trepte, S., Reinecke, L., eds. 2011. *Privacy Online: Perspectives on Privacy and Self-Disclosure in the Social Web*. New York: Springer. Utz, S., Kramer, N. 2009. «The Privacy Paradox on Social Network Sites Revisited: The Role of Individual Characteristics and Group Norms», *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* 3(2).
- 19 Si veda boyd, d. 2008. «Facebook's Privacy Trainwreck: Exposure, Invasion, and Social Convergence», *Convergence* 14(1) 13-20.
- 20 Si veda la dettagliata analisi dei concetti cinesi di «pubblico» e «privato» in Chan, Y. K. 2000. «Privacy in the Family: Its Hierarchical and Asymmetric Nature», *Journal of Comparative Family Studies* 31(1): 1-17. Nicolescu, R. 2016. *Social Media in Southeast Italy*. London: UCL Press.
- 21 Nel caso di molti operai, i contatti sui social media che, per questo, arrivano a conoscere i loro sogni, timori, rimorsi o altri segreti, non conoscono i loro veri nomi o altri elementi della loro identità, quindi non possono danneggiare la loro reputazione on line.
- 22 Turkle, S. 2011. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.
- 23 Hampton, K., Wellman, B. 2003. «Neighboring in Netville: How the Internet Supports Community and Social Capital in a Wired Suburb», *City and Community* 2(4): 277-311.
- 24 Per esempi dettagliati si veda Miller, D., Sinanan, J. 2014. *Webcam*. Cambridge: Polity Press, Capitolo 1.
- 25 Per una discussione di ciò che Miller definisce la 'Goldilocks Strategy', si veda Miller, D. 2016. *Social Media in an English Village*. London: UCL Press, Capitolo 4.
- 26 Per ulteriori approfondimenti degli aspetti temporali dei media per la comunicazione, del tipo sincronia/asincronia, si veda Baym, N. 2010. *Personal Connections in the Digital Age*. Cambridge: Polity Press, 7-8.
- 27 Si veda anche il Capitolo 7.
- 28 Hebdige, D. 1979. *Subculture: The Meaning of Style*. London: Methuen.

Capitolo 13

- 1 Layard, R. 2011. *Happiness: Lessons for a New Science*. London: Penguin.
- 2 Rousseau, Jean-Jacques. 2010 (1754). *Discourse on the Origin and Foundations of Inequality Among Men*, Rosenblatt, H., trans. and ed. Boston, MA: Bedford/St. Martin's.
- 3 Durkheim, E. 1997 (1893). *The Division of Labor in Society*, Halls, W. D., trans. New York: The Free Press. Durkheim, E. 1979 (1897). *Suicide: A Study in Sociology*, Spaulding, J.A., Simpson, G., trans. New York: The Free Press.
- 4 James, W. 2012 (1902). *The Varieties of Religious Experience*. Boston, MA: Bedford/St. Martin's.
- 5 Weber, M. 2002 (1905). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. London: Penguin Books.
- 6 Locke, J. 1979 (1689). *An Essay Concerning Human Understanding*, Nidditch, P.H., ed. Oxford: Oxford University Press.
- 7 Comte, A. 1875. *System of Positive Polity*. London: Longmans, Green and Co.
- 8 Thin, N. 2005. «Happiness and the Sad Topics of Anthropology», *WeD Working Paper 10*. ESRC Research Group on Wellbeing in Developing Countries.
- 9 Anche se molti antropologi affrontano temi come il desiderio, il soddisfacimento e l'appartenenza, che possono svolgere un ruolo nella felicità individuale, il concetto di felicità raramente è stato teorizzato in modo esplicito.
- 10 Sen, A. 1999. *Development As Freedom*. Oxford: Oxford University Press.
- 11 Il PIL è stato a lungo ritenuto privo di significative relazioni con la "felicità", come evidenziato dall'inchiesta di Gallup sulla misurazione del benessere in base alla *Cantril Self-Anchoring Scale*. Si veda Cantril, H. 1965. *The Pattern of Human Concerns*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- 12 "Gross National Happiness". 2008. Centre for Bhutan Studies and GNH Research, <http://www.grossnationalhappiness.com/gnhIndex/intruductionGNH.aspx>.
- 13 Helliwell, J., Layard, R., Sachs, J., eds. 2015. *World Happiness Report 2015*. New York: Sustainable Development Solutions Network.
- 14 "Human Development Index." 2014. United Nations Development Programme, <http://hdr.undp.org/en/statistics/hdi/>
- 15 Maslow, A. H. 1943. «A Theory of Human Motivation», *Psychological Review* 50(4): 370-396.
- 16 Helliwell, J., Layard, R., Sachs, J., eds. 2015. *World Happiness Report 2015*. New York: Sustainable Development Solutions Network. 13.
- 17 Thin, N. 2005. «Happiness and the Sad Topics of Anthropology», *WeD Working Paper 10*. ESRC Research Group on Wellbeing in Developing Countries.
- 18 Wali, A. 2012. «A Different Measure of Well-Being» Vital Topics Forum. Johnston, B.R., ed. *American Anthropologist* 114(1): 12.
- 19 Tandoc, E.C. Jr., Ferruci, P., Du y, M. 2015. «Facebook Use, Envy, and Depression Among College Students: Is Facebooking Depressing?», *Computers in Human Behavior* 43: 139-146.
- 20 Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D. S., Lin, N., Shablack, H., Jonides, J., Ybarra, O. 2013. «Facebook Use Predicts Declines in Subjective Well-Being in Young

- Adults», *PLoS ONE* 8(8): e69841.
- 21 Muise, A., Christofides, E., Desmarais, S. 2009. «More Information Than You Ever Wanted: Does Facebook Bring Out the Green-eyed Monster of Jealousy?», *Cyberpsychological Behavior* 12(4): 441-444.
 - 22 Tiggeman, M., Slater, A., 2013. «NetGirls: The Internet, Facebook and Body Image Concern in Adolescent Girls», *International Journal of Eating Disorders* 46(6): 630-633.
 - 23 O'Keeffe, G.S., Clarke-Pearson, K. 2011. «Clinical Report – The Impact of Social Media on Children, Adolescents, and Families», *American Academy of Pediatrics*, <http://pediatrics.aappublications.org/content/early/2011/03/28/peds.2011-0054.full.pdf+html?ijkey=76f29031adb1f95a04cca23436b5ccdebfd5cd9f>.
 - 24 O'Keeffe, G. S., Clarke-Pearson, K. 2011. «Clinical Report—The Impact of Social Media on Children, Adolescents, and Families», *American Academy of Pediatrics*, <http://pediatrics.aappublications.org/content/early/2011/03/28/peds.2011-0054.full.pdf+html?ijkey=76f29031adb1f95a04cca23436b5ccdebfd5cd9f>.
 - 25 Tandoc, E.C. Jr., Ferruci, P., Duffy, M. 2015. «Facebook Use, Envy, and Depression Among College Students: Is Facebooking Depressing?», *Computers in Human Behavior* 43: 139-146.
 - 26 Sagioglou, C., Greitemeyer, T. 2014. «Facebook's Emotional Consequences: Why Facebook Causes a Decrease in Mood and Why People Still Use It», *Computers in Human Behavior* 35: 359-363.
 - 27 Lauren, A., Jelenchick, J., Eickho, C., Moreno, M.A. 2013. «Facebook Depression? Social Networking Site Use and Depression in Older Adolescents», *Journal of Adolescent Health* 52(1): 128-130.
 - 28 Hiscott, R. 2014. «Why You Feel Terrible After Spending Too Much Time On Facebook», *The Huffington Post* http://www.huffingtonpost.com/2014/07/17/facebook-study_n_5595890.html, (accesso 18 luglio 2014).
 - 29 Valenzuela, S., Park, N., Kee, K. F. 2009. «Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust and Participation», *Journal of Computer-Mediated Communication* 14(4): 875-901.
 - 30 Kramer, A.D., Guillory, J.E., Hancock, J.T. 2014. «Experimental Evidence of Massive-Scale Emotional Contagion through Social Networks», *Proceedings of the National Academy of Sciences* 111(24): 8788-8790.
 - 31 Miller e Slater indicano che lo stesso internet (e i social media per estensione) non esiste precedentemente al suo uso, ma si crea mediante le azioni individuali degli utenti, in gran parte nel modo in cui i linguisti seguono la nozione di J.L. Austin di atto performativo, che suggerisce che gli atti illocutivi non solo descrivono una realtà data, ma anche trasformano la realtà sociale che stanno descrivendo. Come tali, le piattaforme di social media sono semplicemente l'ambiente in cui il contenuto può mutare ciò che è il medium particolare e ciò che significa per gli utenti. Si veda Miller, D., Slater, D. 2000. *The Internet: An Ethnographic Approach*. Oxford: Berg. Austin, J.L. 1962. *How to Do Things with Words*. Oxford: Oxford University Press.
 - 32 Si veda la Figura 4.26 per i risultati e una spiegazione dell'inchiesta.
 - 33 Per i siti a Trinidad e in Inghilterra si usava l'espressione "più felice", come si usava in India dove "felice" è parte del tanglish (tamil e inglese) usato comunemente. È stato

- tradotto come ‘*más feliz*’ in Chile, ‘*mais feliz*’ in Brasile, e ‘*più felice*’ in Italia. In Turchia si usava il termine ‘*mutlu*’, la più comune fra le varie parole che si possono tradurre con “felice”. In Cina si usava il concetto di ‘*kuaile*’ (felice, gioioso, sorridente), opposto a ‘*xingfu*’ che mette in evidenza un senso “più profondo” di felicità, che riflette il fatto che i social media sono innanzitutto una fonte di divertimento.
- 34 Appadurai, A. 2004. «The Capacity to Aspire: Culture and the Terms of Recognition», in Rao, V., Walton, M., eds. *Culture and Public Action*. Stanford, CA: Stanford University Press, 59-84.
 - 35 Wang, X. 20016. *Social Media in Industrial China*. London: UCL Press.
 - 36 Haynes, N. 2016. *Social Media in Northern Chile*. London: UCL Press.
 - 37 Frazier, L. 2007. *Salt in the Sand: Memory, Violence, and the Nation-State in Chile, 1890 to the Present*. Durham, NC: Duke University Press.
 - 38 Spyer, J. 2017. *Social Media in Emergent Brazil*. London: UCL Press.
 - 39 McDonald, T. 2016. *Social Media in Rural China*. London: UCL Press.
 - 40 Wang, R.R. 2002. «Globalizing the Heart of the Dragon: The Impact of Technology on Confucian Ethical Values», *Journal of Chinese Philosophy* 29(4): 553-569.
 - 41 Rainey, L.D. 2010. *Confucius & Confucianism: The Essentials*. Malden, MA: Wiley-Blackwell. 16.
 - 42 Miller, D. 2011. *Tales from Facebook*. Cambridge: Polity Press.
 - 43 Sinanan, J. 2017. *Social Media in Trinidad*. London: UCL Press.
 - 44 YY è un social network cinese basato sul video, con più di 300 milioni di utenti.
 - 45 A differenza degli operai migranti, che usano raramente il loro vero nome e vere fotografie su QQ, mentre tendono a creare un mondo finto online usando immagini raccolte da internet, la classe media cinese preferisce sempre di più WeChat a QQ. Su WeChat la percentuale di nomi reali è molto più alta che su QQ.
 - 46 Nicolescu, R. 2016. *Social Media in Southeast Italy*. London: UCL Press.
 - 47 Costa, E. 2016. *Social Media in Southeast Turkey*. London: UCL Press.
 - 48 Venkatraman, S. 2017. *Social Media in South India*. London: UCL Press.
 - 49 Hogan, B. 2010. «The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online», *Bulletin of Science, Technology, and Society* 30(6): 377-386.
 - 50 Si veda la Figura 4.26.

Capitolo 14

- 1 Miller, D. 2014. «Hospices: The Potential for New Media»: http://www.ucl.ac.uk/anthropol-ogy/people/academic_staff/d_miller/mil-28
- 2 Miller, D., Sinanan, J. 2014. *Webcam*. Cambridge: Polity Press, Capitolo 1.
- 3 Miller, D., Sinanan, J. 2014. *Webcam*. Cambridge: Polity Press, Capitolo 1.
- 4 Van Dijck, J. 2007. *Mediated Memories in the Digital Age*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- 5 Thompson, C. 2013. *Smarter Than You Think*. London: Penguin.

- 6 Miller, D. 2015. «Photography in the Age of Snapchat», *Anthropology and Photography*, 1.
- 7 Miller, D., Sinanan, J. 2014. *Webcam*. Cambridge: Polity Press, Capitolo 1.
- 8 Si veda per esempio la Figura 4.9.
- 9 Jeffrey, R., Doron, A. 2013. *The Great Indian Phone Book*. London: Hurst.
- 10 Wallis, C. 2011. «New Media Practices in China: Youth Patterns, Processes, and Politics», *International Journal of Communication* 5: 406-436.
- 11 Secondo un rapporto nazionale, l'83,4% di tutti gli utenti di internet in Cina usa i cellulari per l'accesso a internet. China International Network Information Center. 2014. 34th Statistical Report on Internet Development in China. <http://www1.cnnic.cn/IDR/ReportDownloads/201411/P020141102574314897888.pdf> (accesso 28 marzo 2015)
- 12 Per la prevista crescita di 20 volte nei prossimi cinque anni si veda <http://www.theguardian.com/world/2014/jun/05/internet-use-mobile-phones-africa-predicted-increase-20-fold>
- 13 *The Economist*. 28 febbraio 2015.
- 14 Graham, M. 2014. «Internet Geographies: Data Shadows and Digital Divisions of Labour», in Graham, M., Dutton, W., eds. *Society and the Internet*. Oxford: Oxford University Press, 99-116.
- 15 *The Economist*. 13 settembre 2014.
- 16 In tale connessione, vale la pena sottolineare la popolarità crescente fra i cinesi urbani che utilizzano siti di shopping online che offrono grandi firme a prezzi fissi, per esempio JD.com e Tmall, che allo stesso modo considerano l'esigenza di un'interazione al fine di fare acquisti come una notevole seccatura.
- 17 Per esempio Simmel, G. 1968. *The Conflict in Modern Culture and other Essays*. New York: Teachers College Press.
- 18 Si veda Miller, D., Horst, H. 2012. «Introduction», in Horst, H., Miller, D., eds. *Digital Anthropology*. London: Berg: 4-11.
- 19 Malaby, T. 2009. *Making Virtual Worlds*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- 20 Coleman, G. 2010. «Ethnographic Approaches to Digital Media», *Annual Review of Anthropology* 39: 487-505.
- 21 Kety, C. 2008. *Two Bits: The Cultural Significance of Free Software*. Durham, NC: Duke University Press.
- 22 Horst, H., Miller, D., eds. 2012. *Digital Anthropology*. London: Berg, 28-30.
- 23 <http://blogs.ucl.ac.uk/global-social-media/2013/02/14/my-whatsapp-field-trip/>
- 24 Si veda la discussione sulla «novità» dei social media in Gershon, I., Bell, J.A. 2013. «Introduction: The Newness of New Media», *Culture, Theory and Critique* 54(3): 259-264.
- 25 Si veda Wang, X. 2016. *Social Media in Industrial China*. London: UCL Press, Capitolo 2.
- 26 Sinanan, J. 2017. *Social Media in Trinidad*. London: UCL Press.
- 27 Wang, X. 2016. *Social Media in Industrial China*. London: UCL Press.