

Fiorenza Gamba
 fiorenza.gamba@uniroma1.it
 Facoltà di Scienze della Comunicazione
 Sapienza Università di Roma

Fiorenza Gamba

Giovani e socialità: lo spazio della condivisione

Sembra proprio che *condivisione* sia diventata la parola d'ordine. E, indubbiamente, per certi aspetti lo è. La popolarità e la diffusione recentemente raggiunte da Facebook, la piattaforma di condivisione più *cool* del momento tra i giovani e non solo, sono rappresentative della tendenza attuale che pone la condivisione di materiali digitali, ma anche di preferenze e di convinzioni, tra gruppi di persone legate in comunità da interessi e sentire comuni, in una posizione centrale per quanto riguarda le attività di relazione tra individui.

Se consideriamo questa nuova forma di *métissage* esistenziale, questa capillare ibridazione fenomenologica che unisce vita reale quotidiana, nuove tecnologie digitali e tendenza umana primordiale alla socialità e alla comunicazione, una condizione definita con molteplici ed appropriate formule quali *Social Network*, *Users Generated Content* o *Content Sharing*, appare subito chiaro che si fa riferimento ad un processo che, da un lato, si basa, solidamente, su contenuti: foto, film, musica, video, documenti; dall'altro, però, in maniera esplicita ed inequivocabile, coinvolge, comprende e mescola tra loro, in combinazioni variabili, gusti, consumi, idee, valori, appartenenze ed emozioni.

Condivisione allora non si riduce al semplice uso di uno strumento digitale di moda, al contrario diventa la chiave d'accesso necessaria alla comprensione delle forme di socialità che caratterizzano il nostro vivere contemporaneo e che sono da più parti definite come cybersocialità (Casalegno, 2007), risultanti dall'intersezione e dall'interazione di tre spazi: lo spazio sociale, delle relazioni umane, lo spazio fisico, luogo delle interazioni come le città e gli spazi abitati, lo spazio delle informazioni, vale a dire i contenuti e le forme della comunicazione veicolati in particolare dai nuovi media.

Queste nuove forme di socialità agiscono tra concretezza ed astrazione, tra soggettività ed oggettività, in un flusso ininterrotto, proposto e imposto dalle nuove tecnologie, che ha tra i suoi effetti più dirimpenti quello di modificare la relazione degli individui con se stessi: la costruzione della propria identità (multipla) e della propria autostima; la relazione con gli altri: l'appartenenza simultanea a diverse comunità elettive in cui la presenza e l'assenza, la vicinanza e la lontananza si comprendono e arricchiscono l'interazione invece di limitarla; la relazione con il mondo in cui viviamo, l'ambiente, la natura: relazione non più soltanto *diretta*, circoscritta ad una prospettiva realistica, a qualsiasi corrente essa appartenga, fosse anche legata all'approccio ecologico (Gibson, 1979), bensì *mediata*, aperta ad una visione più ampia, capace di concepire una *Augmented Computer Reality* in cui agiscono le *Connected Communities* (Stroll, 1988; Susani, 2000).

In questo panorama in continua e veloce trasformazione i giovani, esploratori instancabili di nuovi territori di senso, di spazi di affermazione del sé, di nicchie di socializzazione elettiva, si dimostrano più veloci e capaci degli adulti nell'utilizzare l'innovazione tecnologica come attivatore di socializzazione alternativa, come collante delle relazioni sociali. Sono, i giovani, veri e propri pionieri della cybersocialità, che fanno della condivisione quasi un simbolo di identificazione generazionale, sicuramente una delle caratteristiche più riconoscibili della *tool-using culture* (Postman, 1992).

Ma a quali bisogni profondi arriva la condivisione per provocare una così grande adesione e, soprattutto, quali sono le caratteristiche e quali i nodi critici di un fenomeno che non raccoglie giudizi unanimemen-

te positivi? Infatti, sullo spazio della condivisione, terreno potenziale di faticosa costruzione di socialità e appartenenza da parte dei giovani, si scontrano da un lato coloro i quali esaltano la facilità, la gratuità, la “democrazia” di questo processo, dall’altro chi mette in guardia dalle insidie di queste “forme tecnologiche”, dal controllo nascosto degli utenti alla dis-incarnazione delle relazioni.

Più proficua, invece, per la comprensione del fenomeno ci sembra l’analisi delle ragioni dell’attrazione esercitata dai nuovi media sui giovani e sulla loro modalità di condivisione e di socializzazione (Jenkins, 2006). Se si può affermare che una caratteristica dei nuovi media è quella di rendere vicino il lontano e lontano il vicino (anche se le due condizioni non sono del tutto equivalenti), l’aspetto forse più importante di queste nuove forme di condivisione è ciò che Serge Tisseron definisce, *le désir d’extimité*, vale a dire il desiderio di “extimità” – diametralmente opposto all’esibizionismo – di rendere pubblici aspetti privati, talvolta anche segreti di sé, per farli conoscere, riconoscere e convalidare dal proprio gruppo di appartenenza tramite la condivisione (Tisseron, 2008).

Tale desiderio si declina in forme diverse, talora anche contraddittorie, nuove, le quali prima di essere giudicate eticamente (attività necessaria e imprescindibile, soprattutto quando i giovani utilizzatori appa-

Anche il confine tra pubblico e privato, come risulta dall’accurata analisi di *Anna Totaro*, è messo in discussione da strumenti molto diffusi come i blog, che lungi dall’essere un semplice diario dell’adolescente solitario

tengono alla categoria dei minori) devono essere considerate nella loro complessità, pena una deriva irrecuperabile nei confronti dell’universo giovani. In questa prospettiva i diversi strumenti che affollano lo spazio della condivisione si impongono alla lettura come cifre di nodi esperienziali e identitari: dai blogs ai *machinima*, dai video di You tube o di My Space ai videogiochi, dalle reti di amicizia su Facebook all’accumulo e allo scambio di files attivato tramite Emule, nuove modalità

di relazione e di condivisione materiale ed affettiva si compiono in una realtà che solo una visione anacronistica può definire virtuale e che, invece, non può che essere intesa come *aumentata e mista*.

Il contributo di *Francesca Comunello*, mostra con chiarezza come i *Social Network Sites* non implicino una cesura tra le forme di relazione online e quelle offline, ma siano invece efficaci strumenti di realizzazione di relazioni basate sull’individualizzazione dei rapporti che si articolano in una serie frammentata di network personali centrati sul soggetto (*ego centered*) in cui alcuni concetti chiave dell’identità e della relazione con altri, come ad esempio il concetto di privacy o di amicizia, presentano sfumature tali da mettere in crisi la loro accezione classica. Anche il confine tra pubblico e privato, come risulta dall’accurata analisi di *Anna Totaro*, è messo in discussione da strumenti molto diffusi come i blog, che lungi dall’essere un semplice diario dell’adolescente solitario, si confermano come luoghi capaci di attivare dinamiche di relazione che non solo consentono la condivisione di interessi, conoscenze e attività, ma favoriscono la creazione di un valore collettivo, non estraneo alla logica del dono, formato da elementi creativi, partecipativi e distributivi.

Ed è proprio l’aspetto creativo uno degli elementi su cui insistono gli *Users Generated Content*, di cui il *Fansubbing*, indagato in profondità da *Paola Panarese*, è forse uno degli esempi più significativi: passione, competenza, gratuità sono le qualità che alcuni internauti, i *Fansubber* per l’appunto, mettono a disposizione, ma soprattutto condividono con gli altri per sottotitolare serie televisive non ancora doppiate e renderle disponibili per tutti.

Uno degli aspetti più importanti del *Content Sharing* osservabile tra i giovani è senza dubbio la capacità di facilitare la formazione di processi di appartenenza a una comunità affettivamente connotata – unita da un sentire comune – tramite la condivisione di un codice interpretativo che molto spesso ha come campo di applicazione i gusti e gli stili di vita. Le preferenze e le appartenenze condivise si presentano spesso quindi anche come *Brand Communities*, diventando, come ci illustrano *Federica Cardia* e *Angelo Passero*, un terreno di conquista per nuove forme di marketing, come il *buzz marketing* o il *guerrilla marketing*, ma anche uno spazio comunicativo in cui si incontrano le esigenze delle aziende e il contesto esperienziale degli utenti. Tuttavia, questo spazio non è solo punto d’incontro, aperto e democratico, ma nasconde anche lati oscuri, problematici ai fini della valutazione del fenomeno. Infatti, come sintetizza con

rigore *Giulio Lughi*, nei Social Network allo scambio alla pari e condiviso, che caratterizza il livello degli utenti, si contrappone, quasi sempre in maniera non manifesta, profonda e complessa, l'azione di tracciamento e profilazione che le strutture mediatiche produttrici utilizzano per *raggiungere* l'utente nel modo più efficace ed economico al fine di realizzare campagne mirate.

Un'altra funzione rilevante dei *Social Network* è quella di produrre all'interno delle *communities* un sistema di autorità e competenze capace in primo luogo di indirizzare e di convalidare le scelte, ed in secondo luogo di diventare strumento raffinato per processare prodotti e contenuti a diversi livelli di complessità. *Simone Mulargia* mostra nel suo studio sul contenuto violento dei videogiochi, come la pratica della condivisione fornisca norme, valori e conoscenze relativi al contenuto che inseriscono il *gamer* – a patto che sia dotato di adeguate risorse simboliche – in un complesso sistema di meta-riflessione, in una prospettiva di totale coinvolgimento, mantenendo però al tempo stesso un elevato grado di coscienza di sé.

Ciò che possiamo osservare con relativa certezza è che le modalità di condivisione e più in generale, gli strumenti delle nuove tecnologie, sono in grado di modificare sia il sistema valoriale sia il sistema cognitivo dei giovani. Ad esempio, la percezione della legalità e dell'illegalità, indagata in profondità nel contributo di *Grazia Isernia*, è senza dubbio alterata in contesti di *File Sharing*, in cui la condivisione di musica e filmati, spesso in aperta contravvenzione con le leggi sul diritto d'autore, viene intesa come positiva e non sanzionabile dal popolo del download che sposta il confine della legalità tra chi scarica materiale per fruire di un prodotto culturale da condividere con altri (legale) e chi, invece, lo fa per arricchirsi (illegale).

Ma anche la percezione, l'attenzione, la concentrazione, momenti fondamentali dei processi cognitivi, a contatto con le nuove tecnologie subiscono trasformazioni profonde che colpiscono impreparati sia gli adulti che le istituzioni formative. Un fenomeno come il *multitasking*, l'abilità di compiere contemporaneamente attività diverse, analizzato con particolare rigore da *Alberto Marinelli*, non reca solo l'insidia della perdita della capacità di concentrazione, ma può essere un'occasione di crescita evolutiva che sviluppa, grazie anche alle piattaforme tecnologiche, "un'attenzione parziale continua" che permette di selezionare le informazioni evitando l'overload di stimoli.

Tuttavia, l'acquisizione di abilità tecnologico-cognitive da parte dei giovani, ci ricorda *Ida Cortoni*, incrementano un gap generazionale che si manifesta come gap espressivo, valoriale e fruitivo, che non deve portare gli adulti ad abdicare, in favore della tecnologia, dal ruolo, indubbiamente sempre più faticoso e complesso, di guida e di formazione. Al contrario, la consapevolezza di tali difficoltà può diventare strumento per raggiungere come obiettivo formativo una qualità mediale a cui corrisponda un'efficacia comunicativa in grado di provocare coinvolgimento emotivo e capacità critica nei giovani utenti: non solo nei confronti di quelli che si trovano in condizione di arretratezza rispetto alle tecnologie digitali, ma anche rispetto a quelli considerati più esperti. Ciò permetterebbe di sviluppare una maggiore consapevolezza delle potenzialità e dei rischi, e una più stabile responsabilità di utilizzo delle tecnologie digitali. Una via possibile alla realizzazione di questa difficile condivisione di esperienze e di saperi tra giovani e adulti è quella indicata da *Emanuela Tumolo*, che con le *Networked families* ci fa intravedere la speranza di vedere realizzata la condizione in cui la rete e le nuove tecnologie diventino il territorio di esperienze condivise tra i genitori e i figli, e fra gli adulti e i giovani, in grado di incrementare forme di contatto e di relazione al proprio interno e di proporsi, fatto questo molto significativo, anche come unità comunicante in rete.

Bibliografia

- CASALEGNO F. (2007). *Le cybersocialità*. Milano: il Saggiatore.
- GIBSON J. (1979). *The Ecological Approach to Visual Perception*. Boston: Houghton Mifflin (trad. it. *L'approccio ecologico alla percezione visiva*. Bologna: il Mulino 1999).
- JENKINS H., (2006). *Convergence Culture*. New York: New York University Press (trad. it. *Cultura convergente*. Milano: Apogeo 2007).
- POSTMAN N. (1992). *Technopoly. The Surrender of Culture to Technology*. New York: A Knopf (trad. it. *Technopoly. La resa della cultura alla tecnologia*. Torino: Bollati Boringhieri 1993).
- STROLL A. (1988). *Surfaces*. Minneapolis: University of Minnesota (trad. it. *Superfici*, Milano: Guerini 2000).
- SUSANI M. (2/2000). Citizen Media: lieux sociaux et transmission de l'expérience. in *Sociétés*, 68, Bruxelles : De Boeck.
- TISSERON S. (2008). *Virtual mon amour*. Paris: Albin Michel.