



# SOCIAL NETWORKING: TECHNOLOGIES AND APPLICATIONS

INGEGNERIA DEL CINEMA E DEI MEZZI DI COMUNICAZIONE  
2018-2019

[gabriella.taddeo@gmail.com](mailto:gabriella.taddeo@gmail.com):

# COSA IMPAREREMO

---

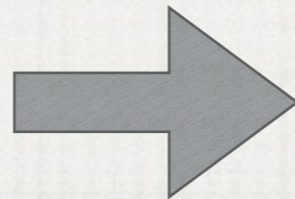
- ANALISI **STORICA E COMPARATIVA** DEI PRINCIPALI SOCIAL NETWORK
- MODELLI DI **NETWORKING, COMPUTER MEDIATED COMMUNICATION E COMMUNITY BUILDING**
- STRUMENTI E METODOLOGIE DI **ANALISI DEL TARGET E DELLA USER EXPERIENCE**
- **PROGETTAZIONE, DESIGN DELL'INTERAZIONE E PROTOTIPAZIONE** SECONDO L'APPROCCIO DEL **DESIGN THINKING**
- DEFINIZIONE DEL **BUSINESS MODEL** E DELLE OPPORTUNITÀ DI SVILUPPO IN RELAZIONE ALLE **DINAMICHE DI IMPRESA 4.0** ( IN PARTICOLARE **BIG DATA ANALYTICS, INTERNET OF THINGS**)
- VALIDAZIONE E UTILIZZO DI **METRICHE E STRUMENTI DI ANALISI DEI FEEDBACK E DESIGN ITERATIVO**

# LEZIONE 1: LE FORME DELLA SOCIALITÀ

smartmobs  
networks  
società  
comunità  
massa  
tribù  
folla

# LE FORME DELLA SOCIALITÀ

**MASSA**



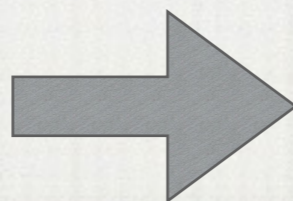
MOLTITUDINE DI PERSONE POLITICAMENTE PASSIVE, IN POSIZIONE DI OGGETTIVA DIPENDENZA DALLE ISTITUZIONI PORTANTI DI UNA SOCIETÀ-POLITICHE, ECONOMICHE, MILITARI- E QUINDI FORTEMENTE INFLUENZABILI DA ESSE, INCAPACI DI ORGANIZZARSI E DI ESPRIMERE UNA PROPRIA VOLONTÀ.

NEL CORSO DEL 900, A PARTIRE DALL'ANALISI DI **TOCQUEVILLE** (1835) L'IDEA DI MASSA PRENDE UNA CONNOTAZIONE ATTIVA.

EMERGE COSÌ UNA DIALETTICA TRA VISIONI POSITIVE E PROGRESSISTE DELLA MASSA (**MARX, GRAMSCI**) E VISIONI NEGATIVE (POTERE DEI MEDIOCRI, POTERE DELLE FOLLE IRRAZIONALI, POTERE DELLE MOLTITUDINI ANONIME (**LE BON, CANETTI, ORTEGA Y GASSET**))

# LE FORME DELLA SOCIALITÀ

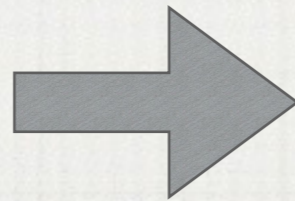
**COMUNITÀ/SOCIETÀ**



**TONNIES**, IN UN'OPERA CENTRALE PER LA SOCIOLOGIA MODERNA (1887), DISTINGUE FRA COMUNITÀ (*Gemeinschaft*) E SOCIETÀ (*Gesellschaft*). MENTRE LA PRIMA È DOMINATA DA LEGAMI E SOLIDARIETÀ SPONTANEI, DA UNA SCARSA INDIVIDUALIZZAZIONE, DALL'APPARTENENZA FORTE A UN COMUNE CREDO MORALE E RELIGIOSO, NELLA SOCIETÀ, EMERGENTE CON L'EPOCA INDUSTRIALE, DOMINA LA VOLONTÀ INDIVIDUALE, L'AZIONE DEI SINGOLI È INFLUENZATA DA LEGAMI CONTRATTUALI, LA SOLIDARIETÀ È DI TIPO RAZIONALE.

# LE FORME DELLA SOCIALITÀ

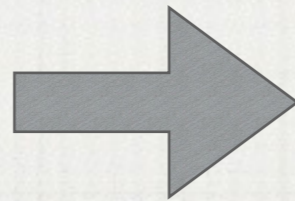
**COMUNITÀ**



UNA COLLETTIVITÀ IN CUI I MEMBRI AGISCONO RECIPROCAMENTE E NEI CONFRONTI DI ALTRI, NON APPARTENENTI ALLA COLLETTIVITÀ, ANTEPONENDO I VALORI, LE NORME, I COSTUMI E GLI INTERESSI DELLA COLLETTIVITÀ, CONSIDERATA COME UN TUTT'UNO, A QUELLI PERSONALI.

# LE FORME DELLA SOCIALITÀ

**FOLLA**

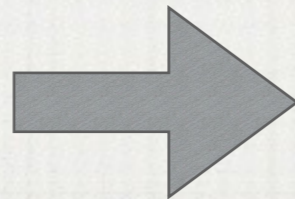


LO STUDIO DI **LE BON** *PSICOLOGIA DELLE FOLLE* (1895) ASSOCIA AL CONCETTO DI MASSA QUELLO DI FOLLA, INTESA COME MOLTITUDINE DI INDIVIDUI RADUNATI IN UN CERTO LUOGO E TRA LORO INTERAGENTI SULLA BASE DI PULSIONI E CREDENZE CONDIVISE, ANCORCHÈ ELEMENTARI.

NELLA FOLLA EMERGONO I PEGGIORI LATI DELL'INDIVIDUO, FORME ARCAICHE DI IRRESPONSABILITÀ E VIOLENZA, CHE CIASCUN SINGOLO, PRESO A SÈ, RESPINGEREBBE CON SDEGNO.

# LE FORME DELLA SOCIALITÀ

**(SMART) MOBS**

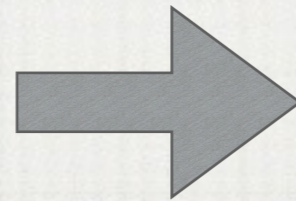


BEN DIVERSA È L'INTERPRETAZIONE CONTEMPORANEA DEL TERMINE FOLLA, (MOB), DATA DA **HOWARD RHEINGOLD** (2003). PER L'AUTORE, "PROFETA" DELLA CYBERSOCIETÀ A PARTIRE DAGLI ANNI '90, LE TECNOLOGIE MOBILI DI CONNESSIONE PERMETTONO, OGGI, ALLE FOLLE DI ORGANIZZARSI, MUOVERSI E AGIRE IN MODO ORGANICO E STRUTTURALE, ANCHE PIANIFICATO, DANDO LUOGO A UN'INTELLIGENZA "A SCIAME", DOVE L'INSIEME POSSIEDE PIÙ CONOSCENZE DELLE SINGOLE PARTI.



# LE FORME DELLA SOCIALITÀ

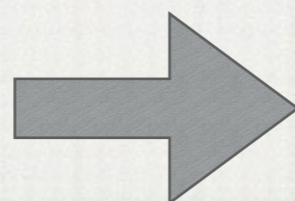
**“SCIAMI  
PENSANTI”**



**KEVIN KELLY (1996)**, A PARTIRE DALLE TEORIE DEI SISTEMI EMERGENTI IN NATURA, TRACCIA UN PARALLELO TRA ALCUNI SISTEMI VIVENTI, COME LE COLONIE DI FORMICHE, E LE NUOVE INTELLIGENZE COLLETTIVE, DEFINITE “SUPERORGANISMI” IN QUESTI SISTEMI SI VERIFICA LA CAPACITÀ DEL GRUPPO DI SVOLGERE COMPITI CHE NESSUNO INDIVIDUALMENTE SAREBBE CAPACE DI SVOLGERE. GLI ESEMPI VANNO DALLE JAZZ SESSION, ALLE COLONIE DI FORMICHE, AI SISTEMI DI COLLABORATIVE FILTERING DI UN SITO COME AMAZON.

# LE FORME DELLA SOCIALITÀ

**NETWORK**



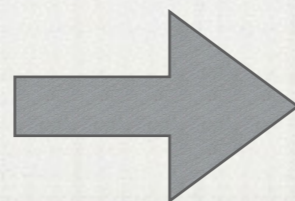
IL CONCETTO DI NETWORK PROGRESSIVAMENTE SOSTITUISCE E CONTAMINA NEL DISCORSO SCIENTIFICO QUELLO DI COMMUNITY.

IL TERMINE *NETWORK SOCIETY* VIENE CONIATO DA J. VAN DIJK (1991) E UTILIZZATO DA CASTELLS (1996) PER IDENTIFICARE FORME DI SOCIETÀ IN CUI RETI SOCIALI FISICHE E RETI VIRTUALI, BASATE SULLO SCAMBIO DI INFORMAZIONI, MODELLANO I COMPORTAMENTI SOCIALI.

BARRY WELLMAN CONTRIBUISCE NOTEVOLMENTE A DEFINIRE LA NATURA DELLE NUOVE RETI SOCIALI ABILITATE DA INTERNET: LA MOLTIPLICAZIONE DI *LEGAMI DEBOLI* (WEAK TIES) E DEL *NETWORKED INDIVIDUALISM*, È, PER L'AUTORE, IL NODO CENTRALE DELLA RICONFIGURAZIONE DELLE RELAZIONI SOCIALI.

# LE FORME DELLA SOCIALITÀ

**TRIBÙ**



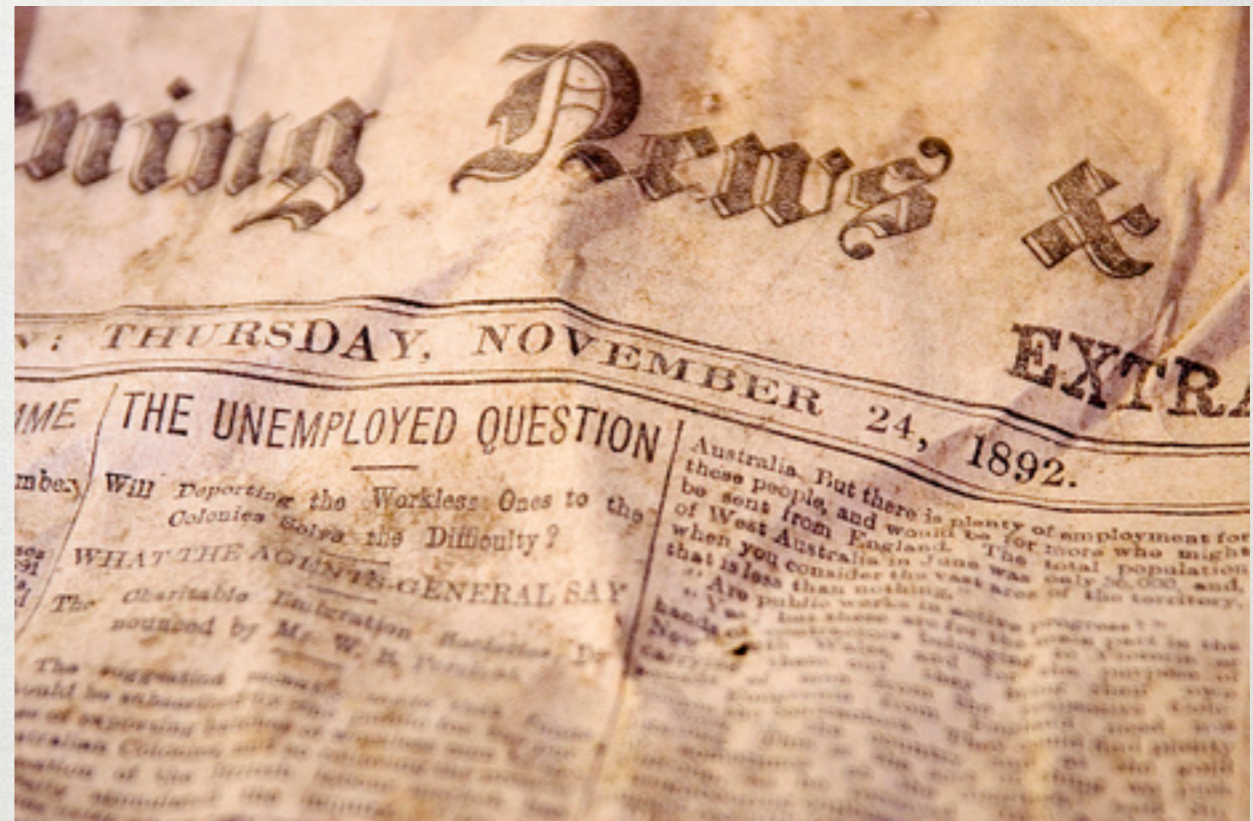
NELL'INTERPRETAZIONE POSTMODERNA DI **MICHELLE MAFFESOLÌ (2006)**, L'IMMAGINE DELLA TRIBÙ CONTAMINA E SOSTITUISCE PROGRESSIVAMENTE QUELLE DI SOCIETÀ E DI COMUNITÀ.

LE TRIBÙ, SECONDO L'AUTORE, SONO AGGLOMERATI ALLO STESSO TEMPO LOCALI E GLOBALI, GUIDATI DALL'AFFETTO E DALLE EMOZIONI, PIÙ CHE DA VALORI STABILI. A DIFFERENZA DELLE COMUNITÀ, LE TRIBÙ SONO PER DEFINIZIONE "NOMADI", INSTABILI ED EFFIMERE: ESSE SONO IL NUOVO MODELLO DI SOCIALIZZAZIONE SOPRATTUTTO NELLE GIOVANI GENERAZIONI METROPOLITANE.

# SOCIALITA' E MEDIA

SEBBENE IL RAPPORTO  
TRA SOCIETÀ E MEDIA  
POSSA FARSI RISALIRE  
ALL'EPOCA DEI PRIMI  
PAPIRI EGIZI,  
CONVENZIONALMENTE SI  
SITUA UNA TRADIZIONE  
CONTINUATIVA DI STUDI A  
PARTIRE DAI PRIMI DEL  
NOVECENTO.

LE PRIME ANALISI  
PROVENGONO DALLA  
COSIDDETTA "SCUOLA DI  
CHICAGO", NEGLI ANNI  
VENTI E TRENTA (PARK  
1929), CHE HA  
ANALIZZATO IL RUOLO  
DEI GIORNALI NEL  
DEFINIRE LE COMUNITÀ  
LOCALI E GLOBALI.



# SOCIALITA' E COMUNICAZIONE MEDIATA DAL COMPUTER (CMC).LA PRIMA FASE DI STUDI.

---

GLI STUDI SULLA COMUNICAZIONE MEDIATA DAL COMPUTER INIZIANO DAGLI ANNI '80, RIVOLTI SOPRATTUTTO AI CONTESTI AZIENDALI E ORGANIZZATIVI.

## **TEMI CHIAVE:**

- LEADERSHIP
- DECISIONI DI GRUPPO
- EFFICACIA ED EFFICIENZA ORGANIZZATIVA

APPROCCIO *REDUCED SOCIAL CUES* (KIESLER 1984) MOSTRA, ATTRAVERSO ESPERIMENTI EMPIRICI DI CONFRONTO TRA GRUPPI ON LINE E FACCIA A FACCIA, GLI EFFETTI DELLA RIDUZIONE DEGLI INDICATORI SOCIALI VEICOLATI DALLA CMC. SECONDO QUESTO APPROCCIO DI RICERCA LA CMC PRODUCE MINORE COORDINAMENTO DECISIONALE, RISSOSITÀ (FLAME) E INCAPACITÀ DI NORMARE LE COMUNICAZIONI ON LINE.

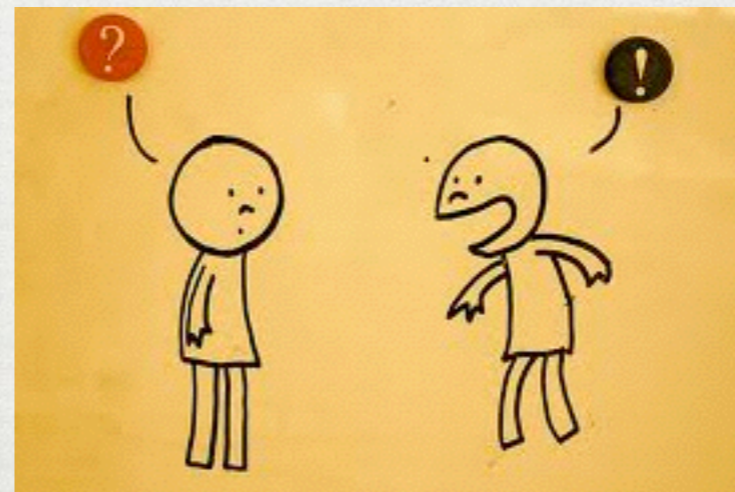


# SOCIALITA' E COMUNICAZIONE MEDIATA DAL COMPUTER (CMC)

---

CON IL TEMPO, INVECE CHE  
CONSIDERARE LE REDUCED SOCIAL  
CUES UNA VARIABILE INDIPENDENTE  
IN GRADO DI INFLUENZARE IN TOTO  
LA COMUNICAZIONE SOCIALE, SONO  
STATE CONSIDERATE DIVERSE  
CARATTERISTICHE MEDIALI IN  
GRADO DI PRODURRE EFFETTI  
SULLA SOCIALITA':

- LE PROBLEMATICHE SPAZIO-  
TEMPORALI
- I PARTECIPANTI
- LA NATURA (PREVALENTEMENTE)  
SCRITTA DELLA COMUNICAZIONE  
MEDIATA



# CMC SPAZIO E TEMPO

---

PER QUANTO RIGUARDA  
L'ASPETTO SPAZIO-  
TEMPORALE, LA CMC HA  
COMPORTATO UNA DRASTICA  
RIDUZIONE DEL RUOLO DELLA  
PROSSIMITA' SPAZIALE E  
TEMPORALE NELLE  
RELAZIONI.

NON ERA PIÙ NECESSARIO  
ESSERE **QUI**, E **ORA**, PER  
INTESSERE UNO SCAMBIO  
COMUNICATIVO.

QUESTO HA COMPORTATO UN  
AUMENTO DEL POTENZIALE DI  
**SOCIALITA'** E DI **IMPEGNO  
INTERPERSONALE** AGIBILE  
DAL SINGOLO INDIVIDUO.



# CMC SPAZIO E TEMPO

---

LA POSSIBILITA' DI RILEGGERE,  
RISCRIVERE, EDITARE LA PROPRIA  
COMUNICAZIONE  
INTERPERSONALE PRIMA DI  
INVIARE UN MESSAGGIO, QUINDI  
DISPORLA IN MANIERA ANALITICA  
NELLO SPAZIO E NEL TEMPO,  
ATTRAVERSO LA SCRITTURA,  
COMPORTA L'AGGIUNTA DI UN  
LIVELLO META-RIFLESSIVO ALLA  
COMUNICAZIONE  
INTERPERSONALE (**ONG 1992**),  
LO SPAZIO DELLA RELAZIONE SI  
IBRIDA CON LO SPAZIO DELLA  
SCRITTURA, E CON LE SUE  
REGOLE.





# CMC E SPAZIO: TRA VILLAGGIO GLOBALE E CYBERBALCANIZZAZIONE

---

DA UNA PARTE LA DE-  
SPAZIALIZZAZIONE DELLE  
RELAZIONI HA PORTATO A  
INTERPRETARE LA  
COMUNICAZIONE ON LINE COME  
LA REALIZZAZIONE COMPIUTA DEL  
**VILLAGGIO GLOBALE** DI  
MCLUHAN, DALL'ALTRA, POSIZIONI  
PIÙ PESSIMISTE HANNO  
SOSTENUTO L'EMERGERE DI  
FENOMENI DI ISOLAMENTO E DI  
CHIUSURA CULTURALE, LEGATI  
ALLA POSSIBILITA' DI  
GHETTIZZARSI IN **COMUNITA'** DI  
INTERESSI ON LINE **BLINDATE**.  
IL COSIDDETTO **BUBBLE EFFECT**



# FILTER BUBBLE EFFECT E ECHO CHAMBER

- **SECONDO HOGAN (2010) LE PERSONE TENDONO A CENSURARE I PROPRI POST VERSO IL “LOWEST COMMON DENOMINATOR” DI TUTTI I PROPRI AMICI DEL PROPRIO SPECIFICO ACCOUNT PIUTTOSTO CHE CONSIDERARE UNA DISTINZIONE PUBBLICO E PRIVATO O PIUTTOSTO CHE COSTRUIRE LISTE**
- **ALL’AUMENTARE DELLA LISTA DI AMICI, LA DISCUSSIONE SU TOPIC SENSIBILI È SEMPRE PIÙ DIFFICILE. QUESTO CREA UNO SPAZIO EGEMONICO, MAINSTREAM, MEDIO DOVE SI AUTOCENSURANO LE POSIZIONI PERSONALI ALTERNATIVE PERCHÉ SI PERCEPISCE IL RISCHIO DI POTER URTARE QUALCUN’ALTRO**
- **SI AUTO APPLICA UN “FILTER BUBBLE EFFECT” (PARISER 2011) DOVE FACEBOOK MOSTRA SOLO CIÒ CHE LE PERSONE VOGLIONO VEDERE**
- **GLI UTENTI TENDONO A OMOGENEIZZARE LE PROPRIE STRATEGIE DI CONDIVISIONE DEI CONTENUTI, CONDIVIDENDO SOLO OPINIONI GIUDICATE SOCIALMENTE GRADITE (ECHO CHAMBER)**

# CMC E PARTECIPANTI

---

IL SECONDO ASPETTO RIGUARDA LA SCARSITA' DELLE INFORMAZIONI RELATIVE AI PARTECIPANTI E IL LORO EFFETTO SULL'IDENTITA' E SULLE RELAZIONI.

SUPERATO L'APPROCCIO DETERMINISTICO DELLA FASE **REDUCED SOCIAL CUES**, SI INDAGANO ASPETTI COMPLESSI, QUALI:

- DEFINIZIONE DI IDENTITA' MULTIPLE;
- WEB COME SPAZIO DI MORATORIUM E RIDOTTO RISCHIO SOCIALE;
- DEFINIZIONE DI **PUBBLICI INVISIBILI**



# IDENTITA' AUTENTICHE

---

*ANONIMITY IS PART OF THE MAGIC* (MYERS 1987; HARAWAY, 1991; STONE 1995; TURKLE 1996).

PER ALTRI, INVECE, L'ANONIMATO INCENTIVA E FAVORISCE, NELLE PERSONE, LA CAPACITÀ DI DIRE LA VERITA' E DI ESSERE PIÙ ONESTE, BYPASSANDO I RISCHI CHE CORREREBBERO OFF LINE. (MC-KENNA E BARGH, 2000).

SPESSO, INFINE, LE IDENTITA' ONLINE, INVECE CHE ESSERE SGANCIATE DAI CONTESTI, SONO UN PATCHWORK FORTEMENTE CONTESTUALIZZATO ALLE MOLTEPLICI REALTÀ SOCIALI OFF-LINE. L'IDENTITA' ON LINE, IN QUESTI CASI, AD ESEMPIO QUELLA COSTRUITA TRAMITE LE PAGINE PERSONALI, È QUINDI LUOGO DI RICOMPOSIZIONE DEI MOLTEPLICI E SPESSO FRAMMENTARI SÈ VISSUTI NEL QUOTIDIANO (GOFMANN 1966)

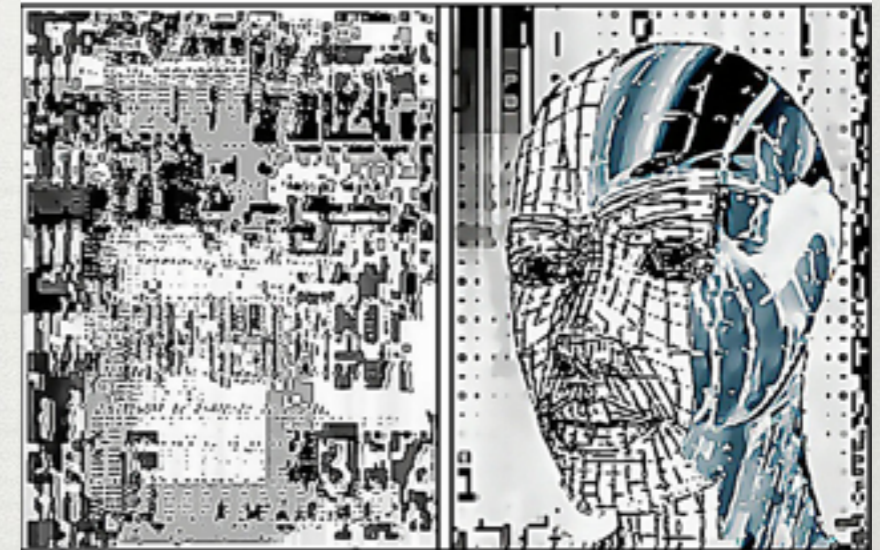


# IDENTITA' MULTIPLE

---

AUTRICI COME **TURKLE** (1996), E **STONE** (1995) EVIDENZIANO L'EMERGERE DELLO SPAZIO VIRTUALE COME UNA RISORSA INNOVATIVA PER LA RIDEFINIZIONE DEL CONCETTO DI IDENTITA', NON PIÙ LEGATA FORTEMENTE AL SÈ CORPOREO E/O A FATTORI CONTESTUALI (IL LUOGO DOVE SI VIVE, IL PROPRIO LAVORO), MA COSTRUIBILE IN RELAZIONE ALL'UNIVERSO SIMBOLICO DI DESIDERI E PROIEZIONI DEGLI INDIVIDUI.

TALI IDENTITA' SIMBOLICHE NON VENGONO CONSIDERATE DEI "FALSI", DELLE BUGIE, MA PIUTTOSTO DELLE FINESTRE MOLTEPLICI DALLE QUALI GUARDARE AGLI INDIVIDUI CON MINORI LIMITAZIONI.



# CMC E MORATORIUM

---



SI PARLA DI NUOVO LUOGO DI MORATORIUM: SPAZIO, PARAGONABILE AL RUOLO CHE NELLE SOCIETÀ PRE-MODERNE AVEVA IL CARNEVALE, DOVE È POSSIBILE IN UN CONTESTO LIMITATO TEMPORALMENTE TRASCENDERE LE REGOLE DEL VIVERE CIVILE, TRASGRESSIONE: **LA TRASGRESSIONE CONTROLLATA** È INFATTI FUNZIONALE AL SISTEMA CIVILE.

# LA CMC E' "FREDDA" O "CALDA"?

---

A FRONTE DEI PRIMI STUDI CHE VOLEVANO LA CMC POVERA DI INDICATORI SOCIALI E QUINDI DI STRUMENTI DI EMPATIA, DIVERSI STUDI SUCCESSIVI (MEYERS 1987) HANNO MOSTRATO COME IL GIOCO, LA CONVIVIALITA' E IL DESIDERIO DI CALORE E SPONTANEITA' SONO MOLTO FREQUENTI NELLA CMC, SOPRATUTTO A CAUSA DELLA "EFFIMERITA", VELOCITÀ, INTERATTIVITÀ E LIBERTA' DALLA TIRANNIA DEI MATERIALI"

# CMC E PUBBLICI INVISIBILI

---

NELLA CMC CAMBIA ANCHE IL MODO IN CUI GLI INDIVIDUI SI RELAZIONANO AL LORO PUBBLICO DURANTE LA COMUNICAZIONE. MENTRE NELLA COMUNICAZIONE FACCIA A FACCIA E' SEMPRE CHIARO E INEQUIVOCABILE IL PROPRIO DESTINATARIO, NELLA CMC NON SEMPRE È POSSIBILE SAPERE A PRIORI CHI E QUANTI SARANNO I PROPRI DESTINATARI.

**THOMPSON** (1998) STUDIA L'EFFETTO DELLA COMUNICAZIONE MEDIATA GIA' NELLA TV, DEFINENDO LE INTERAZIONI CHE AVVENGONO TRA EMITTENTI E DESTINATARI TV COME:

*QUASI-INTERAZIONI MEDIATE.*

SUL WEB IL PANORAMA SI COMPLICA. INSIEME ALLE QUASI-INTERAZIONI MEDIATE, AVVENGONO ANCHE INTERAZIONI MEDIATE IN MODO SINCRONO.





# LA CMC E LE NUOVE RELAZIONI SOCIALI

---

LA CMC, BASANDO LA CREAZIONE DI NUOVE RELAZIONI NON SU INDICATORI FISICI, MA CULTURALI (IL MODO DI SCRIVERE, DI PRESENTARSI, COSA SI DICE E COME), METTE IN DISCUSSIONE LE CLASSICHE TEORIE DELL'INTERAZIONE SOCIALE, COME IL MODELLO DELLA **PENETRAZIONE SOCIALE (LEA E SPARS 1995)**, SUDDIVISO IN FASI, DOVE LA PRIMA È VEICOLATA SOPRATUTTO DALL'ASPETTO FISICO.

IN OGNI CASO ANCHE LE RELAZIONI AVVIATE TRAMITE CMC, SEGUONO UN ANDAMENTO PREVEDIBILE MIRATO, PROGRESSIVAMENTE, A RIDURRE L'INCERTEZZA E AD AUMENTARE L'AFFINITÀ: SI PASSA AD ESEMPIO DALLA DISCUSSIONE PUBBLICA, A QUELLA PRIVATA A-SINCRONA (MAIL) A QUELLA SINCRONA E INFINE AL FACCIA A FACCIA.



# LA CMC E LE RELAZIONI ESISTENTI

---

DIVERSI STUDI EVIDENZIANO, IN MANIERA CONTRADDITTORIA, GLI EFFETTI DELLA COMUNICAZIONE ONLINE SULLE RELAZIONI ESISTENTI.

A FRONTE DI ALCUNI STUDI (WOLAK ET AL. 2003) CHE MOSTRANO GLI **ADOLESCENTI ON LINE PIÙ INSECURI E CONFLITTUALI** DEI LORO COETANEI OFF LINE, SOPRATUTTO CON I GENITORI, DIVERSI ALTRI STUDI EVIDENZIANO CHE I FORTI COMUNICATORI ON LINE DI SOLITO USANO DI PIÙ ANCHE TELEFONO E COMUNICAZIONE FACCIA A FACCIA, E CHE OGGI MOLTE DELLE RELAZIONI, ANCHE PARENTALI (ES. TRA FRATELLI) VENGONO GESTITE IN MANIERA MASSICCIA (CIRCA IL 10% DELLE COMUNICAZIONE) ATTRAVERSO STRUMENTI ON LINE, IN PRIMIS LA MAIL.



# CMC E CONCETTO DI COMMUNITY

---

**VAN DIJK** (1998) CREA UNA TASSONOMIA PER DESCRIVERE LE PRINCIPALI CARATTERISTICHE DELLE COMUNITÀ ON LINE, RISPETTO A QUELLE OFF LINE, CHE DEFINISCE “ORGANICHE”.

| <b>caratteristica</b>           | <b>comunità organica</b>     | <b>comunità virtuale</b>         |
|---------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| <b>composizione e attività</b>  | gruppo ristretto             | affiliazione libera              |
|                                 | varie attività               | attività più circoscritte        |
| <b>organizzazione e sociale</b> | legata a un luogo e un tempo | non legata a un luogo e un tempo |
| <b>linguaggio e interazione</b> | verbale e non verbale        | verbale e paralinguistica        |
| <b>cultura e identità</b>       | singola, omogenea            | parzialmente plurale, eterogenea |

# COMUNITÀ VIRTUALI A BASE TERRITORIALE

---

SILVER (2000) ANALIZZA LA **COMUNITÀ BEV** (BLACKSBURG ELECTRONIC VILLAGE), IN VIRGINIA: UNA COMUNITÀ TOTALMENTE CONNESSA, COSTRUITA IN MANIERA TOP-DOWN DA UN PICCOLO NUMERO DI ATTORI SOCIALI (INDUSTRIALI LOCALI, AMMINISTRATORI PUBBLICI E UNIVERSITÀ). IL COINVOLGIMENTO DELLE ORGANIZZAZIONI COMUNITARIE, DEI GRUPPI E DEI SINGOLI CITTADINI È STATO IN FASE DI PROGETTAZIONE MINIMO. DOPO LA COSTRUZIONE DEL SITO, IL COINVOLGIMENTO DEI CITTADINI È STATO MINIMO E PIÙ SIMILE A UN APPLICAZIONE COMMERCIALE.: PER SCARICARE BUONI ACQUISTO, CONTROLLARE GLI ORARI DEL CINEMA O ACQUISTARE BENI ONLINE.



# COMUNITÀ VIRTUALI A BASE TERRITORIALE

---

AL CONTRARIO, LA **SEATTLE  
COMMUNITY NETWORK**, A SEATTLE, È  
STATA COSTRUITA IN MODO  
PARTECIPATIVO, BOTTOM-UP, È STATA  
RESA ACCESSIBILE GRATUITAMENTE AI  
CITTADINI TRAMITE BIBLIOTECHE E  
LUOGHI PUBBLICI. E' STATA IN EFFETTI  
VISSUTA COME UN LUOGO DOVE I  
CITTADINI POTEVANO SCAMBIARE  
IDEE, INTERAGIRE TRA LORO E FARE  
COMUNITÀ



# COMUNITÀ VIRTUALI A BASE TERRITORIALE

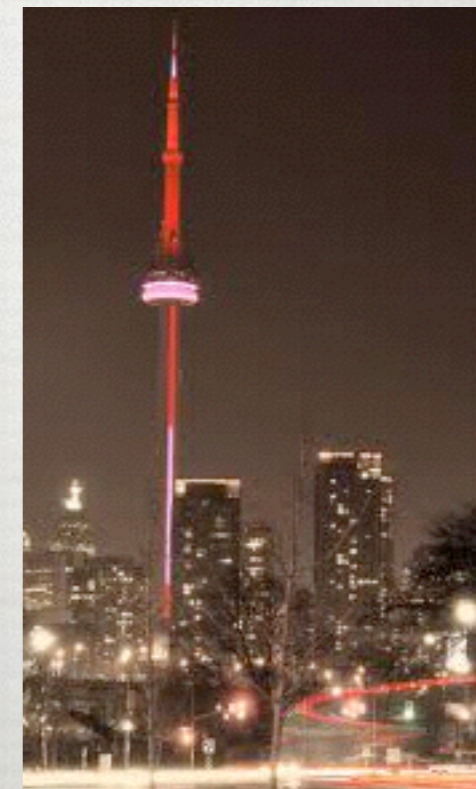
---

**NETVILLE**, INVECE, COMUNITÀ COSTRUITA PER LA ZONA SUBURBANA DI TORONTO, HA MESCOLOTO INFRASTRUTTURA FISICA (120 CASE COSTRUITE) E DIGITALE PER CREARE UN NUOVO ESPERIMENTO DI COMUNITÀ VERSO LA METÀ DEGLI ANNI 90.

LA RETE CABLATA FORNIVA ACCESSO A INTERNET, VIDEOTELEFONO, SERVIZI MUSICALI, PER LA SALUTE E L'INTRATTENIMENTO E PER LA DISCUSSIONE DI VICINATO. HAMPTON (2001) METTE ALLA PROVA EMPIRICAMENTE LE TEORIE DELLA SCUOLA DI TORONTO CHE SOSTENGONO CHE UNA COMUNITÀ NON È NECESSARIAMENTE LEGATA A UN LUOGO FISICO (WELLMAN 1979).

LO STUDIOSO HA ABITATO 2 ANNI NELLA COMUNITÀ E SI È INTEGRATO NELLA VITA SOCIALE DEL VICINATO. I RISULTATI MOSTRANO CHE LA RETE DIGITALE SUPPORTA SIA I LEGAMI FORTI SIA I DEBOLI, SIA QUELLI FUNZIONALI CHE QUELLI PER QUESTIONI SOCIALI E SIMBOLICHE.

IN PARTICOLARE, LA RETE È STATA PARTICOLARMENTE UTILE NEI MOMENTI DI AZIONI SOCIALI COLLETTIVE.



# INTERNET E LA DISCUSSIONE PUBBLICA

---

SCHNEIDER (1997) HA STUDIATO L'INFLUENZA DI TALI COMUNITÀ NEL MODELLARE LA SFERA PUBBLICA, ANALIZZANDO UN FORUM SULL'ABORTO E RACCOGLIENDO UNA BASE EMPIRICA DI OLTRE 46.000 MESSAGGI.

PER INTERPRETARE IL RUOLO DI QUESTI FORUM NEL COSTRUIRE E MODIFICARE LA SFERA PUBBLICA, SCHNEIDER HA ANALIZZATO LE 4 DIMENSIONI DI HABERMAS (1989) RELATIVE ALLA SFERA PUBBLICA:

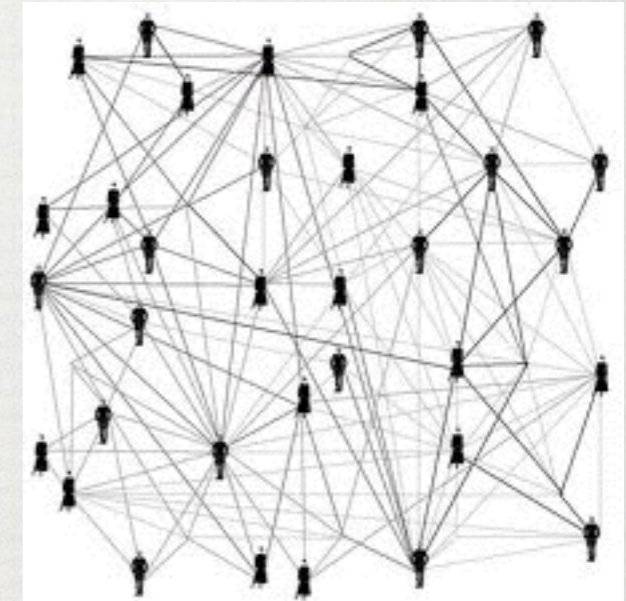
- UGUAGLIANZA** NELL'ACCESSO ALL'ARENA DEL DIBATTITO
- DIVERSITÀ** DI OPINIONI E ARGOMENTAZIONI IRRILEVANTI
- RECIPROCIÀ** O GRADO DI INTERAZIONE TRA I PARTECIPANTI
- QUALITÀ** DELLE INFORMAZIONI



# I NETWORKS

---

A PARTIRE DAGLI ANNI 90 SI PASSA, PROGRESSIVAMENTE,  
DAL CONCETTO DI COMMUNITY A QUELLO DI NETWORK.  
UN MODELLO NUOVO DI SOCIALITÀ, BASATO, SECONDO  
WELLMAN,  
SULL'EMERGERE DI LEGAMI DEBOLI, I COSIDDETTI  
*WEAK TIES*





# Lo sviluppo dell'individualismo interconnesso

## Door-to-Door

- Connettività legata alle singole comunità
- Presenza di un solo Network

## Place-to-Place

- Superamento della singola comunità e del singolo luogo fisico
- Nascita dello "Spazio di Flussi" (Castells)
- Prima forma di vuoto contestuale

## Person-to-Person

- Rafforzamento delle relazioni fisicamente disperse (anche nella famiglia)
- La persona diventa il portale
- Forma radicale di vuoto contestuale

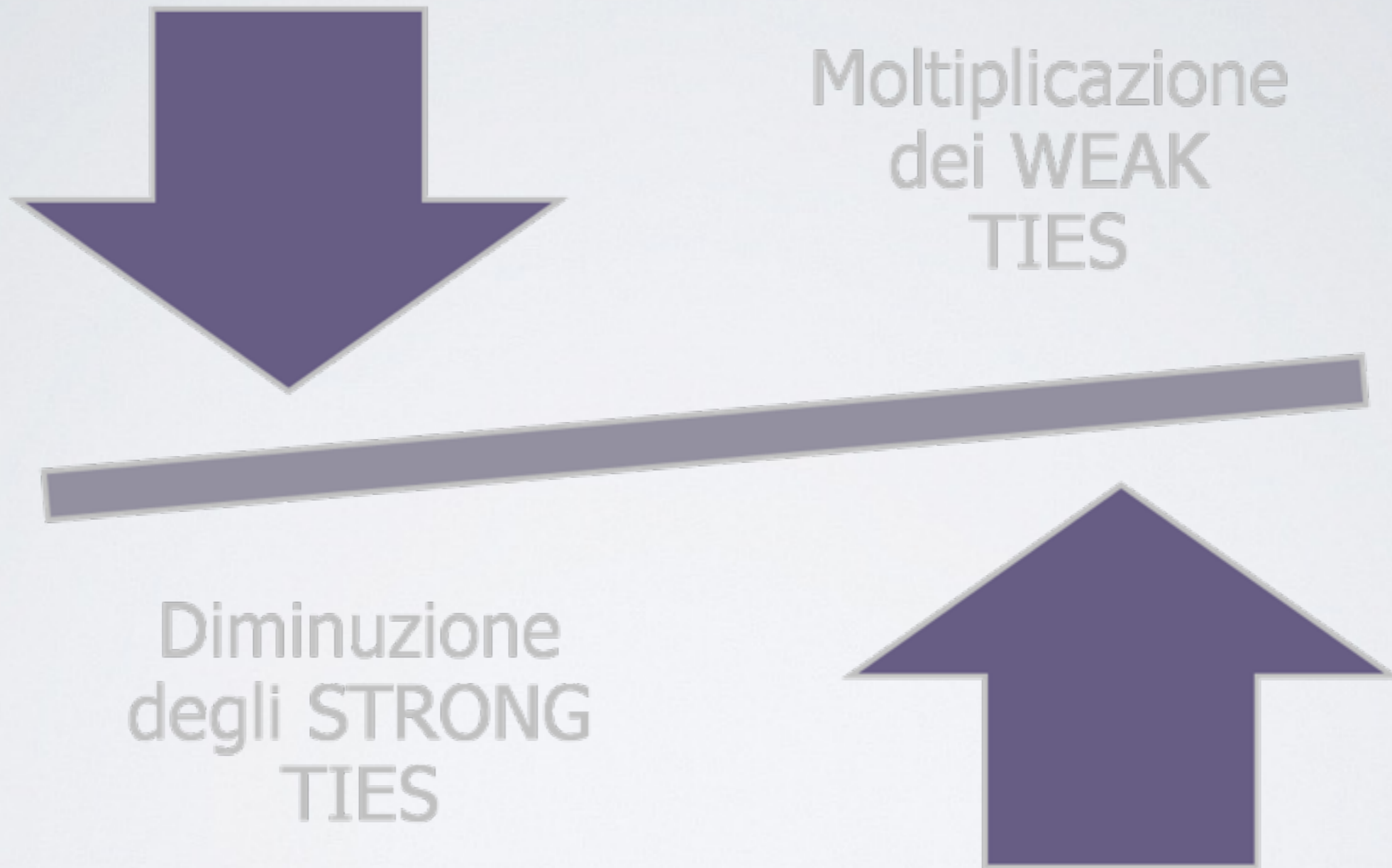
## Role-to-Role

- Contatti con i singoli ruoli dell'individuo
- Legami comunitari basati sulla specializzazione
- Necessità di mantenere un forte portafoglio di contatti

## Agent-to-Agent Network-to-Network

- Creazione di strumenti per risolvere la complessità della specializzazione
- Introduzione della Digital Persona
- Spostamento dell'intelligenza sulle reti locali e personali

# LE NUOVE LOGICHE RELAZIONALI



# COMUNITÀ VS NETWORKED INDIVIDUALISM

Questa forma di connettività estesa e flessibile, caratterizzata da barriere sufficientemente permeabili e dalla possibilità di passare quasi senza soluzione di continuità da un network a un altro, contraddistingue la società contemporanea e segnala la prevalenza dell'appropriazione personale delle dinamiche di relazione sociale.

“Piuttosto che essere organizzati in gruppi chiusi e discreti- a casa, nella comunità, al lavoro, all'interno delle organizzazioni- le persone sono in perenne movimento come singole individualità tra i diversi network separati da confini sfumati (fuzzily-bounded networks)” (Wellman)

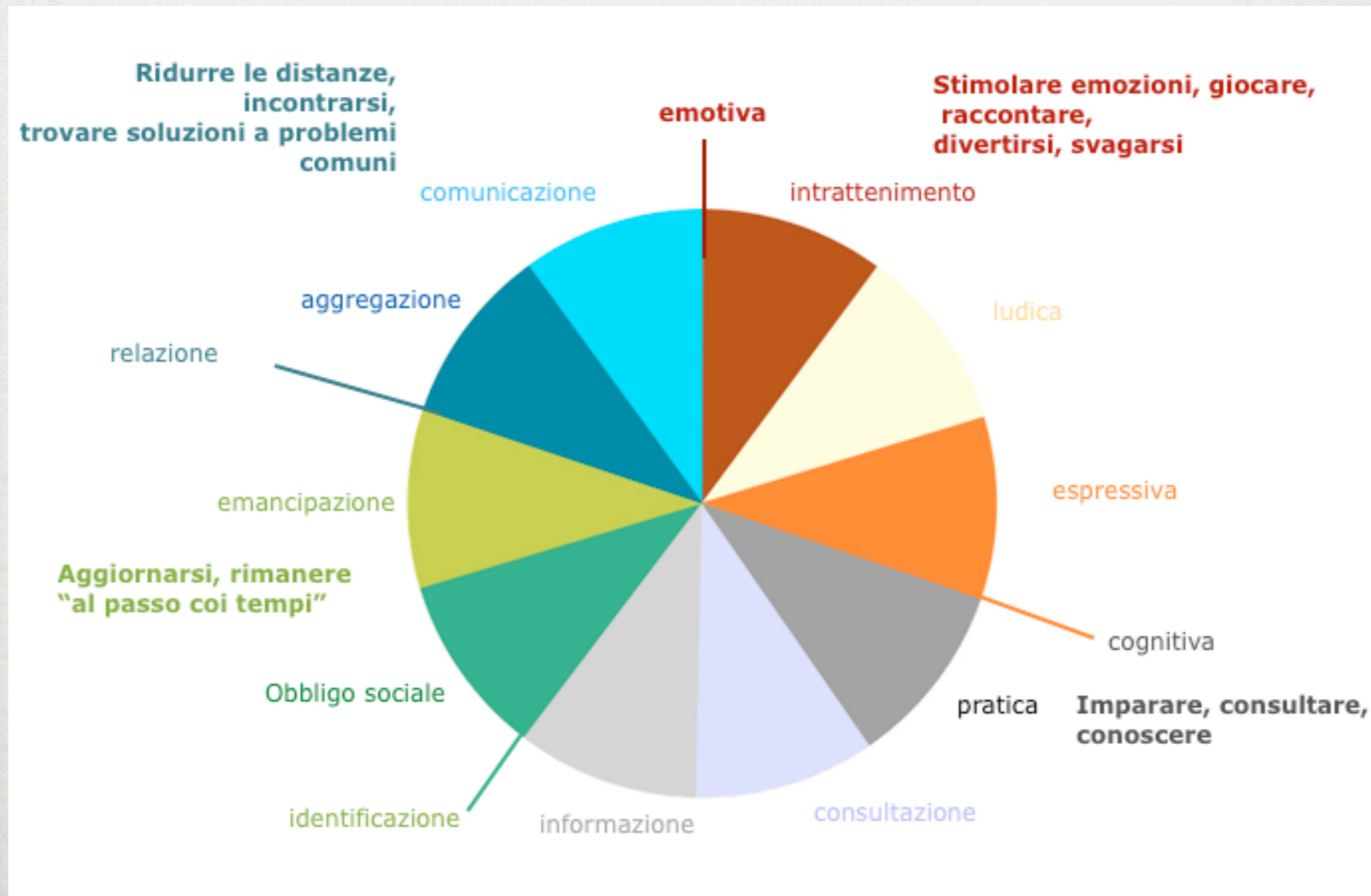


# NETWORKED INDIVIDUALISM

“Ogni persona è simile a un “quadro comandi” che gestisce legami e network. Le persone rimangono connesse ma in quanto individualità autonome, non sulla base del fatto che hanno i piedi ben piantati nella “casa base” del contesto familiare e di lavoro. Ogni persona attiva in modo selettivo i propri network per ottenere informazione, collaborazione, direttive, supporto, senso di socialità e di appartenenza” (Wellman 1996).



# FUNZIONI DELLA CMC



# CHE LEGAMI NEI SOCIAL MEDIA? SPAZIO DISCUSSIONE

**ANALIZZARE IL PROPRIO STATUS NEI SOCIAL NETWORK, ATTRAVERSO UN BREVE REPORT (MAX 2 PAGINE) CHE DESCRIVE:**

-N. DI SOCIAL MEDIA UTILIZZATI

-SCOPI (SI USANO I DIVERSI SOCIAL MEDIA PER SCOPI DIVERSI?).

PRENDERE ORA IN CONSIDERAZIONE IL SOCIAL NETWORK PIÙ UTILIZZATO E STIMARE:

-N. DI AMICI

-QUANTI DI QUESTI AMICI INCONTRATE MENSILMENTE?

-QUANTI MESSAGGI IN MEDIA AL MESE CON CIASCUN AMICO? POCHI MESSAGGI A TUTTI O MOLTI MESSAGGI A POCHI AMICI?

-CHE TIPO DI MESSAGGI INVIATE TRAMITE QUESTA RETE?

**IN BASE A QUESTI DATI, DEFINITE IL TIPO DI LEGAMI INTRATTENUTI ATTRAVERSO I VOSTRI SOCIAL NETWORK E LO LORO FUNZIONE PREVALENTE.**



# SOCIAL MEDIA E FORME DI INTERATTIVITÀ

---

NELL'AMBITO DEI NEW MEDIA SI DISTINGUONO 3 TRADIZIONI DI STUDIO  
SULL'INTERATTIVITÀ:

- INTERAZIONE **UTENTE -UTENTE**
- INTERAZIONE **UTENTE-DOCUMENTO**
- INTERAZIONE **UTENTE-SISTEMA**

# INTERAZIONE UTENTE-UTENTE

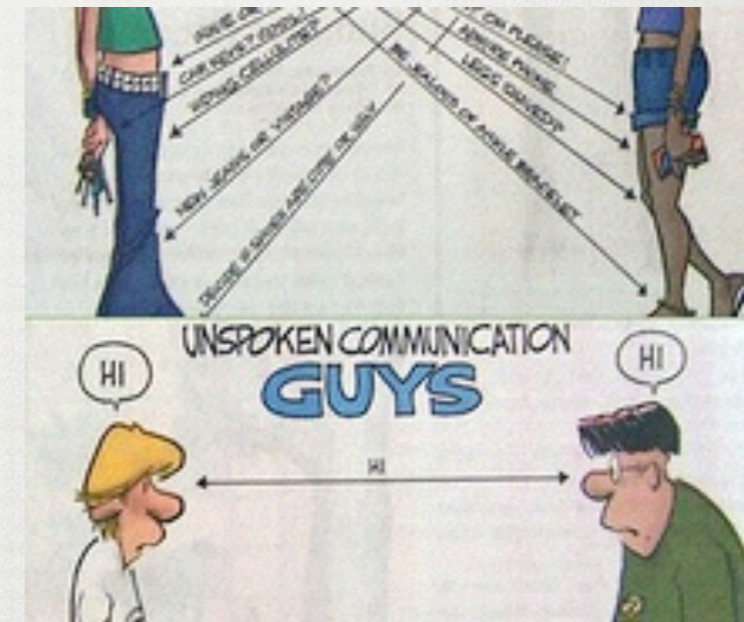
---

QUESTO FILONE SI INCENTRA SUI MODI IN CUI GLI UTENTI INTERAGISCONO TRA LORO ED È CHIARAMENTE PRECEDENTE ALL'EMERGERE DEI MEDIA DIGITALI.

AUTORI CENTRALI DI QUESTO APPROCCIO:  
**GOFFMAN** (1967) E LE RELAZIONI SINTATTICHE TRA PERSONE

**ARGYLE** (1969) E LA COMUNICAZIONE NON VERBALE

**BERGER** (1979) FASI DI INTERAZIONE (PASSIVE, ATTIVE, INTERATTIVE)





# E. GOFFMAN

THEORY.ORG.UK TRADING CARD



## Erving Goffman

American sociologist, 1922-1983, whose readable classic *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959) saw social interaction as 'performances' by individuals, which vary according to context, usually intended to please the current 'audience'. Not merely micro-level social psychology, this book suggests how identities and ideologies are reproduced on a grand scale (see Giddens and structuration, card #1).

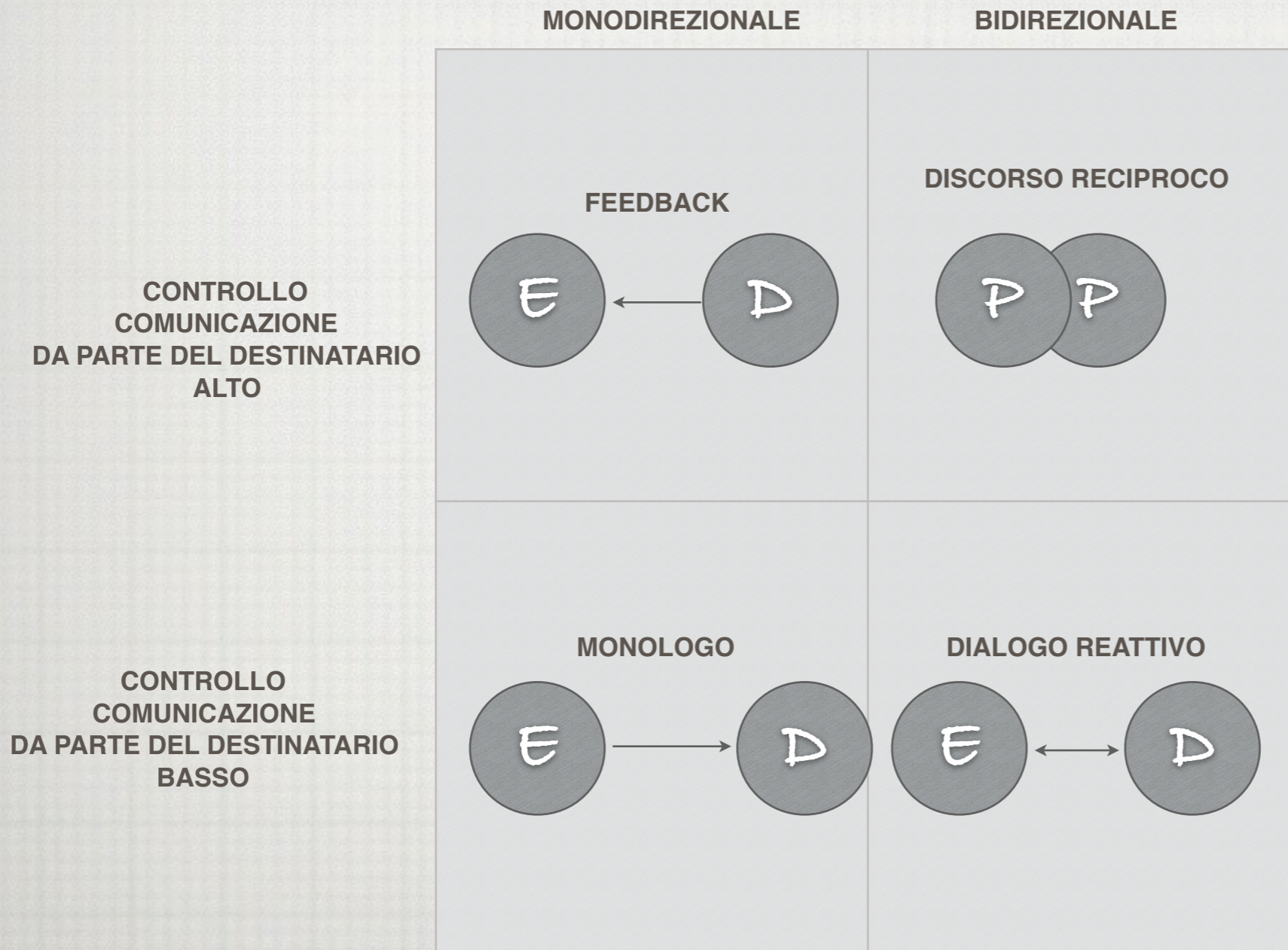
For more, see [www.theory.org.uk/goffman](http://www.theory.org.uk/goffman) [Card 6 of 12]

**STRENGTHS:** New model of social action, fully explored

**WEAKNESSES:** May be too cynical. Is any behaviour 'real'?

**SPECIAL SKILLS:** Accidentally invented postmodernism?

# INTERAZIONE UTENTE-UTENTE



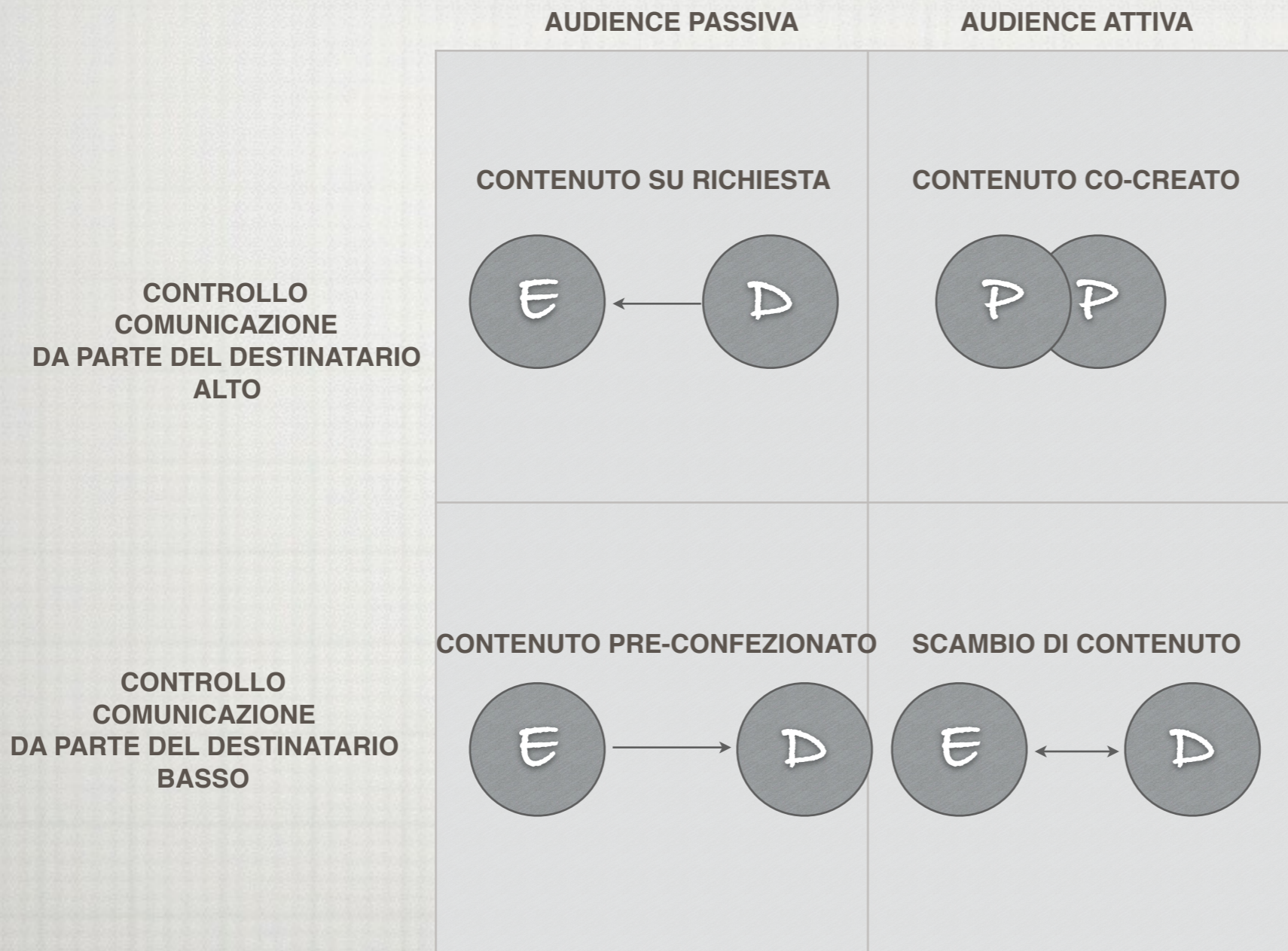
# INTERAZIONE UTENTE-DOCUMENTO

---

LE PERSONE INTERAGISCONO CON I DOCUMENTI E CON I LORO CREATORI. QUESTA INTERATTIVITÀ EMERGE PER ESEMPIO NEI MODI IN CUI I PUBBLICI ATTIVI INTERPRETANO E UTILIZZANO I MESSAGGI DEI MASS MEDIA, INTESSENDO RELAZIONI PARA-SOCIALI CON I PERSONAGGI DEI MEDIA.



# INTERAZIONE UTENTE-DOCUMENTO

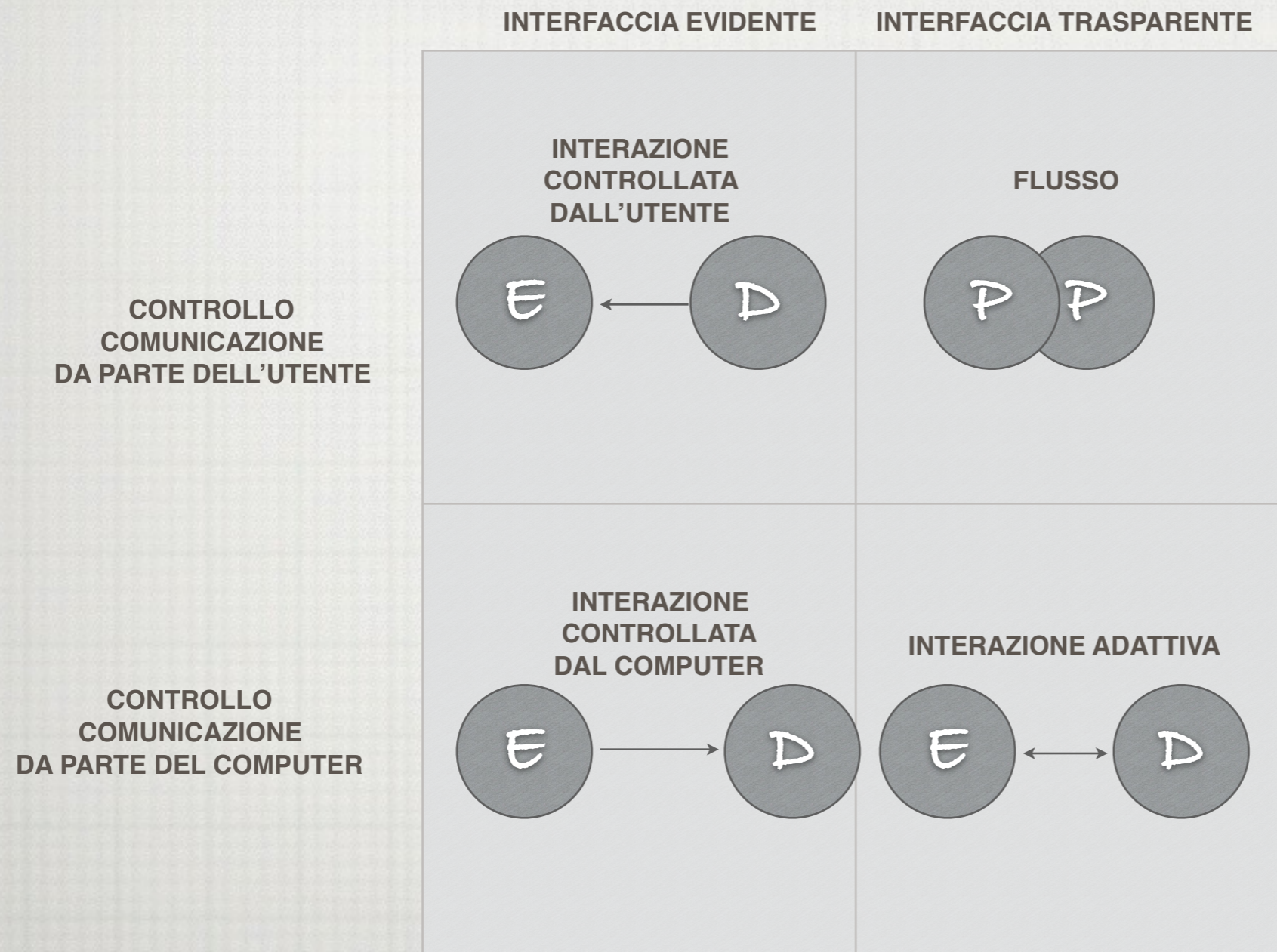


# INTERAZIONE UTENTE-SISTEMA

---

LE PERSONE INTERAGISCONO TRA LORO, MA ANCHE CON I DOCUMENTI E CON I LORO CREATORI. QUESTA INTERATTIVITÀ EMERGE PER ESEMPIO NEI MODI IN CUI I PUBBLICI ATTIVI INTERPRETANO E UTILIZZANO I MESSAGGI DEI MASS MEDIA.

# INTERAZIONE UTENTE-SISTEMA



# SPAZIO RIFLESSIONE

---

|          | interattività<br>utente-utente | interattività<br>utente-<br>documento | interattività<br>utente-sistema |
|----------|--------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|
| Facebook |                                |                                       |                                 |