

Comunicare in Internet

Linee per l'elaborazione di un modello teorico

■ Pier Cesare Rivolterra, Università Cattolica di Milano
e-mail: pierivo@tin.it

INTRODUZIONE

J.P. Landow, in un libro molto fortunato [Landow, 1993], sosteneva che la realtà dell'ipertesto costituirebbe oggi una chiara attualizzazione delle tesi del decostruzionismo. «Quando i progettisti di software leggono le pagine di *Glas* o di *Della Grammatologia*, incontrano un Derrida digitalizzato e ipertestualizzato; e quando i teorici della letteratura leggono *Literary Machines* incontrano un Nelson decostruzionista o poststrutturalista. (...) La teoria letteraria sembra teorizzare l'ipertesto e l'ipertesto sembra incarnare, e dunque poter sottoporre a verifica, vari aspetti della teoria, in particolare quelli che riguardano la testualità, il racconto e i ruoli o funzione dell'autore e del lettore» [Landow, 1993: 3-4]. In sostanza, l'ipertesto altro non è che la pratica realizzazione dell'idea del testo come "opera aperta", il cui significato dipende sempre dalle mosse del lettore, e dell'idea della lettura come di una riscrittura cui concorrono scelte, gusti e vissuti personali di chi legge, oltre ai rimandi ad altri testi che ogni opera reca in sé.

S. Turkle, in un libro fortunato almeno quanto quello di Landow [Turkle, 1997], ritiene - ricorrendo a un'argomentazione molto simile - che i MUD¹ attualizzino la prospettiva del postmodernismo filosofico. «I MUD quindi non sono soltanto quei luoghi dove il sé viene moltiplicato e costruito dal linguaggio, ma anche quelli dove persone e macchine si trovano in nuove relazioni, possono cioè essere scambiate le une per le altre. I MUD diventano così og-

getti evocativi per considerare l'identità umana e, più in generale, riguardano l'insieme dei concetti raccolti sotto il termine "postmodernità". Concetti difficili da illustrare in maniera semplice, ma caratterizzati da termini quali "decentrato", "fluido", "non-lineare", "opaco". Termini che si oppongono alla modernità, la classica visione del mondo che ha dominato il pensiero occidentale dall'Illuminismo in poi» [Turkle, 1997: XIX-XX]. Come vedremo meglio più avanti, sono soprattutto temi come l'erosione dell'identità nelle chat o l'etica ludica implicita nella navigazione senza mete precise a suggerire alla Turkle l'analogia con il postmodernismo facendole riscontrare che, spesso, i suoi allievi all'Università riuscivano a capire alcune tesi di Derrida o di Deleuze solo dopo essere entrati in un MUD.

In questo lavoro l'obiettivo è di fare qualcosa di simile per quanto riguarda il rapporto tra la comunicazione in Internet e alcune posizioni teoriche della sociologia e della didattica recenti. Stiamo pensando, in particolare, all'idea della costruzione sociale della realtà così come è stata messa a fuoco da Alfred Schutz e dai suoi allievi Peter Berger e Thomas Luckmann [Berger e Luckmann, 1969]. «Il mondo della mia vita quotidiana - dice Schutz - non è in nessun senso il mio mondo privato, ma fin dall'inizio un mondo intersoggettivo, condiviso con i miei simili, sperimentato e interpretato dagli altri: in sintesi, è un mondo comune a tutti noi» [Schutz, 1970: 163]. Ne risulta un'idea della conoscenza come costruzione sociale, come attività condivisa di costruzione del sen-

¹ *Multi Users Dimensions* (o *Dungeons*). Il termine indica uno spazio della rete frequentato contemporaneamente da più utenti che interagiscono tra loro sulla base della struttura e delle regole (narrative e/o sociali) in base alle quali lo spazio stesso è costruito. Il termine *Dungeons* (segrete, prigioni sotterranee) deriva dal nome del primo e più famoso MUD delle rete, *Dungeons and Dragons*.

so: «so che vi è una continua corrispondenza tra i *miei* significati e i *loro* significati in questo mondo, che noi condividiamo un senso comune rispetto a questa realtà» [Berger e Luckmann, 1969: 44]. Lo stesso tipo di prospettiva, in particolare l'idea secondo la quale la conoscenza sarebbe il risultato di un lavoro di negoziazione sociale cosicché i significati, più che essere "trovati", sono costruiti dai soggetti, si incontra anche nei recenti orientamenti del costruttivismo. Nell'ottica della didattica, collocarsi da questo punto di vista significa rovesciare completamente la concezione dell'insegnamento/apprendimento che, da processo asimmetrico e unidirezionale (dal docente all'allievo), diviene ricerca collaborativa, laboratorio cognitivo, spazio di condivisione e di co-costruzione del sapere. Ora, si può pensare alla rete telematica come alla naturale applicazione di questa prospettiva teorica, a patto di assumere un modello di comunicazione adeguato. Da questa scelta dipende la possibilità di una fondazione – e di una corretta gestione – delle diverse esperienze di formazione attraverso la cooperazione online.

LUOGO E COMUNICAZIONE

Tradizionalmente il rapporto tra il fenomeno della comunicazione e la tecnologia viene impostato a partire dalle due categorie-base del luogo e del trasferimento. Tra di esse esiste una forte correlazione. Infatti, il problema del luogo diviene rilevante nella misura in cui si pensa la comunicazione in termini di trasferimento: se per me comunicare significa trasportare qualcosa da un punto all'altro dello spazio allora le questioni relative al luogo assumono una decisiva importanza. Questa importanza è chiaramente avvertibile sia nel caso in cui intenda la comunicazione come uno spostamento del soggetto nello spazio fisico, sia nel caso in cui non sia il soggetto a muoversi ma il contenuto della comunicazione.

Nel primo caso il luogo costituisce il punto di partenza e di arrivo del viaggio, comporta problemi in ordine al percorso (tracciare strade e ferrovie significa tenere presente la natura del territorio), determina il tempo di percorrenza, decide della separazione e del ricongiungimento delle persone che lo occupano. Tutti problemi che si ripresentano, chiaramente, nel secondo caso, quando non sono io a viaggiare, ma magari una mia lettera. Luogo, dunque, come origine ed esito della comunicazione, come territorio da percorrere, come spazio da condividere.

Dal punto di vista teorico queste due istanze - il luogo e il trasferimento, dei soggetti come dell'informazione - hanno ottenuto dalla ricerca una grande attenzione con il risultato di essere fissati in schemi di comprensione generalmente condivisi. Due di essi possono essere eletti a prototipo di questa teorizzazione: la teoria dromologica di Paul Virilio e il modello matematico dell'informazione di Paul Shannon e Warren Weaver.

La teoria dromologica di Paul Virilio

Virilio ha legato il suo nome a una serie di riflessioni molto preoccupate sulla società tecnologica che si organizzano attorno al concetto di velocità [Virilio, 1989, 1993, 1995, 1996]: «La questione della velocità - dice il filosofo francese - è una questione centrale che fa parte della questione dell'economia. La velocità è in un senso una minaccia, nella misura in cui è capitalizzata, tirannica, allo stesso tempo è la vita stessa» [Virilio, 1996: 14]. Tutto lo sviluppo delle tecnologie di comunicazione, attraverso la storia, può essere letto nel senso della velocità, tanto che la nostra società può essere a ragione definita una "società di corsa". Dall'invenzione della ruota, all'uso medievale dei piccioni viaggiatori, fino all'ascesa della comunicazione marittima in età coloniale e allo sviluppo del trasporto aereo nel '900, la grande vocazione dell'uomo è sempre stata quella di rendere percorribile lo spazio in modo progressivamente più veloce. E questo ha uno stretto rapporto con il potere, perché, da una parte, «il potere è sempre stato il potere di controllare un territorio attraverso dei messaggi, dei mezzi di trasporto e di trasmissione», dall'altra, proprio attraverso lo sviluppo dei mezzi di comunicazione si è alimentato il mito saint-simoiniano di un avvicinamento dei popoli e della loro possibilità di sviluppare relazioni pacifiche [Bressand e Distler, 1995].

In questa vicenda una brusca cesura si registra a partire dal decennio 1960-1970. In quegli anni si inaugura quella congiuntura socio-culturale in cui ancora noi oggi viviamo immersi che prende il nome di rivoluzione dell'informazione e che Virilio sintetizza dicendo che «ormai tutto arriva senza che sia necessario partire» [Virilio, 1989: 45]. Si tratta di una nuova congiuntura in cui il processo di velocizzazione nell'attraversamento dello spazio non viene messo in discussione, ma si modifica profondamente grazie alla televisione, prima, e ai servizi telematici poi. È un nuovo tipo di veicolo

quello che si impone, il veicolo audiovisuale: «veicolo statico, sostituito dei nostri spostamenti fisici e prolungamento dell'inerzia domiciliare che vedrà, infine, il trionfo della sedentarietà, di una sedentarietà definitiva questa volta» [Virilio, 1989: 43].

Il modello matematico dell'informazione di Paul Shannon e Warren Weaver

Il modello di Shannon e Weaver costituisce negli studi sulla comunicazione il classico paradigma di riferimento per tutti coloro che pensano al processo di comunicazione nei termini di un trasferimento di informazione. Sviluppata da Shannon presso i laboratori della Bell Telephone negli anni '40, la teoria viene fissata nella sua articolazione definitiva in un saggio del 1949 [Shannon e Weaver, 1949] alla cui stesura partecipa anche Weaver.

I due ingegneri americani partono dall'individuazione di quelli che secondo loro sono i tre principali problemi connessi con la comunicazione:

- *sintattico*, cioè l'esigenza che il messaggio arrivi a destinazione;
- *semantico*, ovvero che il significato che si voleva trasmettere sia correttamente colto da chi riceve;
- *pragmatico*, cioè che produca gli effetti desiderati.

In sintesi, comunicare significa far sì che un messaggio arrivi a destinazione e, correttamente interpretato, produca gli effetti voluti. La soluzione di questi tre problemi passa attraverso la costruzione di un modello della comunicazione che consenta di evidenziare i singoli elementi che intervengono nel processo per comprendere dove convenga intervenire (Fig. 1).

Gli esiti dell'analisi di processo si organizzano sul piano squisitamente tecnico. In sostanza, Shannon e Weaver sono convinti che la pulizia del segnale e una sua buona

codifica siano sufficienti a garantire la soluzione del problema comunicativo contemporaneamente a tutti e tre i livelli: se il segnale è opportunamente codificato e protetto dal rumore il significato del messaggio viene colto e la comunicazione è efficace.

La comunicazione online

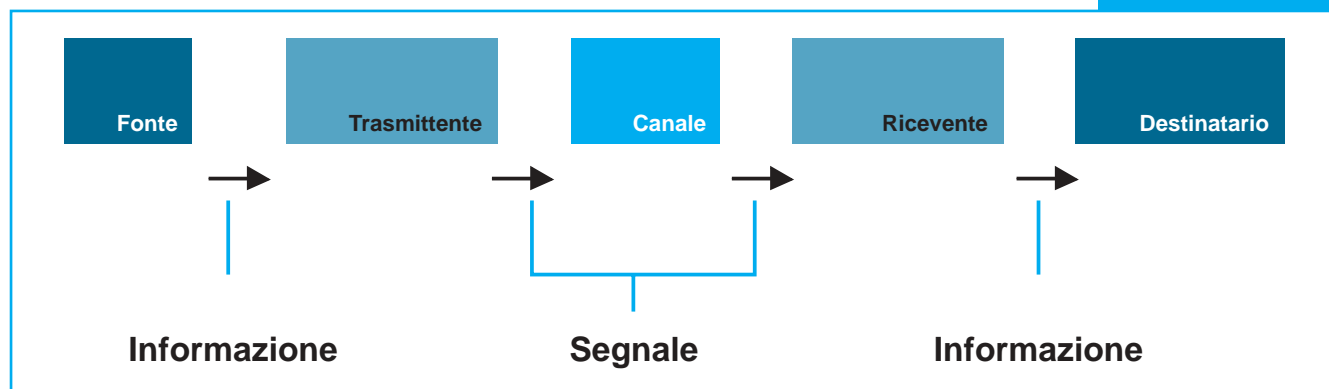
Nel caso della comunicazione online, buona parte della letteratura scientifica come anche la pubblicitaria di largo consumo (stampa quotidiana, magazine, riviste di settore) dimostra di muoversi in maniera perfettamente coerente con la doppia istanza che abbiamo provato a delineare: quella di una comunicazione di cui il passaggio di informazione e il luogo sono i criteri di comprensione.

Così, da una parte, si registra il ricorrere di una terminologia in cui la metafora "geografica" è centrale: si parla di "spazio virtuale" delle chat, di "luogo della rete", del "mondo virtuale" delle comunità telematiche, di "territorialità delle reti telematiche"; in Internet "si entra", in una chat "si invita qualcuno a raggiungerci". Dietro a questa terminologia operano, a ben vedere, due assunti teorici:

- 1) l'idea della separazione tra il mondo fisico - reale - e quello della rete - virtuale, con il risultato di concettualizzare le due realtà come spazi paralleli che pure possono interagire l'uno con l'altro;
- 2) l'idea della Rete come di un contenitore, in cui si può mettere qualcosa, trovare informazioni o essere presenti incontrando altre persone (lo si coglie chiaramente in alcune espressioni entrate nell'uso comune: "apro la posta elettronica", "carico o scarico un file", ecc.).

D'altra parte, anche l'idea del trasferimento sembra perfettamente funzionale alla comprensione di quanto succede quando si comunica "in Internet": io posso "spedire" messaggi in posta elettronica, "attaccare" fi-

Figura 1
Modello matematico della comunicazione.



les a questi messaggi perché li trasportino fino al destinatario; posso “pubblicare” le pagine del mio sito, o “condividere” materiali con altri utenti. Anche in questo caso si possono rintracciare dei principi operanti sullo sfondo:

- 1) l'idea che i servizi telematici della Rete costituiscano l'ultima tappa di uno sviluppo comunicativo che riduce progressivamente le distanze attraverso la compressione temporale della trasmissione;
- 2) l'idea della Rete come di uno strumento attraverso il quale operare connessioni e transazioni da un punto all'altro del pianeta.

Evidentemente questo tipo di comprensione della comunicazione on line è legittima (chi negherebbe alla Rete il carattere di grande contenitore di informazioni o la capacità di comprimere i tempi della trasmissione di informazioni a distanza): forse, però, non consente di spiegare adeguatamente la peculiarità della comunicazione che attraverso la Rete avviene. In particolare due sembrano i limiti concettuali da elaborare:

- 1) il lavoro degli interlocutori (in una chat, come in un forum) non sembra riducibile al ruolo passivo di terminale dell'informazione che il modello di Shannon e Weaver prevede. Più che emittenti e ricevitori di informazioni “chiuse”, infatti, essi devono essere pensati come co-costruttori di un significato in qualche modo comune: la metafora della trasmissione non soddisfa questa esigenza;
- 2) il soggetto che comunica in Rete non si trasferisce dalla sua stanza in un luogo altro, ma rimane esattamente dov'è. La Rete e i suoi ambienti più che come luoghi alternativi alla realtà “reale” vanno concepiti come scenari di azione, come situazioni e sceneggiature di cui il soggetto è protagonista accanto ad infiniti altri (ad esempio, mentre chatto con mia sorella in Pennsylvania rispondo a mio figlio che mi chiede cosa sto facendo e a mia moglie che mi chiede di liberare la linea telefonica).

Come ovviare a questa doppia impasse? Vi sono margini per impostare il problema della comunicazione in Internet in maniera alternativa a quella tradizionale centrata sul luogo e sulla trasmissione?

MEDIAZIONE E COMUNICAZIONE

Per trovare risposta a queste domande un'ipotesi praticabile consiste nella proposta teorica di J. B. Thompson [Thompson,

1998] che si organizza nella zona di intersezione di tre tradizioni di ricerca: la teoria critica francofortese, in particolare le ricerche di Habermas sulla sfera pubblica; la teoria del medium² così come è stata sviluppata da Innis, McLuhan, Meyrowitz; infine, l'ermeneutica, in particolare l'antropologia interpretativa di Clifford Geertz. Essa consente di recuperare la sostanza dell'impostazione tradizionale proiettandola dentro un nuovo scenario.

Thompson definisce la comunicazione come un genere particolare di *attività sociale* che comporta la produzione, la trasmissione e la ricezione di *forme simboliche*. Due sono le componenti strutturali del fenomeno comunicazione che se ne ricavano:

- la *dimensione simbolica*, cioè il fatto che la comunicazione ha a che fare con la produzione e la circolazione di materiali che per l'uomo sono dotati di significato. «Se l'uomo è sospeso su una rete di significati che lui stesso ha tessuto», come Geertz ha una volta osservato, allora i mezzi di comunicazione sono i filatoi del mondo moderno, e utilizzandoli gli esseri umani tessono reti di significato per loro stessi» [Thompson, 1998: 22];
- la *dimensione sociale*, cioè il fatto che la comunicazione non consiste solo nelle forme simboliche (il contenuto, il messaggio), ma nelle pratiche attraverso le quali esse vengono prodotte, messe in circolazione e appropriate dai soggetti. Tutte queste pratiche sono orientate e condizionate dai contesti sociali nei quali gli individui vivono immersi.

Cerchiamo di chiarire meglio queste due dimensioni.

La dimensione simbolica

La produzione e la circolazione delle forme simboliche è un'attività per la quale, tradizionalmente, l'uomo si serve di mezzi tecnici (i media): l'oralità, prima, la scrittura e la stampa, poi, fino ai moderni mezzi di comunicazione di massa rispondono a questa esigenza.

Questi mezzi tecnici godono di alcune caratteristiche:

- a) consentono la *fissazione* delle forme simboliche facilitando la loro archiviazione. Questa funzione può essere garantita in maniera più (la memoria scritta) o meno efficace (la memoria orale): per la sua importanza (economica e culturale) l'uomo ha cercato di perfezionare questa efficacia cosicché essa costituisce uno dei criteri di lettura dell'evoluzione delle tecnologie

2
La specificità di questa tradizione di ricerca consiste nel fatto di non focalizzare la propria attenzione sui messaggi dei media, quanto sulla loro funzione.

- di comunicazione, dalla tradizione orale fino alle memorie ottiche;
- b) consentono la *riproduzione* delle forme simboliche ponendo le basi del loro sfruttamento commerciale. I media rendono duplicabili le forme simboliche, consentono di produrre un numero indefinito di copie dei materiali sui quali fissiamo i significati: una capacità che nel caso dell'amanuense nello scriptorium è limitata, con la riproducibilità tecnica di viene pressoché illimitata;
- c) favoriscono la *distanziamento spazio-temporale*, facilitando l'accesso alle forme simboliche. In regime di oralità la distanza è minima, di conseguenza l'accesso è modesto: esso è garantito solo a chi condivide con chi parla lo stesso spazio-tempo. L'evoluzione dei media, dalla scrittura alla stampa fino ai media moderni, aumenta la distanza e accresce enormemente l'accesso;
- d) infine, presuppongono nel loro destinatario determinate *competenze*. «Il processo di interpretazione - dice Thompson - è sempre un'interazione tra messaggi codificati e interpreti situati, e in questo processo questi ultimi utilizzano necessariamente una serie di risorse culturali» [Thompson, 1998: 40].

Queste caratteristiche, che appartengono a *tutti* i media, ricevono un'ulteriore specificazione con l'avvento dei mezzi di comunicazione di massa (*mass media*) e delle nuove tecnologie della comunicazione (*new media*). Al di là delle chiare differenze esistenti tra di essi (i *mass media* implicano «la produzione istituzionalizzata e la diffusione generalizzata di merci simboliche attraverso la fissazione e la trasmissione di informazioni e contenuti simbolici» [Thompson, 1998: 44] mentre i *new media* si iscrivono in un processo di personalizzazione della comunicazione), questi mezzi:

- a) presuppongono un'*industria* (l'industria dei media, l'industria culturale) che, da una parte, rende sistematica la mercificazione delle forme simboliche (dal commercio del libro fino all'e-commerce), dall'altra ne implica la circolazione pubblica (un articolo di giornale, come un sito Web, sono beni "aperti" e quindi "disponibili");
- b) estendono l'accessibilità nello spazio e nel tempo dei prodotti culturali (essere lontani spazialmente, soprattutto nel caso della comunicazione telematica, non significa più esserlo anche temporalmente - si parla di compressione spazio-temporale, o di simultaneità despaializzata), introducendo una netta separazione tra produzione e ricezione delle forme simboliche.

Questo ultimo aspetto è quello che abitualmente viene sottolineato per la comprensione del funzionamento dei "nuovi media", soprattutto i servizi telematici che consentono la comunicazione in Internet. La compressione spazio-temporale, in questo caso, si propone con una evidenza mai conosciuta con i media precedenti tanto da poter dire che la variabile spazio risulta essere completamente annullata (in Internet la distanza fisica non comporta nessun ostacolo alla comunicazione), mentre la variabile tempo può essere "piegata" in maniera molto flessibile o verso la simultaneità della comunicazione sincrona (la chat, o l'interazione audio-video in tempo reale come in *Netmeeting*), o verso la disponibilità della comunicazione asincrona (come nei forum e nella posta elettronica). Tuttavia, limitarsi a questo tipo di analisi non consente forse di cogliere il cuore teorico della questione. Proviamo a capire perché.

Se la specificità della comunicazione in Internet consiste nel comporre la simultaneità con la distanza, allora diamo sicuramente ragione a McLuhan quando parla del villaggio globale, ma forse non ci stacciamo ancora dall'idea "matematica" della comunicazione come "pacco postale": l'unica differenza rispetto ai media precedenti sarebbe la velocità del recapito. Si tratterebbe, invece, di pensare più a fondo cosa succede quando noi comunichiamo servendoci dei media. La categoria da mettere a fuoco, qui, e Thompson non manca di evidenziarlo, è quella di *mediazione*. I media (anche l'oralità e la scrittura non fanno difetto, da questo punto di vista) sostituiscono nell'esperienza dell'uomo l'immediatezza alla mediazione. In particolare i media producono:

- una «storicità mediata», perché «il nostro senso del passato e le nostre idee sul modo in cui esso influisce oggi su di noi dipendono via via sempre di più da un serbatoio in continua crescita di forme simboliche mediate» [Thompson, 1998] (la nostra memoria della Shoah dipende dalle fotografie dei lager, dai documentari, dalle testimonianze filmate dei sopravvissuti);
- un «mondo mediato», perché «le forme simboliche mediate plasmano sempre più sia la nostra conoscenza dell'universo che si trova al di là della sfera di ciò che sperimentiamo personalmente, sia le nostre

3

La ribalta è lo spazio di azione “ufficiale” in cui un attore sociale viene chiamato ad agire il suo ruolo: un insegnante in cattedra, un cameriere in sala da pranzo, una hostess in servizio, sono sulla ribalta. Questo comporta per loro la necessità di agire secondo il ruolo, riservando al retroscena quei commenti o quei comportamenti che potrebbero essere in contrasto con l'immagine pubblica del loro ruolo. Così, se il cameriere in sala da pranzo non reagirà all'atteggiamento maleducato di un cliente, appena arrivato in cucina ne dirà tutto il male che può insieme ai suoi colleghi.

4

La televisione recente ha offerto molti esempi di programma costruito proprio sull'intrusione nel retroscena, dalla saga degli errori di *Paperissima* ai fuorionda di *Striscia la notizia*.

idee sulla posizione che occupiamo in esso» [Thompson, 1998: 54];

- una «socialità mediata», perché «lo sviluppo dei mezzi di comunicazione ha mutato anche il nostro senso di appartenenza – il senso, cioè, dei gruppi e delle comunità dei quali riteniamo di essere parte. (...) sentiamo di appartenere a gruppi e comunità costituiti almeno in parte dai media» [Thompson, 1998: 55].

Come si capisce il concetto stesso del medium, riletto alla luce dell'idea di mediazione, cambia profondamente. Non si tratta più di un veicolo, di un supporto di trasmissione dei dati, ma di un'arena simbolica che si colloca nella zona di intersezione tra contesti e pratiche discorsive di produzione/ricezione del senso: «I messaggi dei media vengono ritrasmessi al di là del contesto iniziale della ricezione, e trasformati grazie a un processo di continua narrazione e resoconto, interpretazione e reinterpretazione, commento, risa e critiche» [Thompson, 1998: 56].

A questo punto disponiamo di tutti gli elementi per tornare sulla comunicazione in Internet e chiarirne la specificità. Anche Internet funziona come una grande arena simbolica in cui i significati vengono prodotti, messi in circolazione e negoziati dai soggetti. Anche in Internet la storia, il mondo e la socialità sono mediati. Ciò che differenzia tutti questi fenomeni da quelli analoghi che appartengono al cinema, alla televisione o ai media di massa è l'interazione. La conoscenza mediata che si attualizza in un film prende corpo nella negoziazione simbolica che interviene tra esso e il suo spettatore. Lo spettatore “interagisce” con il film, ma si tratta di una “interazione debole” in cui, come dice Bettetini, il medium, o il testo, simula un comportamento di tipo relazionale: il dialogo, cioè, è tra un testo chiuso, che contiene un programma d'uso, e un lettore. Nel caso di Internet, invece, l'inte-

razione è “forte”, implica cioè un «rapporto fra entità attive, in cui la successione delle azioni è rappresentabile come un sistema causale» [Bettetini, 1992: 96]. In ultima istanza, la produzione simbolica coincide con la dimensione sociale: la socialità è il messaggio.

La dimensione sociale

I media, nel modello di Thompson, producono tre tipi di interazione:

- l'interazione faccia a faccia (immediata);
- la quasi-interazione mediata (quella dei media di massa);
- l'interazione mediata (quella tipica dei new media).

Ciascuno di questi tre tipi di interazione prevede una specifica organizzazione sociale che Thompson descrive servendosi delle categorie di ribalta e retroscena utilizzate da Goffman nella sua teoria dell'azione sociale³.

a) Nell'interazione faccia-a-faccia (Fig. 2) i retroscena dell'emittente e del ricevente non sono condivisi, la ribalta sì. Se pensiamo alla comunicazione formativa, è questo il caso della lezione frontale in presenza: insegnante ed allievi condividono la stessa cornice di interazione centrale, ma non i loro retroscena (terminata la lezione, l'insegnante fa commenti sugli allievi con i colleghi; gli allievi tra di loro dicono quel che pensano dell'insegnante).

b) Nella quasi-interazione mediata (Fig. 3), invece, occorre distinguere due cornici, quella della produzione e quella della ricezione; i retroscena rimangono (di solito) separati, l'unica ribalta prevista (tranne casi di coinvolgimento del destinatario) è quella degli emittenti. Pensiamo alla televisione. Il retroscena della comunicazione che avviene in un programma è costituito dal backstage, da quel che avviene dietro le quinte e che normalmente lo spettatore non può vedere⁴. La messa in onda costituisce il momento della produzione/trasmisione delle forme simboliche e si inserisce all'interno di un contesto (cornice interattiva della produzione) che è diverso da quelli entro cui il programma viene ricevuto (cornice interattiva della ricezione): l'unica eccezione a questa struttura è quella di programmi che prevedono l'interazione del pubblico magari attraverso la telefonata in trasmissione. Il contesto della ricezione, poi, risulta articolato in una molteplicità di spazi di ricezione centrali (tanti quanti sono

Figura 2
Interazione faccia a faccia.



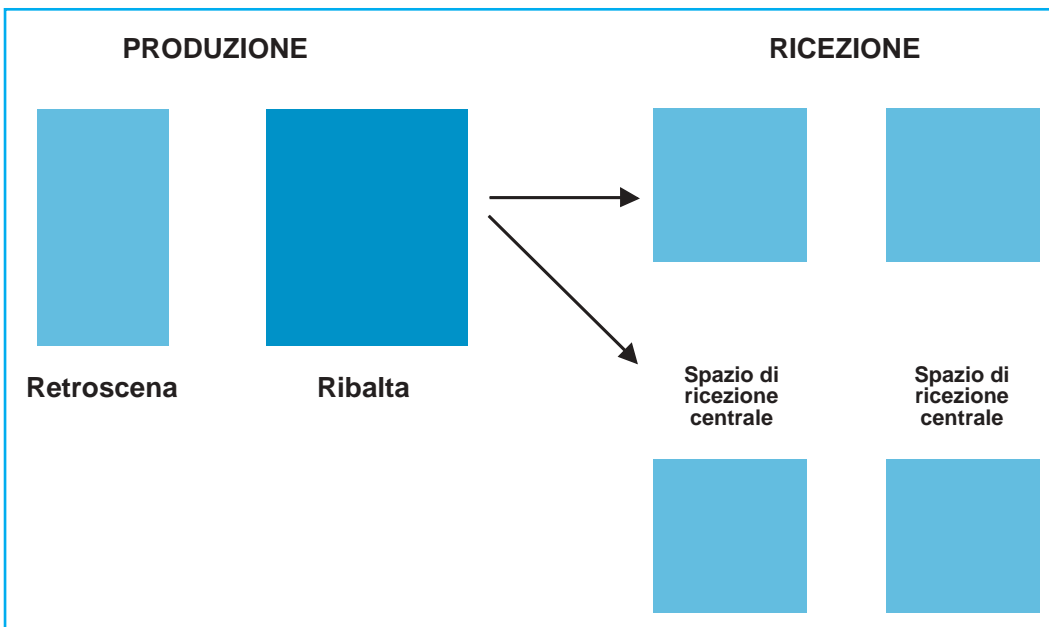


Figura 3
Quasi-interazione mediata.

i telespettatori) che prevedono spazi di ricezione periferici: mentre si guarda la televisione (spazio centrale) si commenta, si parla (spazio periferico) e spesso questa comunicazione diventa prioritaria confinando la televisione a un ruolo di sfondo.

- c) Nell'interazione mediata (Fig. 4), infine, abbiamo i retrosцена non condivisi e due ribalte che appartengono a una comune cornice di interazione centrale. Si pensi alla comunicazione telefonica. La cornice di interazione centrale, in questo caso, è costituita dalle ribalte dei due interlocutori e i retrosцена dai rumori e dalle voci che popolano i rispettivi contesti di trasmissione/ricezione. In questo caso è abbastanza facile che qualcosa del retrosцена "entri" nella cornice d'interazione centrale e che, viceversa, qualcosa dell'interazione centrale "filtri" nel retrosцена. In tutti e due i casi l'interferenza potrebbe essere sgradita a chi comunica: ecco

perché, quando si telefona, si cerca un luogo riservato e tendenzialmente protetto da rumori⁵.

James Slevin, in un libro recente [Slevin, 2000], riprendendo l'impostazione di Thompson, ha cercato di precisare quale possa essere il tipo di organizzazione sociale di Internet. Evidentemente si tratta, in questo caso, di una forma di interazione mediata che va però ripensata in relazione alle specificità della comunicazione in rete telematica, prima fra tutte il fatto che non ci si trovi di fronte solo alla possibilità di una comunicazione uno-a-uno (come nell'interazione mediata), ma anche a una comunicazione multi-a-molti (come nelle chat o nei forum). Vediamo lo schema proposto da Slevin e cerchiamo poi di commentarlo (Fig. 5).

Anzitutto in Internet tutti gli attori sono coinvolti in funzione sia di produttori che di ricettori (in figura, visualizzate ↙ ↘). Questo fatto costituisce sicuramente una novità

5

Fa eccezione a questa regola la comunicazione da telefono cellulare che però, dal punto di vista sociale, ha significati diversi rispetto a quelli della normale comunicazione telefonica.

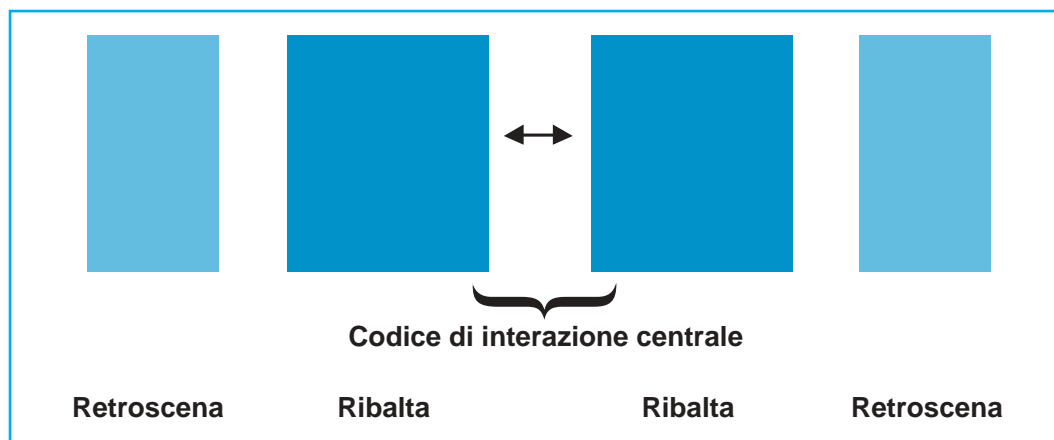
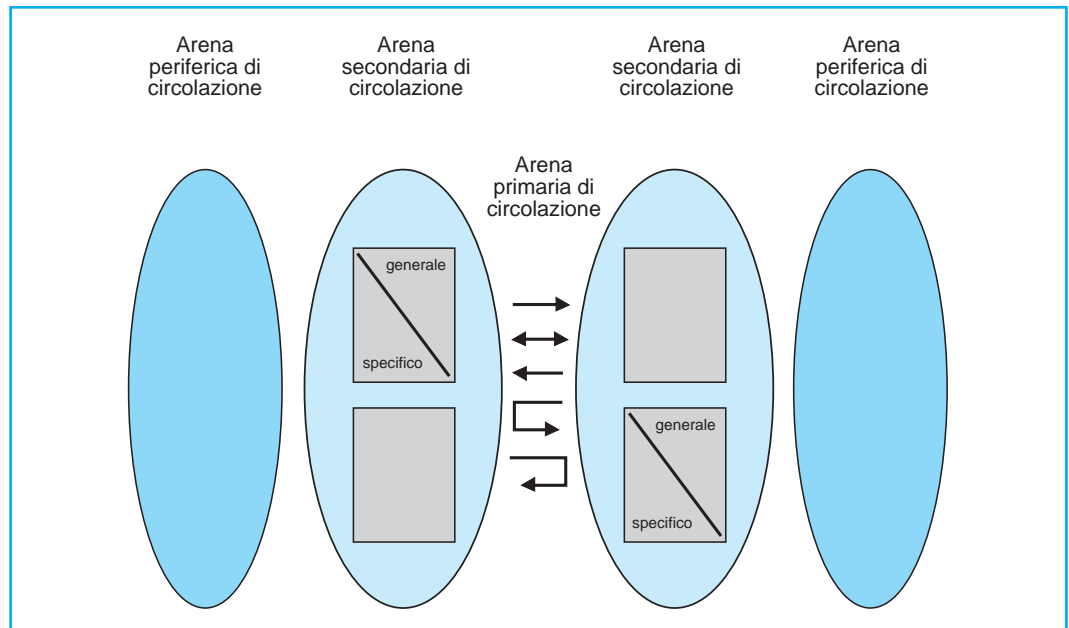


Figura 4
Interazione mediata.

Figura 5
Interazione
in Internet.



6

Sarebbe interessante indagare gli effetti di questo tipo di comunicazione non intenzionale tipica di Internet per cui, nell'arena di circolazione primaria, finiscono per entrare anche altri generici non previsti inizialmente. Ad esempio, il fatto di avere aperto dei corsi on line a supporto della mia didattica (in Internet URL:

<http://www.unicatt.it>)

accessibili senza password dalla Rete fa sì che quasi giornalmente mi arrivino richieste di informazioni sull'offerta formativa dell'Università Cattolica (di recente una studentessa in giornalismo venezuelana che vorrebbe frequentare un master in Italia) o che venga individuato come referente istituzionale della mia università (la Divisione Stampa e Informazione della Comunità Europea mi identifica, ad esempio, come "Direttore responsabile del corso di laurea in scienze della comunicazione" – non lo sono – invitando i miei studenti a due giorni di stage presso la Corte di giustizia di Città del Lussemburgo).

rispetto alla comunicazione di massa (in cui il flusso della comunicazione prevede la netta separazione di produzione e ricezione), ma differenzia la comunicazione in Internet anche dall'interazione faccia a faccia e dalle forme di interazione mediata del tipo di quella telefonica: anche in questi due casi, infatti, gli attori giocano alternativamente il ruolo di emittente e di ricevente, ma non si può riconoscere ad essi un'attività di produzione complessa, come in Internet dove chiunque può pubblicare contributi o costruire siti.

La comunicazione (visualizzata nella figura dalle frecce) si organizza secondo tre tipologie di attività:

- attività che prevedono l'iniziativa del produttore (\rightarrow), come la posta elettronica (in questo caso è chi scrive a decidere cosa, quando e a chi scrivere);
- attività che, invece, dipendono dall'iniziativa del ricevente (\leftarrow), come la navigazione, l'uso di motori di ricerca, il download di materiali da siti;
- attività che prevedono l'iniziativa di tutti gli attori coinvolti (\leftrightarrow), come succede nelle chat o nei forum.

Tutte queste attività comunicative si organizzano in Internet secondo arene di circolazione differenti, cioè prevedono (e dipendono da) livelli diversi di interazione (tutti coinvolti nella costruzione, scambio e negoziazione dei significati):

- lo spazio di interazione immediato (arena di circolazione primaria) è costituito dalla comunicazione che intercorre tra gli attori che sono *direttamente* coinvolti

nella costruzione/scambio di contenuti simbolici. In questa arena, l'interazione può intervenire tra attori specifici (come nel mailing) o indefiniti (come nel caso della pubblicazione di una homepage che, una volta messa in rete, può essere usufruita da chiunque⁶);

- attorno a questo primo spazio di interazione se ne organizzano altri (arene di circolazione secondarie), completamente disancorati da esso, che favoriscono il nascere di nuove forme di socialità. Un forum tematico, ad esempio, può produrre diverse arene di circolazione secondarie popolate dai suoi partecipanti senza più relazione alcuna con il tema del forum;
- entrambe queste arene, tuttavia, risultano comprensibili solo a partire dalle spinte degli individui reali nei loro contesti (arene periferiche di circolazione): essi funzionano sia da cornice a partire dalla quale inquadrare la comunicazione in rete (il contesto mi condiziona sempre; la mia possibilità di accedere a Internet dipende da dove è situata la mia postazione di lavoro, dal fatto che ne disponga a casa, dalla necessità di condividere la linea telefonica con gli altri della famiglia; la mia idea della Rete, inoltre, va posta in relazione con le mie esperienze, il mio ambiente, i contesti sociali in cui vivo), che da spazio ulteriore per la negoziazione di significati che nella Rete trovano la loro genesi (il tema di un forum cui ho partecipato e l'opinione dei miei interlocutori possono diventare occasione di scambio e confronto con i miei studenti in aula).

PER CONCLUDERE: UN MODELLO PER LA COMUNICAZIONE IN INTERNET

Sulla base della riflessione di Thompson e Slevin siamo ora in grado di rispondere alla domanda che ci eravamo posti in chiusura di primo paragrafo. La comunicazione in Internet può essere pensata secondo un modello alternativo rispetto a quello, tradizionale, di una trasmissione di informazioni che implica la soppressione del luogo. Il passaggio da uno all'altro è bene espresso da Thomas Malone in una intervista del '97 a «Internet Computing»: «Che cosa accadrebbe se si considerasse Internet non semplicemente come una infrastruttura che rende possibile la realizzazione di cose, ma come un modello organizzativo *per fare cose?*». Qui c'è in gioco la riconcettualizzazione della Rete come un *sistema di azioni* (“per fare cose”), cioè esattamente la prospettiva teorica che abbiamo provato a delineare nelle pagine precedenti. Questa riconcettualizzazione dà corpo a un vero e proprio cambio di paradigma nella comprensione di Internet: dal *paradigma geografico* (Internet come luogo “altro” rispetto al luogo reale, che di fatto contribuisce a sopprimere) al *paradigma pragmatico* (Internet come un sistema di azioni). Certo, il trasferimento dei significati e la funzione del luogo non vengono messi in discussione all'interno di

questo nuovo paradigma, ma vengono profondamente ripensati:

- la trasmissione dei significati viene riconcettualizzata come una *attività* più che come un semplice transfer. La produzione e lo scambio delle forme simboliche sono solo *un* momento di un più ampio lavoro di appropriazione negoziata in cui nessuno degli attori coinvolti è passivo e i significati scambiati si modificano e arricchiscono proprio in virtù dello scambio;
- d'altra parte, l'importanza del luogo (e della sua soppressione), sebbene non trascurabile (lo sganciamento dello spazio - come del tempo - è un aspetto effettivo della comunicazione in Internet), passa in secondo piano rispetto alla *centralità della situazione*. Il focus non consiste tanto nel fatto che chi comunica in Internet veda eliminato il fattore-luogo, quanto piuttosto nel fatto che si trovi nella zona di intersezione tra differenti contesti di interazione⁷. La vecchia immagine di Internet come mondo parallelo a quello reale viene sostituita dalla nuova immagine di Internet come contesto di azione: dall'idea di due mondi (Internet e quello reale) si passa all'idea di un solo mondo e di più contesti azionali (quelle che Slevin chiama arene di circolazione).

La tabella 1 rappresenta sinteticamente le principali differenze tra i due paradigmi.

7

La conferma viene dall'esperienza. Quando comunichiamo in Internet noi non abbandoniamo il luogo in cui ci troviamo: continuiamo a rimanere seduti alla nostra scrivania, siamo condizionati dai rumori che provengono dall'ambiente, possiamo addirittura continuare le nostre occupazioni. Più correttamente possiamo dire che strutturiamo una nuova situazione comunicativa che andrà a comporsi con il contesto in cui siamo inseriti e le situazioni comunicative già aperte in esso.

Tabella 1
Paradigmi della
comunicazione
in Internet.

Paradigma geografico	Paradigma pragmatico
Rete come luogo	Rete come situazione
Condivisione/sganciamento dello spazio	Sistema di azioni
Mondo reale / Mondo virtuale	Un solo mondo, più aree di circolazione

53

riferimenti bibliografici

Berger P., Luckmann T. (1969), *The Social Construction of Reality*, Doubleday & Co., Garden City, New York; tr. it., *La realtà come costruzione sociale*, Il Mulino, Bologna.

Bettetini G. (1992), Interattività simbolica e interattività reale nei media, in M. A. Raschini, *L'universo della comunicazione. Prospettive europee*, Jaka Book, Milano, pp. 93-106.

Bressand A. e Distler C. (1995), *Le Planète relationelle*, Flammarion, Paris.

Landow J.P. (1993), *HYPertext. The convergence of contemporary critical theory and technology*, John Hopkins University Press, Baltimore; tr. it., *Ipertesto. Il futuro della scrittura*, Baskerville, Bologna.

Schutz A. (1970), *On Phenomenology and Social Relations*, University of Chicago Press, Chicago.

Shannon C., Weaver W. (1949), *The Mathematical Theory of Communication*, University of Illinois Press, Urbana.

Slevin J. (2000), *The Internet and Society*, Routledge, New York.

Thompson J. B. (1998), *The Media and the Modernity. A Social Theory of the Media*, Polity Press, Cambridge; tr. it., *Mezzi di comunicazione e modernità*, Il Mulino, Bologna.

Turkle S. (1997), *Life on the screen: Identity in the Age of the Internet*, Simon & Schuster, New York; tr. it., *La vita sullo schermo. Identità e relazioni sociali nell'epoca di Internet*, Apogeo, Milano.

Virilio P. (1989), *L'ultimo veicolo*, in A. Abruzzese, A. Piromallo (a cura di), *Videoculture di fine secolo*, Liguori, Napoli, pp. 41-50.

Virilio P. (1993), *L'Art du moteur*, Galilée, Paris.

Virilio P. (1995), *La vitesse de libération*, Galilée, Paris.

Virilio P. (1996), *Cybermonde. La politique du pire*, Textuel, Paris.



Globalotto

Rivista sulle globalizzazioni a cura degli studenti Genovesi del Progetto GE8



la biblioteca
libri, documenti e molte
utili per capire...

le rubriche

le inchieste

**la galleria delle
opere**

**le nostre opinioni
su...**

i link

un elenco di siti utili
suddivisi per tematiche

il glossario
le parole che non
conosciamo...

idee?
scrivi a Globalotto!

Una breve premessa

Globalizzazione e Comunicazione

"... L'avvento di nuovi mezzi come il cellulare, o il tanto discusso Internet, hanno dato un nuovo significato alle parole comunicazione... Ma si può veramente parlare di totale informazione e comunicazione? ... A dispetto della nostra società che ci permette di usufruire di questi mezzi, in altre parti del mondo vi sono certamente individui che non ne hanno la possibilità... Per lennesima volta quindi ci troviamo di fronte ad una lama a doppio taglio..."

Liceo Artistico N. Barabino

Globalizzazione e nuove povertà

"L'economia gioca un ruolo sempre più importante nella vita di una nazione, e oggi l'economia non può che essere globalizzata. Visto il sempre più presente problema delle povertà assolute, uno sviluppo economico regolato da una bussola, da un progetto elaborato dai paesi già sviluppati sembra la vera "uscita di sicurezza" da un labirinto che diventa di anno in anno più gigantesco... Questo articolo nasce dalla curiosità di verificare se le organizzazioni internazionali di cui tanto si sente parlare e che, spesso, vengono esaltate o demonizzate, costituiscono o meno causa effettiva di sviluppo per i Paesi più deboli..."

Liceo Linguistico G. Deledda

Globalizzazione e ambiente

"Nell'ultima conferenza a Kyoto si è parlato molto dell'effetto serra e della desertificazione. L'effetto serra è sempre esistito ma in questi ultimi anni gli scienziati lo hanno messo sempre più in evidenza. La terra riceve calore dal sole e lo disperde nell'atmosfera, ma l'irradiazione verso l'alto è bloccata dai gas che svolgono lo stesso effetto della parete di una serra, aumentando la temperatura del pianeta..."

ITI G. Galilei

Globalizzazione?

"Il brano "Il presente non è eterno, riflessioni sulla globalizzazione" contiene una riflessione su tutto ciò che ha convenzionalmente assunto il nome di "globalizzazione" ovvero quel concetto secondo cui i paesi economicamente più sviluppati controllano l'economia dei meno sviluppati... Secondo il teologo indiano M.P. Joseph... la globalizzazione è il risultato di un cosciente sforzo umano. Secondo l'autore, però, gli stati che non hanno preso parte a queste decisioni dovrebbero ribellarsi e rivendicare il proprio potere chiedendo di cambiare le decisioni che non gli sembrano giuste."

Liceo Artistico P. Rile

FORUM:

forum 1
"Globalizzazione e ambiente"

forum 1
"Comunicazione e globalizzazione"

forum 3
"I fessisti maggiori"

forum 4
"Globalizzazione e nuove povertà"

Contatti internet:

Home /
Contatti /
Inglese /
Italiano /
Spagnolo

La storia del GE8



Associazione
FLANET



Comune di
Genova



Direzione Regionale
Regionale per la Liguria



Facoltà di Scienze Politiche,
Università di Genova



Fondazione ENI
Enrico Mattei

Nel numero 22 di TD abbiamo presentato il progetto educativo GE8, di cui riproduciamo la schermata di avvio. Le coordinate del sito sono: www.itd.ge.cnr.it/ge8/rivista