

"I social network" di Giuseppe Riva

di Roberto Mussinatto

08-01-2019

Recensione a: Giuseppe Riva, *I social network*, Il Mulino, Bologna 2017, pp. 200, 14 euro, (scheda libro)

I social network, di Giuseppe Riva uscito nel 2017 per il Mulino, è un testo che analizza puntualmente genesi, natura e impatto dei social media e delle reti da essi create. Questo tipo di analisi utilizza gli strumenti della cyberpsychology, nuovo campo della psicologia comportamentale che studia le trasformazioni nel comportamento umano prodotte dalle tecnologie emergenti. Tali strumenti permettono all'autore di delineare la fisionomia di un giusto rapporto uomo-social network basato sul riconoscimento dei pregi e dei difetti che presentano le reti sociali informatiche in quanto mezzi per potenziare le relazioni umane.

L'analisi condotta nel libro prende le mosse dal riconoscimento della centralità dell'esperienza sociale nella nostra vita quotidiana e nella definizione della nostra identità. Oggi il campo dell'esperienza umana comprende anche i social network, che impattano su entrambe le dimensioni della nostra esperienza, cioè quella dell'identità sociale e della rete sociale. Con rete sociale si intende l'insieme dei soggetti con cui un individuo è legato da rapporti di varia natura, mentre con identità sociale si intende il posizionamento di quest'ultimo all'interno dei gruppi sociali di cui fa parte. La nascita dei computer e in seguito la rivoluzione Web 2.0 hanno modificato profondamente queste due dimensioni, prima vincolate da limiti spazio temporali: le nuove tecnologie informatiche infatti permettono una comunicazione istantanea fra soggetti che si trovano lontani nello spazio e una fruizione dei contenuti anche dilazionata nel tempo, abolendo il vincolo della presenza fisica in un certo luogo e in un certo momento per poter assistere ad un determinato avvenimento o fruire di un determinato contenuto. L'integrazione fra internet e il computer - nato inizialmente per altri scopi - ha permesso di trasformare quest'ultimo in un mezzo di comunicazione, portando poi all'evoluzione delle tecnologie digitali e delle interfacce che hanno aperto la via agli smartphone, vero terreno di diffusione di massa dei social network.

La storia dei social network non è stata comunque quella di un istantaneo successo: Riva delinea perlomeno tre fasi nella vicenda storica dei social media. Una prima fase, quella delle origini, è quella in cui i social network si configurano come applicazioni web per l'esplorazione di reti sociali chiuse o poco più[1]. La seconda fase, detta di maturazione, in cui le reti esplorabili coi social si aprono, consentendo all'utente la gestione diretta della sua personale rete. La terza fase, che Riva definisce espressiva, in cui i social diventano oggetti multiformi, a cui accedere attraverso diversi mezzi (PC, smartphone) che permettono un'esperienza immersiva di controllo totale, sia della propria rete sociale, sia della propria identità sociale. In quest'ultima fase, che è quella che stiamo vivendo oggi, i social network sono diventati mezzi per soddisfare molti dei bisogni sociali di una persona. Questi infatti permettono di appagare il bisogno di organizzazione ed estensione, attraverso la loro primaria natura di supporto alla rete sociale personale, poi quello di esplorazione e confronto, attraverso l'offerta della possibilità di esplorare i profili altrui per farsi un'idea dell'identità degli altri, e infine quello di descrizione e definizione, attraverso la gestione del proprio profilo personale, vera "faccia digitale" del singolo. Per permettere queste potenzialità, i social network hanno sviluppato un linguaggio comune basato su tre principi: la presenza di uno spazio virtuale

(forum) in cui i profili degli utenti sono accessibili a tutti, anche solo in parte; la possibilità di creare una lista limitata di contatti con cui comunicare; la possibilità di avere sotto controllo gli scambi fra gli altri utenti della propria rete.

Il successo dei social network

Questa configurazione particolare ha permesso ai social network di essere appetibili ad un gran numero di persone, che hanno visto in essi, seppure inconsciamente, un mezzo per soddisfare i propri bisogni primari e condurre esperienze gratificanti. Riva infatti mette in relazione la struttura dei social e la piramide dei bisogni di Maslow, mostrando come questi riescano a soddisfare appieno tutti i bisogni principali di una persona, dal bisogno di sicurezza a quello di autorealizzazione. Ma non solo, Riva evidenzia come i social siano anche capaci di offrire esperienze «flow», cioè esperienze che, a prescindere dal fine per cui sono fatte, sono gratificanti e dunque spingono l'utente a volerle ripetere. Queste caratteristiche hanno dunque determinato la grande diffusione dei social network (passati nel giro di 14 anni da 1 milione a 2 miliardi di utenti [p. 161]) e la creazione di un vero e proprio cyberspazio, cioè un luogo digitale in grado di aggregare comunità fluide e disperse e di unire le caratteristiche delle reti sociali tradizionali con quelle del web (interazione, supporto, multimedialità, condivisione e creazione di contenuti).

Altro effetto di questa configurazione è quello di aver definitivamente abbattuto la barriera fra mondo offline e mondo digitale: ora ciò che capita in uno ha effetto sull'altro e viceversa. Uno degli esempi di questo cambiamento che Riva propone è quello del tagging, cioè la possibilità di associare ad una foto il nome di una persona con una etichetta (tag): il tag può farlo chiunque, sfuggendo quindi al controllo della persona taggata, la cui identità sociale digitale e reale può essere danneggiata se la foto rappresenta la persona in atteggiamenti contrari all'idea che di lei ha la sua rete sociale o che un estraneo può farsi. La caduta di questo muro pone l'interrogativo sugli effetti che i social network possono avere sulla costruzione, relazione e comunicazione dell'identità personale. I social infatti hanno dato vita ad uno spazio sociale ibrido, che Riva chiama interrealtà, composto da legami digitali e legami offline che continuamente scambiano fra loro informazioni. Questo travaso continuo di dati, principale oggetto di studio della cyberpsychology, rende i social network fonte sia di opportunità, sia di problemi.

Sul fronte delle opportunità, la grande malleabilità dei social network permette un controllo e una modifica dell'esperienza e dell'identità sociale mai sperimentati prima. Tra queste nuove opportunità offerte dai social, una è la possibilità di scegliere come presentarsi alle persone che compongono la propria rete sociale (impression management), e quindi di poter più direttamente determinare quale lato di sé esporre agli altri, un'altra è la possibilità di creare attraverso di essi relazioni interpersonali stabili, come ad esempio una relazione amorosa. In questo i social network si configurano come mezzi gratuiti di «self-empowerment», che permettono cioè ai soggetti di utilizzare al meglio le proprie risorse e caratteristiche, aiutandoli ad uscire da una situazione di stallo (p. 117). Inoltre i social costituiscono anche un'opportunità dal punto di vista economico: le aziende possono comunicare più efficacemente coi clienti, che sono così trasformati da consumer a prosumer, capaci di creare o modificare i contenuti esistenti secondo i propri bisogni. Ma non solo. I social raccolgono anche i contributi di persone che gratuitamente condividono con la propria rete sociale contenuti da essi prodotti con il solo fine di contribuire all'avanzamento generale, andando verso quella che Riva chiama «economia della felicità».

Il lato oscuro dei social network

Sul fronte invece dei problemi, sono i vincoli fisici dei social a determinarne gli impatti negativi. Prima di tutto, poiché l'interfaccia da fisica diventa «disincarnata» (p. 28), cioè adattabile ai vari supporti da cui si può accedere alla rete social, l'identità del singolo si ritrova ad essere frammentata e parziale. Viene infatti a mancare il contesto entro cui collocare ciascun frammento, che quindi si presta ad essere interpretato nei modi più diversi, indipendenti dalla realtà e dalla volontà della persona che questi frammenti dovrebbero far conoscere. Tutto questo apre la strada a comportamenti disfunzionali (come atteggiamenti aggressivi, cyberbullismo, sexting, trolling), alimentati da un anonimato (vero o presunto) o da un desiderio di rivalsa e riconoscimento che il social amplifica. Questo genera un primo paradosso, legato alla facilità di cambiare la propria identità social, in questo modo però anche un intervento esterno è in grado di mutare facilmente la percezione che gli altri utenti hanno. Da ciò risulta che l'identità social è una «identità fluida» (pp. 140-142), soggetta ad un continuo mutamento che può essere causato da fattori interni (la volontà del singolo) ed esterni (l'intervento di terzi). Questa instabilità, soprattutto nell'adolescenza, può portare a problemi nella costruzione di un'identità stabile, gettando invece in uno stato di precarietà che al posto della stabilità e del futuro ha come riferimenti «un eterno presente privo di certezze e legami» (p. 166). Per questo motivo le autorità hanno imposto limiti di età per l'accesso ai social, limiti però che sono facilmente aggirati dai ragazzi, i quali aspirano ad entrare nello spazio dei social o per volontà di emulazione o per una prima volontà di affermazione sociale della propria esistenza come individuo autonomo (pp. 166-167). Per evitare l'uso dei social network da parte di utenti troppo giovani e poco educati all'uso di questi mezzi, Riva propone l'introduzione di un patentino dei social rilasciato da istituzioni certificate che attesti la capacità del giovane di accostarsi ad un social network.

Un altro dei problemi causato dai social è la riduzione delle distanze interpersonali, che producono tre effetti negativi: il primo è il gossip, il secondo è l'«invidia digitale» (p. 144), il terzo è l'«analfabetismo emotivo» (p. 143). Il gossip è dovuto al facile accesso alle informazioni su persone terze su cui basare il discorso con un'altra persona che, presumibilmente, avrà anch'essa avuto accesso a quelle stesse informazioni. L'invidia sociale è invece dovuta al continuo confronto con gli altri e con le informazioni che questi condividono con la rete. Questo accesso continuo alle informazioni, anche su persone che si frequentano poco, conduce ad un secondo paradosso: poiché i social network ci permettono con poco sforzo di gestire anche legami deboli, allora non ci sarà più differenza fra questi e i legami forti. Insomma, non riusciamo più a distinguere i gradi delle relazioni sociali e a ricoprire i diversi ruoli che possiamo assumere al loro interno (pp. 146). Questo può condurre a quello che Riva chiama «analfabetismo emotivo» (p. 143), cioè l'incapacità di riconoscere le emozioni proprie e altrui dovuta alla mancata relazione con un'altra persona fisica - circostanza che ci permette di apprendere l'empatia e di capire le nostre stesse emozioni - sostituita con un oggetto inanimato. Questo analfabetismo può condurre dal disinteresse emotivo fino alla psicopatia.

Infine, problema incombente sia per i giovani, sia per gli adulti, è quello generato dal terzo paradosso dei social network: se è possibile cambiare facilmente la propria identità social, è altrettanto facile per le altre persone risalire le tracce delle precedenti identità per farsi un quadro dell'identità reale dell'individuo. Questo comporta la fine della privacy, con l'identità digitale consegnata in mano a terzi (come, ad es., i dipendenti dell'ufficio del personale dell'azienda alla quale si è fatta domanda di assunzione).

Per concludere, Riva analizza velocemente i disagi che la dipendenza da social può arrecare alle

persone, mettendo in evidenza come molti studi dimostrino che un utilizzo dei social pari a due ore al giorno possa portare benefici al modo di lavorare e al carico di lavoro che è possibile gestire in una giornata, mentre uno anche di poco superiore può arrecare gravi danni alla salute psicofisica della persona. Per questi motivi, l'autore conclude il testo definendo il giusto rapporto con i social su tre basi: la formazione del singolo, che deve essere consapevole delle opportunità e dei problemi posti dai social; la responsabilità nell'uso, che deve essere avveduto e volto a non nuocere agli altri utenti; la consapevolezza che i social network sono dei medium che permettono di migliorare le proprie relazioni sociali, ma che in nessuno modo surrogano la vita reale, che è sempre da preferirsi. I rapporti diretti con le altre persone infatti, per quanto complessi e a volte difficili, sono quelli che davvero ci rendono umani, arricchendo la sfera emotiva ed esperienziale come nessuna relazione via web può fare.

[1] Con reti sociali chiuse, l'autore intende quelle reti con un numero di contatti fissi e non scelti dal fruitore (ad es. i forum online cui ci si iscrive se interessati ad una certa materia ma senza la possibilità di influire sugli altri partecipanti), con reti sociali aperte intende quelle reti in cui è il fruitore a scegliere i propri contatti e ad autorizzare o meno il loro accesso alle proprie informazioni (ad es. gli "amici" di Facebook).