



Gestire la comunicazione nei social

Post, immagini, tracce

“Social media” è una espressione ormai nota che «rimanda alla dimensione sociale che è, per la maggior parte delle persone, una dimensione di prossimità o di comunità» (Martel, 2015, p. 344). Le ricerche e gli studi condotti in questi anni confermano un aspetto interessante: Instagram, TikTok e i social più diffusi tra i ragazzi funzionano come occasione di relazione e socializzazione finalizzata primariamente al mantenimento dei contatti esistenti. Ovvero, tutte quelle persone che conosciamo: per dirla in una battuta, la **cerchia dei pari** e quella immediatamente limitrofa. La seconda funzione riguarda certamente l'estensione della propria rete sociale, attivando cioè contatti nuovi e utili, che qualcuno definisce “legami deboli” perché non legati alla prima cerchia affettiva. Riprendendo le parole di danah boyd, «(...) i social media sono diventati uno spazio pubblico importante dove gli adolescenti possono incontrarsi e socializzare con i propri pari in modo informale. Sono alla ricerca di uno spazio tutto loro per capire il mondo oltre la loro camera da letto» (boyd, 2014, p. 33). Nella situazione vissuta durante la pandemia, i social sono diventati l'unico spazio di socializzazione e confronto possibile, hanno rappresentato l'unico modo per “uscire fuori” dall'isolamento fisico attraverso una piattaforma di comunicazione, per condividere e non perdere il contatto umano. Attraverso lo schermo abbiamo passato del tempo guardando film, serie e programmi, ma abbiamo anche organizzato sessioni di “co-viewing”, guardando a distanza lo stesso show e commentandolo online, o usando Twitch per seguire insieme lo stream offerto, in gruppo, proprio come una platea riunita.

Spazi di conversazione complessi

Uno degli aspetti primari della comunicazione nei social è dato dalle conversazioni e dalle **tracce** che lasciamo nei nostri profili, come in quelli dei nodi della nostra rete di contatti. Sono tracce gli aggiornamenti di stato, l'immagine che scegliamo come foto del profilo, le stories che aggiungiamo su Instagram, i micro-video prodotti con TikTok, i post e i tag che decidiamo di usare a commento di un'immagine. L'elemento decisivo di questo discorso sta nel considerare “testo” non solo le tracce scritte, ma tutti gli elementi della conversazione, poiché essi partecipano alla costruzione del significato. Anzi, nei media sociali il portato delle immagini è di gran lunga superiore (**visual social network**).

La possibilità di comunicare nei social è data da almeno due fattori. Il primo è rappresentato dalla facilità di **interazione** con la macchina e i linguaggi: non devo conoscere il codice, basta scrivere e fare click in uno spazio dove posso agire come autore. Attenzione, la presunta facilità e naturalezza con cui comunichiamo esige un dose di responsabilità ancora maggiore per la velocità dei passaggi (misurati con un click, appunto, e incapaci di dare a chi scrive il “tempo per pensare”, il “tempo per riflettere”). Il secondo è dato dalla **disintermediazione**: «Internet è decentralizzato, decentrato, plurale e caratterizzato dalla disintermediazione. E' improbabile che si possa tornare a un modello elitario, in cui il giudizio è nelle mani di un ristretto numero di critici, cosa che faceva già infuriare alcuni personaggi dei romanzi di Balzac» (Martel, 2015, p. 266).

Il volto sociale dei social

Seguendo l'interessante analisi sull'uso delle immagini nei social condotta da Rivoltella, emergono due strategie. La prima è definita **identity performance**, dove la persona è al centro con tutte le sue esperienze, la seconda è



riconosciuta come **identity erasure** e «gioca invece sul mascheramento, sull'identificazione del proprio volto attraverso la sua sostituzione o negazione» (Rivoltella, 2010). L'analisi produce 6 tipologie di "volto" che da Facebook estendiamo

"Gli adolescenti possono non essere esperti nel navigare in un mondo traboccante di informazioni e di opportunità di interazione sociale, ma non c'è motivo di credere che non svilupperanno queste abilità continuando a usare i social media.

ai social in linea generale: l'immagine referenziale (il volto dell'utente "ufficiale, in posa), contestuale (dove la persona è inserita nel proprio contesto informale), poetica (artefatta, originale, che mette al centro un dettaglio di sé), l'avatar dato di default (che ci rende irriconoscibili), una caricatura (un personaggio dei fumetti), l'immagine simbolica (una bandiera, un oggetto, un simbolo). Le prime tre rientrano nella prima strategia, le rimanenti nella seconda. Sarebbe interessante lavorare sulle immagini scelte dai ragazzi (o che i più piccoli sceglierebbero), ma anche sulle forme assunte dalla

conversazione:

Le **domande per l'educazione** e la scuola non sono semplici: se è vero che, come dice Sherry Turkle, si assiste a una **"fuga dalle conversazioni"** faccia a faccia, sono i social a sostenerla, oppure è una forma naturale che ospita il bisogno delle persone di relazioni più leggere e meno impegnative? Alcuni ragazzi, durante una ricerca condotta pochi anni fa (sembra un secolo fa, se pensiamo al tempo accelerato con cui i social si affermano e decrescono), ci raccontavano di come Instagram - allora neonato - fosse una scelta migliore, perchè non si trattava di "sostenere una conversazione scritta e impegnativa", ma di postare una foto, più immediata, veloce e aperta nell'interpretazione. Che implicazioni ha la mia comunicazione senza mediazione? Entra in gioco un ulteriore elemento, che gli psicologi definiscono "effetto disinibitorio" (Palfrey&Gasser, 2009). Davanti a uno schermo, in sostanza, siamo tutti più disinibiti, perché non temiamo le conseguenze dei nostri atti verbali, non vedendo "in faccia" il nostro interlocutore, con una diminuzione dell'empatia.

Tornano le parole di danah boyd: «Gli adolescenti possono non essere esperti nel navigare in un mondo traboccante di informazioni e di opportunità di interazione sociale, ma non c'è motivo di credere che non svilupperanno queste abilità continuando a usare i social media. E non c'è nemmeno motivo di credere che l'astinenza digitale possa contribuire a renderli degli adulti più sani, felici e più preparati» (boyd, 2014, p. 125).

Lecture

boyd, d. (2014). *It's Complicated. La vita sociale degli adolescenti sul web*. Castelvecchi, Roma.

Martel, F. (2015), *Smart. Inchiesta sulle reti*, Feltrinelli, Milano.

Rivoltella, P. C. (2010), *Il volto sociale di Facebook. Rappresentazione e costruzione identitaria nella società estroflessa*, in Vinci D. (a cura di), *Il volto nel pensiero contemporaneo*, Il pozzo di Giacobbe, Trapani.

Silverstone R. (2009), *Mediapolis. La responsabilità dei media nella civiltà globale*, Vita e Pensiero, Milano