



L'identità in rete

L'online non va mai in vacanza

L'**identità** è un concetto affascinante, con una pluralità di applicazioni e significati che promuovono una sua risonanza nella comunicazione e nei media in particolare. Da sempre giocata sui modelli alternativi dell'unità di coscienza e dell'unità narrativo-biografica, accomunati dal paradigma informazionale, viene radicalmente mutata alla luce delle nuove interazioni con le tecnologie. Se siamo fatti delle nostre informazioni, delle nostre memorie o storie, la pervasività delle informazioni registrate, offerte, richieste dalle tecnologie digitali conduce necessariamente a rimodulare il paradigma identitario sulla base dell'insieme di dati raccolti.

Nel testo *La quarta rivoluzione* Floridi allude alla rivoluzione che guida il passaggio dalla società dell'informazione a una nuova forma di società, che richiede un ripensamento dei paradigmi di filosofia della comunicazione e conduce alla descrizione di nuovi schemi di comportamento e identitari. Floridi parla di una nuova fase storica, e per sottolineare la rottura di questa nuova stagione rispetto alle epoche precedenti utilizza il termine di **iperstoria**: in questa nuova era, la nostra, la società e gli ambienti sono sensibilmente dipendenti dalle tecnologie digitali, che con le loro capacità di processare dati si fanno condizioni essenziali per la promozione del benessere sociale, inteso sia alla stregua di crescita individuale che nel senso di sviluppo sociale generale.

Vivere onlife

Le tecnologie digitali hanno reso la comunicazione dei dati il nucleo fondante della società: se nella società dell'informazione potevamo scegliere se e quando essere online, limitando il campo delle interazioni digitali entro certi confini, con la società informazionale i media non sono più limitabili, ma continuano persistentemente ad essere **onlife**, prescindendo da noi. Essi ci sono, sussistono, sono presenti nella nostra vita indipendentemente dalla nostra volontà di essere connessi o meno, hanno «[...] quasi interamente annullato la linea di confine fra la vita online e la vita offline, portando il nome "reale" al centro della dinamica online, e realizzando il definitivo mescolarsi delle due realtà, che ora tendono a sovrapporsi e a confondersi».

La realtà viene così pervasa da diversi spazi di vita: trascorriamo parti consistenti del nostro tempo in luoghi diversi da quelli in cui siamo fisicamente collocati. A livello di socialità, quest'immersione nello spazio interno dei dispositivi digitali, che sostituisce piazze e luoghi d'incontro reali, conduce a modificare le forme di relazione. In particolare, si assiste sempre più a uno sbilanciamento del sé identitario verso l'esterno.

I concetti di intimità ed estimità nel web

L'esperienza sociale che connota l'utilizzo dei nuovi media si articola principalmente sui concetti di **intimità** ed **estimità**. Intimo è ciò che è più interno e perciò appartiene più profondamente a qualcosa o qualcuno. Non riguarda una relazione esterna ma una singola entità. L'intimo, per sua natura, è perciò quel che è nascosto. Gli individui, però, creano rapporti in cui si rivelano l'intimo l'un l'altro: è quella l'intimità. Si sviluppa nella famiglia (nella quale però declina con il tempo: il concetto di privacy prende corpo dentro la famiglia), nell'amore e nell'amicizia. Per estensione, se abbinata a un'esposizione di ciò che è riposto nell'animo, origina la forma più intensa di intimità, quella che viene normalmente considerato improprio rappresentare all'esterno. Per queste sue caratteristiche l'intimità è l'essenza del privato. All'opposto dell'intimità, l'estimità è la tendenza a rendere visibili agli altri gli aspetti più intimi e personali di



sé. Il neologismo in realtà si deve a Lacan (con un significato diverso), è stato ripetutamente utilizzato da Bauman, ha solide radici etimologiche nella lingua latina (della quale avevamo conservato *intimus* ma perduto il suo opposto *extimus*). In seguito, Tisseron ne ha circoscritto l'uso alle abitudini digitali, fissando la sua versione del concetto al "rendere pubblici elementi della vita intima al fine di valorizzarli grazie ai commenti" (Tisseron, 2001).

L'estimità online possiede, secondo Tisseron, uno scopo specifico: ricavarne autostima, verificando il consenso dei destinatari.

La cultura della convergenza: il concetto di identità multipla

Volgendo lo sguardo verso la comunità della Rete, lo user, facendo parte di una rete di informazioni che lui stesso contribuisce a modificare, entra in uno stato di trasformazione psicologica e di relazione con gli altri utenti, tendendo a costruire un'identità multipla che si adatta al contesto in cui egli si inserisce.

Raph Koster, il famoso game designer conosciuto per la direzione di *Star Wars Galaxies*, mostra una visione di comunità innovativa in cui spiega che «'Noi' è la parola più importante» davanti alla richiesta degli utenti di una nuova cultura della convergenza (H. Jenkins, 2014), di poter essere partecipanti attivi della costruzione del sapere della propria comunità.

Il cuore del modello proposto da Jenkins ha a che vedere con la cosiddetta **convergenza culturale**. L'espressione fa riferimento a più aspetti diversi legati a come avvengono oggi i consumi culturali e non solo. Più centrale è l'idea di una sempre maggiore convergenza tra il potere dei produttori e quello dei consumatori che interagiscono in maniera e con risultati spesso

imprevedibili: tanta letteratura esiste ormai sulla figura del **prosumer**, ossia di un consumatore che è anche allo stesso tempo produttore di tutto ciò che legge, ascolta, vede, grazie alla possibilità che ha di personalizzare e rendere davvero su misura la propria dieta mediatica

La condivisione di un'identità comune gli permette di affermare che «la comunità è proattiva, non reattiva. È l'atto di coltivare un giardino; è la costruzione di cultura. Se rispondete unicamente a ciò che giunge, lo renderete selvaggio. È necessario, invece, impegnarsi nella definizione attiva di criteri» (R. Koster, 2019).

Lecture

Floridi, L. (2017) *La quarta rivoluzione, Come l'infosfera sta trasformando il mondo*, Cortina, Milano.

Jenkins H. (2014). *Cultura convergente*, Santarcangelo di Romagna: Maggioli.

Tisseron, S. (2016), 3-6-9-12. *Diventare grandi all'epoca degli schermi digitali*, ELS, Brescia.

Turkle, S. (2012). *Insieme ma soli. Perché ci aspettiamo sempre più dalla tecnologia e sempre meno dagli altri*.

Milano: Codice.