

**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SIENA**

**Facoltà' di Economia  
Corso di Laurea in Economia e Commercio**

**LINGUAGGIO E COMUNICAZIONE VIRTUALE  
TRAMITE INTERNET: L'ALIENAZIONE DELLA  
PERSONA**

**Relatore:  
Prof. Paolo Francini**

**Tesina di Laurea di:  
Roberto Conforto**

# INDICE

## **INTRODUZIONE**

### **CAPITOLO PRIMO: COMUNICAZIONE E SUA EVOLUZIONE**

#### 1.1 VIVERE E' COMUNICARE.COMUNICARE E' VIVERE

#### 1.2 LA COMUNICAZIONE DALLE ORIGINI AL TERZO MILLENIO

### **CAPITOLO SECONDO: CRISI DELLA COMUNICAZIONE**

#### 2.1 LA DIFFIDENZA VERSO LA COMUNICAZIONE SOCIALE

#### 2.2 LA RICERCA DI UN TERRENO DI CONVERSAZIONE: INTERNET

### **CAPITOLO TERZO: L'INTERAZIONE VIRTUALE**

#### 3.1 LE COMUNITÀ' VIRTUALI

#### 3.2 CRITICHE E VARIABILI DELLA COMUNICAZIONE TRAMITE INTERNET

## **CONCLUSIONI**

## **BIBLIOGRAFIA**

## INTRODUZIONE

La nascita della rete Internet e il conseguente sviluppo di canali, forme e scenari di comunicazione fra gli individui attraverso il computer hanno messo studiosi di aree diverse di fronte alla necessità di analizzare queste nuove tecnologie, sulla struttura e sulle dinamiche delle interazioni fra esseri umani.

Le tipologie inedite di socialità e di appartenenza che le nuove tecnologie rendono possibili sembrano in grado di dare corpo a forme di intelligenza cooperativa - o collettiva - che possono influire profondamente sia nei processi cognitivi, sia in quelli interazionali. La comunità telematica condivide con il concetto di realtà virtuale una necessaria e profonda rielaborazione del concetto di identità personale.

In particolare, la cosiddetta comunicazione che vede due o più partecipanti scambiarsi messaggi testuali in tempo reale attraverso la rete, ha ben presto costretto sociologia e psicologia a confrontarsi con l'evidenza di relazioni informali.

Con l'ingresso di internet, la comunicazione acquista il vantaggio dell'interattività. Nel cyberspazio (illusione in uno spazio finito) si acquista un elemento ulteriore che è quello della partecipazione, in cui l'individuo investe parte di sé e mette in gioco la propria sfera emotiva. La comunicazione del web chiama l'individuo all'azione, alle aspettative e agli investimenti personali che possono evocare sia un annientamento, ma della sfera sociale che gli sta intorno.

Nella comunicazione virtuale il suono della parola prende diverse dimensioni espressive. Tutto ciò è mutilato nella sua

dimensione materiale e il tentativo che si fa è quello di colmare questa imperfezione aggiustandola con una comunicazione più a misura di se stessi e delle proprie aspettative.

Il lavoro che presento intende esaminare l'importanza della comunicazione nella esistenza umana e le difficoltà dell'ultima generazione ad instaurare una comunicazione aperta e soddisfacente e l'emergere della comunicazione virtuale all'interno dell'ambiente sintetico costituito dalla comunicazione mediata dal computer. Intendo inoltre analizzare quanto le nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione influiscano sui processi di costruzione di relazioni sociali significative, tanto da poter definire i costrutti che ne scaturiscono come vere e proprie comunità. In particolare l'indagine verterà sull'analisi del concetto di comunità - con le implicazioni che questa comporta - e sulla sua applicabilità in un ambiente virtuale privo dei connotati di co-presenza fisica che sono stati sempre considerati essenziali ai fini della costruzione di questo costrutto sociale anche se negli ultimi anni deleteri.

## CAPITOLO 1

### COMUNICAZIONE E SUA EVOLUZIONE

#### 1.1 VIVERE E' COMUNICARE.COMUNICARE E' VIVERE

L'espressione "Vivere è comunicare" non ha la pretesa di indicare che la vita che viene comunicata sia di per sé una vita di "valore". L'espressione in sé non dice nulla sul significato della vita che si vuole comunicare, né, tanto meno, rappresenta un indice della positività di tale significato.

Da qualunque contenuto comunicato non si può di per sé dedurre in maniera logica, consequenziale, il valore dell'esperienza cui esso fa riferimento.

Per comprendere in maniera sufficientemente adeguata il valore di un'esperienza, occorre che il ricevente del messaggio si lasci coinvolgere nell'esperienza che gli offre l'emittente, assumendone i valori. Il che dipende unicamente dalla predisposizione interiore del ricevente, che può essere più o meno favorita dalla forza attrattiva del messaggio e dello stesso emittente.

Le obiezioni che a questo punto si possono porre sono due:

a) la condivisione di un'esperienza comune può anche portare a non saper individuare le soluzioni per risolvere in maniera adeguata le sue contraddizioni, al punto che per comprendere bene una determinata esperienza occorre dividerne un'altra di valore superiore;

b) se si condivide già una determinata esperienza, a che serve comunicarsene i valori?

La risposta a questa seconda obiezione è facile: non c'è nessuna esperienza che possa essere condivisa fino al punto di non aver bisogno di essere usata come oggetto di comunicazione. Questa è la premessa fondamentale da cui partire per una qualunque analisi sul linguaggio. Se vogliamo considerare il silenzio come l'espressione più adeguata per comunicare un certo tipo di esperienza, bisogna altresì aggiungere che la comunicazione è cosa che non riguarda unicamente la parola e che col termine linguaggio occorre intendere la capacità espressiva umana in senso lato. Inoltre l'esperienza umana non è così perfetta da non aver bisogno della comunicazione per poter rimanere coerente con i propri valori fondamentali, ovvero per potersi riprodurre all'infinito. Essa è costantemente soggetta a fasi di diversa intensità.

La risposta alla prima obiezione richiederebbe invece un trattato a parte. In effetti, oggi non possiamo prescindere dal fatto che una qualunque trattazione dell'argomento in oggetto è storicamente situata in un contesto socio-culturale caratterizzato dalla logica dell'antagonismo. A noi non interessa unicamente analizzare le caratteristiche del linguaggio umano, ma:

1. analizzare tali caratteristiche considerando che ci troviamo a vivere una formazione sociale particolare;
2. verificare in che modo da tale analisi si possono trarre degli spunti utili per uscire da questa formazione antagonista.

Ora procediamo. Se l'espressione "Vivere è comunicare" non dice nulla sul significato dell'esistenza cui si fa riferimento, l'espressione opposta:

"Comunicare è vivere" offre ancor meno indicazioni.

Questa seconda espressione infatti o viene considerata in maniera del tutto semplicistica, nel senso che chiunque comunichi qualcosa, in qualunque modo e con qualunque mezzo, deve per forza essere un soggetto esistente, in vita, in quanto i morti non comunicano (anche se qualcuno pensa che attraverso dei fenomeni paranormali possano farlo); oppure occorre considerarla in maniera circospetta, nel senso che chiunque abbia la pretesa di dimostrare qualcosa solo per il fatto che la comunica, va guardato con sospetto.

L'espressione "Comunicare è vivere" può essere soggetta a un'illusione che nel nostro tempo, basato su un uso massiccio dei mezzi mediali, è piuttosto tipica. Molti infatti ritengono che la qualità di un'esistenza sia proporzionale alla quantità di messaggi che essa trasmette o che su di essa si trasmettono. Quanto più si "comunica" tanto più "si crede" (o si vuoi fare credere) di vivere un'esistenza significativa, dotata di un certo prestigio. Certamente la proprietà dei mezzi comunicativi garantisce un elevato potere politico (persuasivo), ma essa di per sé non garantisce affatto che tale potere venga usato per fini democratici e umanitari, proprio perché non è la capacità di trasmettere notizie e informazioni che può di per sé dimostrare un valore positivo di un'esistenza. Normalmente anzi, laddove i mezzi di comunicazione appartengono a poche persone, il loro uso è necessariamente, inevitabilmente, anti-democratico. Paradossalmente, laddove si usa tanta informazione monopolistica, unidirezionale, non interattiva, lì di sicuro essa si rivela del tutto inutile, anzi dannosa, ai fini dello sviluppo della democrazia. Nulla infatti è più inutile di quella informazione che non permette di contribuire in qualche modo alla risoluzione del problema che si presenta.

Persine la comunicazione interattiva non serve a nulla se alla fine il problema rimane irrisolto.

## **1.2. LA COMUNICAZIONE DALLE ORIGINI AL TERZO MILLENNIO**

La comunicazione è un processo consistente nello scambio di messaggi, attraverso un canale e secondo un codice, tra un sistema (uomo, animale, macchina ecc.) e un altro della stessa natura o di natura diversa. In riferimento alla comunicazione bisogna considerare che si verifica a diversi livelli: il primo livello , che potremmo definire primordiale , è senz' altro comune a tutti gli esseri animali e al genere umano. A tale livello la trasmissione di informazione si realizza mediante segnali di varia natura percepiti attraverso gli organi sensoriali e correlati nell' ambiente , al tipo di informazione che deve essere fornito e al grado di acuità sensoriale per i diversi stimoli caratteristico di ogni singola specie. Tutte queste forme di comunicazione rimangono però di fondamentale importanza soprattutto nei primissimi periodi vita dell' individuo , cioè quando ancora non si è acquisita la cognizione di forme verbali di linguaggio e i rapporti interpersonali dipendono dalle primitive percezioni sensoriali istintive e congenite.

Gradualmente il linguaggio corporale puro ( innato ) viene " contaminato " da segni convenzionali acquisiti , evolvendo in un linguaggio misto detto gestuale.

Con il passare del tempo e la completa padronanza delle facoltà che distinguono il genere umano , le varie tipologie di comunicazione si arricchiscono di nuovi linguaggi, nuovi codici

e , soprattutto , possono usufruire di mezzi di veicolazione del messaggio che supera ogni barriera di tipo spazio- temporale. La coscienza di se stessi e degli altri, le facoltà propriocettive unite alla razionale percezione dello spazio e della realtà circostante, la propensione all'aggregazione sociale, con la conseguente necessità di comunicare emozioni, esperienze , i pensieri formulati e le informazioni, hanno spinto l'uomo , comunque naturalmente predisposto , all' adozione del linguaggio verbale , o più precisamente , alla sua invenzione . Infatti, anche se l' emissione di suoni per l'uomo è innata, il modo in cui essi possono essere formulati è infinito . Affinchè più soggetti possono comunicare fra loro e trasmettere informazioni è necessario che diano convenzionalmente un unico significato allo stesso suono , ovvero , che facciano corrispondere ad un determinato suono un determinato significato .

Conseguentemente , ogni comunità sociale elabora un proprio linguaggio ugualmente decodificato da tutti i membri della comunità stessa, pena l'esclusione e l'emarginazione dalle relazioni sociali.

Per millenni l'oralità è stata l'unico mezzo di trasmissione di informazione ma, la trasmissione dell' informazione orale presuppone infatti la presenza contestuale dell' emittente e del ricevente nel medesimo luogo, con ovvie limitazioni.

La svolta arriva con il messaggio grafico , ovvero , l'apposizione di segni, incisi o dipinti, su una superficie , che inizialmente erano le pareti stesse delle caverne , poi tavole d'argilla, stele , papiri, ecc. Con la rappresentazione di disegni che rinviano ad immagini di oggetti riconoscibili nasce la scrittura ideografica,

poi evolutasi, con l'introduzione dei segni fonetici, fino alla scrittura moderna .

Anche per questo che la trasmissione di messaggio attraverso immagini iconografiche non ha mai conosciuto momenti di crisi probabilmente perché si può rappresentare figurativamente il linguaggio del corpo, che rimane un messaggio universale decodificabile da chiunque .

Solo con l'invenzione della stampa si potè conoscere una più larga diffusione tra le masse e dar vita a quel sistema comunicativo di informazione che superava ostacoli prima insormontabili ; nascono , i mass - media, che veicolano il messaggio di uno o più emittenti verso il numero più possibile di riceventi con riduzione dei limiti di tempo e di spazio .

L' impressioni oltre che dei segni anche dei suoni sui supporti sempre più sofisticati, la possibilità di trasmettere prima i suoni e poi le immagini da un punto all' altro della terra, via etere per mezzo di cavi e con trasmissioni satellitari ( telefono , televisione , radio , computer e sue periferiche ) ci portano alla realtà dei giorni nostri .

Una realtà in frenetico fermento il cui potente motore continua ad essere , come gli albori dell ' umanità, la comunicazione rafforzata dall ' acquisita capacità di trasmettere informazione in tempo reale in qualsiasi punto della terra . Le singole potenzialità di questi mezzi, che un tempo assolvevano una funzione limitata e specifica, si vanno ormai unificando allargando gli orizzonti di utilizzo verso un sistema di comunicazione integrato capace di assolvere sempre crescenti necessità di un bacino di utenza divenuta mondiale .

Le parole chiave di questo sistema " INTERCONNESSIONE " e "INTERATTIVITA'".

L'interconnessione consiste appunto nella integrazione nei sistemi prima citati, ovvero, telefonico, televisivo e informatico, e dalle capacità di comunicazione interna, ovvero interazione di questo nuovo costituito sistema.

L'emittente dell' informazione è il destinatario della stessa, collegati a tale sistema, possono così comunicare in modo interattivo e proprio questa interattività la più grande innovativa conquista del mondo della comunicazione.

Nel ripercorrere l'iter storico della comunicazione umana avevamo concluso che la condizione ideale per trasmettere il maggior numero d'informazione possibili con il più alto grado d'interattività tra emittente e ricevente , era la presenza dei due sistemi nel medesimo luogo .

Oggi questa condizione non è più necessaria perché alla presenza fisica si sostituisce la presenza virtuale , capace di trasmettere quasi la stessa mole d'informazione , almeno tutte quelle che impegnano gli organi di senso visivo e uditivo.

I computer ( Internet) hanno creato nuove regole comunicative, dove i rapporti personali sono sempre più mediati da strumenti elettronici. Questa mediazione comporta una distorsione dell'originario concetto di "fisico" e di "reale". Infatti la comunicazione è, in questi contesti, istantanea ed interdipendente. Ma gli strumenti informatici e telematici del giorno d'oggi, non sono molto diversi da quello che furono a suo tempo il telegrafo, il telefono, i giornali e la tv: tutti questi

mezzi di comunicazione hanno portato cambiamenti nella produzione e nella comunicazione, assolutamente non prevedibili all'epoca. Per ognuna di queste invenzioni è stata modificata la percezione del reale: questa è determinata dallo sviluppo della società.

## **CAPITOLO 2**

### **CRISI DELLA COMUNICAZIONE**

#### **2.1 LA DIFFIDENZA VERSO LA COMUNICAZIONE SOCIALE**

E' stato appurato da alcuni anni che l'unica soluzione possibile che hanno le persone nella società, è quella di sviluppare diffidenza costante, pregiudiziale e assoluta, di fronte alle migliaia di messaggi che cercano di affermare che tale comportamento è necessario, pienamente adatto e, soprattutto, migliore di tutti gli altri. Questo tipo di atteggiamento mentale, ovviamente dannoso ma che posa su solide basi logiche, è quello che contraddistingue sempre di più l'atteggiamento dei cittadini verso qualsiasi cosa che gli venga proposta. Le persone sono più diffidenti perché sono cresciuti in un periodo storico dove il contesto manipolativo si è ampiamente affermato come linguaggio di comunicazione applicato a tutto e, in più, diffidano dei messaggi che provengono dagli altri poiché identificano chiaramente la discrepanza tra quello che gli viene promesso e quello che effettivamente devono vivere nella loro quotidianità .

## **2.2 LA RICERCA DI UN TERRENO DI CONVERSAZIONE: INTERNET**

Qualsiasi ricerca di elementi esplicativi, nel mondo degli esseri umani, può seguire due strade: la prima la possiamo chiamare la via dell'unilateralità ispirata dal pregiudizio che crea sempre nelle parti che vi si trovano coinvolte ostilità, qui intesa essenzialmente come tentativo di una parte di convincere e convincersi che la strada seguita è quella giusta. La forma comunicativa utilizzata dall'unilateralità è quella della manipolazione, intesa come quel complesso di atteggiamenti e tecniche che tendono a convincere gli altri che le proprie idee siano quelle più giuste.

La seconda strada è quella che segue un atteggiamento consapevole del fatto che non è possibile raggruppare in una classe gli esseri umani e che quindi, data la complessità del coinvolgimento relazionale nella specie umana, qualunque modello o strumento precostituito al di fuori di una rete di relazioni che coinvolga le parti interessate, non può avere alcuna validità se non quella di mantenere invariati i pregiudizi di chi costruisce il modello o lo strumento in questione. La via della consensualità nasce dall'abbandono del pregiudizio che viene sostituito dalla curiosità, ossia dall'esplorazione aperta e partecipativa del mondo che è intorno a noi. La forma di comunicazione utilizzata dalla scelta della consensualità è quella della comprensione, intesa come flusso bidirezionale continuo di informazioni tra le parti coinvolte in un discorso di interesse comune.

Internet è anche un laboratorio sociale. E' molto facile, una volta connessi, accedere a un numero indefinito di relazioni interpersonali.

Le tipologie di comunicazione tramite Internet vengono suddivise in *comunicazione sincrona* e *comunicazione asincrona*.

La *comunicazione sincrona*, come la videoconferenza, implica la compresenza temporale dell'emittente e del destinatario del messaggio.

La *comunicazione asincrona*, come la posta elettronica, dà la possibilità di scegliere il momento in cui partecipare all'interazione, dato che non è necessaria la contemporanea presenza in rete delle persone coinvolte. Il mittente invia un messaggio che il destinatario leggerà nel momento più opportuno.

Alla categoria della *comunicazione sincrona* appartengono:

*Internet Relay Chat*: chat è un termine inglese che significa "chiacchierare".

In Internet consiste in uno spazio virtuale composto da stanze o canali (solitamente le stanze rappresentano un particolare argomento o una particolare categoria di utenti) . Al loro ingresso agli utenti può essere chiesto di scegliere un pseudonimo (nickname in inglese), dopo di che può iniziare la conversazione con gli altri membri. Il testo digitato su tastiera compare sugli schermi di tutti i partecipanti, oppure si può scegliere di coinvolgere un singolo utente in una conversazione privata, in questo caso i due interlocutori visualizzeranno una finestra a parte, in cui comparirà il testo del loro dialogo.

*Le chat 3D:* la conversazione avviene in un ambiente tridimensionale in cui i partecipanti sono rappresentati da personaggi (cosiddetti Avatar) che attraverso il mouse o la tastiera possono muoversi, incontrarsi e interagire con gli altri. I messaggi digitati su tastiera compaiono sotto forma di fumetto sulla testa degli Avatar;

*ICQ:* (sigla di «I seek you», ovvero «ti cerco») consente di comunicare con utenti particolari, ad esempio con degli amici che vivono all'estero. Una volta installato il programma ed inserita la lista dei propri contatti ( le e-mail e i nomi delle persone che possiedono lo stesso software) *ICQ* avverte quando gli utenti sono collegati. A quel punto è possibile aprire una finestra a parte ed iniziare la discussione in tempo reale.

*Videoconferenze:* basta disporre di una WebCam e di un microfono.

Compare una finestra sul monitor in cui viene visualizzata la ripresa della WebCam dell'utente con cui si sta effettuando la conversazione. Oltre alla comunicazione audiovisiva, questi software offrono in parallelo una chat testuale, la possibilità di scambiarsi file ed una lavagna elettronica condivisa.

Il vantaggio economico è evidente, dato che in Internet è indifferente inviare informazioni di tipo audio, video o testuali. Per quanto riguarda la comunicazione asincrona, ci sono principalmente tre forme di comunicazione:

*Posta elettronica:* la prima forma di CMC ad essere stata inventata e la più diffusa. Praticamente ogni utente della rete possiede un indirizzo di posta elettronica, composto da un nome identificativo (detto anche "User ID", che può essere il proprio nome e cognome o qualsiasi pseudonimo) e dal nome

del computer che ospita la casella di posta, separati dal simbolo "@" (ad esempio ).

Si tratta di uno strumento che permette ad ogni utente di inviare un messaggio ad un qualsiasi destinatario, che potrà leggerlo nel momento in cui accederà alla propria casella di posta elettronica. I messaggi inviati non sono esclusivamente di tipo testuale, è possibile allegare o includere direttamente nel corpo della mail immagini, suoni o filmati.

Le e-mail possono essere scritte e lette direttamente dal proprio computer attraverso software di gestione della posta, oppure si può entrare nel sito del fornitore della casella di posta ed inserendo la propria User ID e la password si accede al proprio spazio dedicato, da cui è possibile comporre le proprie e-mail e leggerle senza dover impegnare la memoria del proprio PC;

*Mailing list* : consistono nello scambio di informazioni tra un gruppo predefinito di persone che solitamente condividono uno stesso interesse.

Possono essere i membri di un'organizzazione commerciale che ricevono periodicamente comunicazioni di aggiornamento, come individui che condividono uno stesso hobby. Una volta iscritti alla lista, queste persone possono entrare in contatto reciprocamente, in modo tale che ogni messaggio spedito sia ricevuto da tutte le altre;

*Newsgroup*: sono delle bacheche elettroniche dedicate ad uno specifico argomento. I membri possono accedere e leggere o rispondere ai messaggi pubblicati.

A differenza delle Mailing List, i Newsgroup danno la possibilità di leggere solo i messaggi che interessano, selezionandoli dall'elenco.

## **CAPITOLO 3**

### **L'INTERAZIONE VIRTUALE**

#### **3.1 LE COMUNITÀ' VIRTUALI**

Il concetto di comunità nel senso moderno del termine è stato introdotto nella riflessione sociologica da Ferdinand Tönnies, alla fine dell'800,. Il sociologo tedesco intendeva descrivere con i due termini rispettivamente la comunità tradizionale premoderna e la formazione sociale moderna e industriale, e analizzare la trasformazione in corso dall'una all'altra. Ciò che tutti questi usi del termine hanno in comune è l'idea che una comunità sia un gruppo di persone unite da solidarietà e riconoscimento reciproco, rapporti interpersonali, valori, interessi a lungo termine, e azioni condivise. I due fattori che favoriscono l'emergere di una comunità sarebbero dunque la prossimità spazio-temporale, la condivisione di un territorio che rende possibile la conoscenza e le relazioni personali, e la comunicazione tra i membri, lo scambio simbolico sia a fini rituali sia a fini utilitaristici (dove l'utilità è quella collettiva, che talvolta può anche contrastare con quella dei singoli membri).

Tuttavia l'elemento della co-territorialità e della conseguente fisica non è sempre indispensabile affinché si diano processi di comunità.

Ma un punto d'incontro di questo tipo non deve necessariamente avere una realtà fisica: può essere un luogo virtuale accessibile per via telematica.

Su questa considerazione si è basata la nascita del concetto di *comunità virtuale* “Le comunità virtuali sono aggregazioni sociali che emergono quando un certo numero di persone porta avanti delle discussioni pubbliche sufficientemente a lungo, con un certo livello di emozioni umane, tanto da formare dei reticoli di relazioni sociali personali nel c”berspazio”.

In effetti su Internet quotidianamente milioni di persone provenienti da ogni parte del pianeta si incontrano nei newsgroup, nei canali IRC, nei MUD, nelle chat delle grandi Web communities o in quelle di piccoli siti; discutono di problemi sia personali sia di lavoro, fanno quattro chiacchiere o semplicemente giocano insieme. Queste persone stabiliscono una relazione comunicativa molto stretta, orientata da interessi comuni e valori condivisi, e in alcuni casi arrivano a conoscersi a fondo, con un forte coinvolgimento emotivo ed affettivo ( sono ormai note numerosi casi di relazioni di coppie nate da frequentazioni virtuali) ; e ciò avviene, nella maggior parte dei casi, senza che si siano mai incontrate di persona. Secondo alcuni studiosi, nelle comunità virtuali si creano dei vincoli così profondi tra i partecipanti da dare origine a vere e proprie comunità. Anzi, le comunità virtuali sarebbero fortemente solidali e disinteressate, poiché si basano sulla comunanza di interesse intellettuale e non sugli interessi materiali, sulla territorialità o sui vincoli di razza. Inoltre la smaterializzazione dell'interazione consentirebbe di superare tutti gli ostacoli e le diffidenze fondate sulla differenza, sia essa di genere, razza o classe, che invece rendono conflittuale la convivenza sociale nel mondo reale.

### **3.2 CRITICHE E VARIABILI DELLA COMUNICAZIONE TRAMITE INTERNET**

I legami che si stringono in Rete è anomala e interessante: il vantaggio dell'anonimato, il fatto di poter accomodare la propria realtà, di proteggersi grazie a un livello di "presenza sociale" molto basso, di non rischiare critiche o rifiuti, porta i soggetti coinvolti a diventare più aperti e liberi di esprimersi. Inoltre è facile comunicare con persone che hanno idee, gusti e interessi simili ai nostri, fino a sentirsi parte di una comunità più grande. Questi rapporti si stabiliscono tra utenti della Rete culturalmente e socialmente pari, in altre parole, tra coloro che cercano il contatto ed eventualmente il conforto o la collaborazione, tra simili. Ecco perché le comunità virtuali si configurano come un punto di ritrovo (o di rifugio?) in cui si coltivano soprattutto le affinità elettive. Per il loro alto grado di omogeneità, tendono ad essere decisamente autoreferenziali.

Questo tipo di comunicazione è stato oggetto principalmente di due critiche, tra loro collegate: la prima relativa alla sua presunta impersonalità, la seconda relativa al fatto che un rapporto mediato dal computer risulterebbe poco gratificante. Riguardo alla prima critica sono stati fatti studi che hanno osservato l'impatto dei diversi media su quella che si definisce "social presence", ossia la sensazione di calore e personalità di una comunicazione. I media che eliminano i codici non verbali della comunicazione e non sono interattivi abbasserebbero la social presence.

La seconda critica ha anch'essa origine dal fatto che la conversazione mediata da computer renderebbe più difficile esprimere i sentimenti positivi dei partecipanti, solitamente

manifestati con la comunicazione non verbale: questo avrebbe, secondo i critici, un impatto negativo sui risultati della conversazione.

Diversi studi hanno però portato a ritenere che Internet in particolare, sia in grado di realizzare un livello di social presence e gratificazione elevato. Grazie alle nuove tecnologie, le variabili da considerare per giudicare la ricchezza di un tipo di comunicazione non sono più solo la prossimità e la certezza di riferimento, ma anche la pluralità delle fonti e degli accessi alla comunicazione.

Nello studio della qualità dei media si è sempre considerata la pluralità delle fonti come necessaria per la completezza e oggettività delle informazioni. Al riguardo assume importanza, il concetto di "massa critica": il vantaggio di un utente a partecipare ad una rete di comunicazione di qualsiasi tipo cresce, infatti più che proporzionalmente al crescere del numero dei partecipanti. In tal senso il potenziale di Internet è evidentemente superiore a quello di qualsiasi altro mezzo di comunicazione attualmente esistente.

Recenti studi hanno dimostrato che, più che la qualità della relazione in sé, è il tempo necessario allo sviluppo di un solido rapporto ad influire sulla qualità di una relazione mediata dal computer.

Nel lungo periodo quindi il livello di social presence e la sensazione di certezza dei riferimenti che risultano da una comunicazione in rete non dovrebbero essere influenzati dalla mediazione del computer.

L'integrazione di diversi modelli di comunicazione in Internet.

L'elemento chiave di novità di Internet colma proprio questa lacuna dei mass media tradizionali: la Rete rende possibile la costruzione collaborativa del processo e dell'ambiente di comunicazione.

In essa è possibile per la prima volta l'integrazione dei modelli di comunicazione interpersonale, di broadcasting e di rete. Non è dunque stato inventato nessun nuovo modello di comunicazione, ma è ora possibile integrare i vari modelli tradizionali in un unico strumento.

## **CONCLUSIONI**

Le mailing lists, così come sistemi simili di conferenze elettroniche, rivelano una delle potenzialità più interessanti di Internet, quella di mettere in comunicazione persone in gruppi più o meno aperti, indipendentemente dalla distanza relativa e dalla diversità di orari dei partecipanti.

Le liste postali permettono la conoscenza reciproca e la comunicazione sulla base di un interesse specifico, oppure di un semplice desiderio di fare nuove conoscenze e, in misura della loro specifica capacità ricombinare le dimensioni dello spazio e del tempo possono creare una grande quantità di relazioni comunicative, vale a dire permettere nuove combinazioni anche nella dimensione sociale.

Il fenomeno dell'interazione tramite gruppi telematici permette inoltre di dare una definizione forse più precisa dell'interazione sociale, definizione svincolata da riferimenti troppo concreti al corpo vivente dei partecipanti o al luogo fisico in cui avviene l'interazione, e legata piuttosto alla comunicazione stessa: l'interazione sociale è un effetto diretto della comunicazione. Altre variabili, come il corpo, il luogo, le tecnologie o i limiti temporali sono importanti solo per le opportunità che offrono e per i limiti in cui costringono le

interazioni stesse .La conoscenza interpersonale diretta tipica dei membri dei gruppi primari può avvenire in base a rapporti di comunicazione a distanza e non essere necessariamente del tipo "faccia a faccia".

Come ogni vero oggetto evocatore, ovvero proiettivo, Internet attrae o genera repulsione, anche in coloro che non ne sono in rapporto diretto. Suscita speranze e paure venendo osservato sia da punti di vista innovativi che tradizionali. Rivela quindi, l'immagine di sé, le speranze e/o le paure dei vari osservatori sociali, speranze e paure che non sempre appaiono, a dire il vero, ben consistenti. Non è un fenomeno nuovo. Lo conosciamo ormai come tipico di ogni processo di innovazione, e non solo tecnologica. Ma è senz'altro un fenomeno sempre difficile da analizzare.

Vorrei riferirmi a tre "proiezioni" principali, collegate a speranze e paure tipicamente moderne . Tutte e tre sono collegate alle forme dell'interazione sociale così come sono state influenzate dalle tecnologie della comunicazione, vecchie o nuove che siano:

**1 . Speranza e paura della modernità.**

**2. Speranza e paura nei confronti della smaterializzazione, della comunicazione.**

**3. Speranze e paure collegate a Internet in particolare e alla telematica in generale, per i suoi aspetti di rinascita dell'oralità e della parola scritta.**

1. Gli atteggiamenti nei confronti della modernità, dei quali a noi interessano in particolare quelli nei confronti delle

tecnologie, sono stranamente intrecciati con gli atteggiamenti nei confronti della comunicazione in compresenza corporea. Ma non, si badi bene, come mera conversazione intima (sgravata da pressanti controlli sociali) oppure "disimpegnata all'inglese" (perché così è possibile liberarsi, con tatto, al più presto, per tornare ad affari più seri), né come semplice modalità comunicativa occasionale (ad es. in ascensore) o "burocratizzata" (ad es. in un ufficio postale), bensì così come si effettua nei contesti comunitari, fortemente connotato in senso morale.

2. Per quanto riguarda poi la smaterializzazione della comunicazione, siamo sicuri che si tratti di una caratteristica peculiare di certi nuovi media?

Non sarà per caso invece una caratteristica abbastanza comune di molti media, finora celata solo dall'abitudine? .

3. Prima di tutto, chi l'ha detto che la telematica sia o dovrebbe essere di per sé solo orale e scritta ? Oggi è certo così, con l'aumento vertiginoso della larghezza di banda e l'altrettanto vertiginoso calo dei costi di accesso, l'audio e il video bidirezionali in tempo reale sono una realtà.

Propongo quindi una conclusione aperta. Nostalgia della comunicazione faccia a faccia, della comunità e di valori forti, incertezza nel futuro e paura e speranza nei confronti delle tecnologie, sembrano tutte cose collegate e hanno certo una loro rilevanza sociale. Ma allo stesso tempo sembrano spesso risentire della mancanza di una più adeguata considerazione teorica del fenomeno della comunicazione nel suo insieme, che consentirebbe di meglio perseguire gli obiettivi ed evitare inutili paure.

Il caso di Internet perciò, a questo riguardo, non è diverso ad esempio da quello della Realtà Virtuale. Come il concetto di comunicazione è messo alla prova da nuove forme di comunicazione, anche quello di esperienza è messo alla prova da nuove forme di esperienza. In questi territori, il vecchio dato per scontato e le vecchie formule terminologiche stanno ricevendo forse già oggi il colpo di grazia, sotto la risonanza cognitiva indotta dalle più recenti tra le innovazioni nel campo della comunicazione e dell'esperienza. Compito di chi fa ricerca, sarà quindi quello di mettere alla prova formule nuove e più adeguate.

## **BIBLIOGRAFIA**

- Stone A., R., Desiderio e tecnologia, il problema dell'identità nell'era di Internet

-Internet, Feltrinelli Editore, Milano 1997.

-Lévy P., Cybercultura, Feltrinelli Editore, Milano 1999

-F. Tönnies, Gemeinschaft und Gesellschaft, Leipzig 1887 (trad. it. Comunità e società, Edizioni di Comunità, Milano 1963)

- Flichy P., L'innovazione Tecnologica. Le teorie dell'innovazione tecnologica di fronte alla rivoluzione digitale, Milano, Feltrinelli, 1996

## **SITI INTERNET**

<http://www.homolaicus.com/>

<http://www.e-conomy.it/>

<http://www.leonardoausili.com>

<http://www.altalex.com/>