

Chapter Title: Individualismo

Book Title: Come il mondo ha cambiato i social media

Book Subtitle: An Italian Translation of How the World Changed Social Media

Book Author(s): Daniel Miller, Elisabetta Costa, Nell Haynes, Tom McDonald, Razvan Nicolescu, Jolynna Sinanan, Juliano Spyer, Shrimam Venkatraman and Xinyuan Wang

Book Editor(s): Gabriella D'Agostino, Vincenzo Matera

Published by: UCL Press. (2016)

Stable URL: <https://www.jstor.org/stable/j.ctv6q52zr.16>

JSTOR is a not-for-profit service that helps scholars, researchers, and students discover, use, and build upon a wide range of content in a trusted digital archive. We use information technology and tools to increase productivity and facilitate new forms of scholarship. For more information about JSTOR, please contact support@jstor.org.

Your use of the JSTOR archive indicates your acceptance of the Terms & Conditions of Use, available at <https://about.jstor.org/terms>



This book is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License (CC BY-NC-ND 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>. Funding is provided by European Research Council.



UCL Press is collaborating with JSTOR to digitize, preserve and extend access to *Come il mondo ha cambiato i social media*

Capitolo 12

Individualismo¹

Individualismo e network

Al centro del pensiero occidentale c'è stata, almeno a partire dal Romanticismo², una particolare attenzione per la natura dell'individualismo, in equilibrio tra il timore che potesse crescere a discapito del nostro impegno sociale, e il desiderio di alimentarlo in quanto progetto esistenziale. Pressoché tutti i fondatori delle scienze sociali si collocano nella grande narrazione che dà per scontato nel mondo occidentale un movimento complessivo verso l'individualismo³. In modi diversi questa include Mauss, Marx, Simmel, Tönnies e Weber. Questa grande narrazione è una storia su come, una volta, le persone vivevano in sistemi di relazioni sociali intense all'interno di comunità di solito consolidate da un qualche sistema di parentela. Negli ultimi due secoli una combinazione di forze fra cui il capitalismo, l'industrializzazione e l'urbanizzazione ha provocato un indebolirsi del tessuto di queste forze sociali. Questo indebolimento ha portato da un lato a uno sviluppo proporzionale di nuove forme di autonomia personale e di individualismo, ma alla solitudine, all'isolamento e alla frammentazione sociale dall'altro. Ciascun teorico sociale ha dato a tutto questo una declinazione differente. Per esempio, de Tocqueville⁴ ha scritto sull'ambivalenza dell'individualismo come forma di pensiero sociale e politico. Durkheim ha messo in opposizione l'olismo e l'individualismo, mentre Marx ha visto un potenziale rivoluzionario in questo ritirarsi delle forze conservatrici. I sociologi come Giddens, più di recente, discutono alcuni aspetti della particolare natura di questo individualismo moderno – per esempio, il modo in cui le persone si muovono verso un sé basato su una narrazione più auto-consapevole di se stessi⁵.

Questa presupposizione accademica è supportata in pieno dagli argomenti più forti del giornalismo popolare moderno. L'idea che i social media stanno contribuendo a portare avanti il declino dei valori comunitari e sociali e al corrispondente emergere di individui egocentrici e narcisisti, è forse

l'unico argomento molto comune negli articoli di quotidiani chiaramente destinato a dare risposta ai timori popolari, ma anche a crearne⁶. Inoltre, che i social media siano un ulteriore passo avanti verso l'espressione di sé individualizzati o verso un ritirarsi dalla vita sociale sono state affermazioni molto comuni fra i nostri informatori in diversi dei nostri siti. Forse questo è stato particolarmente vero in Inghilterra, benché là fosse spesso mescolato al timore persino maggiore di perdere la privacy.

Nel Capitolo 2 abbiamo esaminato le principali scuole di sociologia che ci sono parse rilevanti rispetto alla nascita dei social media. Nessuna si adatta facilmente a questo percorso. Castells si è più occupato di argomenti relativi alla nascita di una nuova era di "capitalismo dell'informazione"⁷. Il lavoro di Rainie e Wellman è invece più rilevante. Essi hanno sostenuto un susseguirsi di tre rivoluzioni guidate da spettacolari avanzamenti nella tecnologia e nella comunicazione, ossia la *Social Network Revolution*, l'*Internet Revolution* e la *Mobile Revolution*. Rainie e Wellman hanno fatto un lavoro importante, mettendo in discussione il racconto semplicistico presentato dai giornali e non considerando la nascita di network individualizzati come un ritirarsi dalla vita sociale. Si è trattato, piuttosto, di un potenziamento spesso legato ad un aumento della socialità offline.

Al contempo, essi sostengono che c'è stato un indebolimento dei legami tradizionali basati sui gruppi, sostituiti da un fenomeno che descrivono come "individualismo di rete"⁸. I due autori vedono il mondo sociale come un concatenarsi di reti⁹ egocentrate in cui "i new media sono il nuovo vicinato"¹⁰; qui "le persone sono consapevoli di essere individui, ma sono dentro le reti"¹¹. Precisano, tuttavia, che questo non segna un passaggio verso l'isolamento sociale, piuttosto verso un'autonomia flessibile¹². Sia Castell sia Wellman, in modi diversi, cercano di andare oltre questo dualismo individuale / sociale mediante un focus sulle reti.

Per sintetizzare i risultati descritti in questo capitolo, presenteremo alcuni esempi che sembrano in accordo con le argomentazioni di Rainie e Wellman. Le nostre scoperte e le nostre generalizzazioni più condivise sono però in forte contrasto con la loro posizione. Invece di vedere i social media come un proseguimento delle tendenze che si sono sviluppate attorno alla nascita di Internet, abbiamo molti esempi che sembrano andare in direzione contraria. La nostra definizione generale più importante di social media in termini di socialità modulabile suggerisce che i social media possano rappresentare un aumento, benché flessibile, dell'orientamento ai gruppi, e

non, come è apparso agli esordi di internet, un continuo emergere di reti egocentrate. Questi gruppi possono essere tradizionali, come le caste e la famiglia indiane, o nuovi, come nel caso degli operai cinesi. In ogni caso, una caratteristica chiave dei social media è la loro capacità di porre rimedio alle separazioni che la vita moderna ha provocato nei gruppi tradizionali come la famiglia, e di agevolare un ritorno verso il gruppo. Il punto è: perché e quando le tendenze sembrano preferire la traiettoria che Rainie e Wellman descrivono, e perché e quando sembrano invece andare in direzione opposta. Insieme a loro, contestiamo l'idea che i social media debbano necessariamente renderci, a seconda dei casi, *più* o *meno* sociali, anche se qualche volta lo fanno¹³. Esaminiamo invece gli effetti più specifici dei social media su come socializziamo, e i modi in cui gli individui e i gruppi si relazionano reciprocamente attraverso questo medium.

Vale anche la pena di notare che il concetto di gruppo in sé non si oppone a quello di rete basata sull'individuo. In effetti, l'antitesi classica all'idea dell'individualismo frammentato della società contemporanea è stato il focus dell'antropologia della parentela come forma primaria di organizzazione sociale delle popolazioni tribali e di altre società di piccola scala¹⁴. Tutte le società però sono fatte di individui, e uno dei modi più comuni di rappresentare la parentela è stato in termini di una rete individuale di relazioni basata su Ego. Un tratto distintivo dell'antropologia, in opposizione alla psicologia o all'economia, è che non si considerano le persone come individui: si considera invece l'individuo come un ambito di networking sociale. La differenza stava nel grado in cui questo a sua volta definiva la posizione e l'identità di quell'individuo, e nel grado in cui questo era prescritto dalla cultura. Nei sistemi tradizionali di parentela gli obblighi sociali di una persona derivano dal fatto di essere figlio del fratello della madre, e non da un network di amici scelto individualmente che determina il grado di obbligo reciproco.

Che differenza fanno i social media?

Tornando ai nostri risultati, nel nostro sito italiano, in termini generali, fin tanto che le vite offline delle persone erano per lo più soddisfacenti i social media sono stati usati poco. È solo quando esse hanno provato difficoltà o insoddisfazione nella loro vita che i social media sono potuti diventare un

modo importante di affrontarle. Per esempio, le madri single, in genere, sono molto più attive su Facebook delle loro coetanee, e dai loro amici online ottengono un sostegno affidabile e crescente. Le famiglie separate spesso usano una combinazione di Facebook, Skype e WhatsApp per ricostruire gli spazi domestici. Quindi, in questo sito italiano, i social media hanno principalmente senso come complemento, o anche spesso come modo per rimettere in sesto la vita sociale offline.

“Ristabilire” è un tema comune, dato che molte persone in molti posti sentono che l'intensità delle relazioni sociali associata a un ideale comunitario del passato si è persa nella vita moderna. Questo si percepisce come l'esito di un individualismo crescente, che riflette le trasformazioni della politica economica moderna, insieme a un aumento della migrazione, più lunghe migrazioni interne per lavoro e molti altri casi di separazione sociale. Di conseguenza, in alcune società esiste il timore diffuso che la socialità stessa sia qualcosa che stiamo perdendo, o di fatto abbiamo perso, e che l'individualismo moderno concede meno e ha scarso interesse per istituzioni come la famiglia o la nazione, rappresentando uno slittamento verso il proprio interesse individuale. Non sorprende allora che i social media siano visti come potenzialmente in grado di riaffermare la connettività sociale.

Una delle ragioni principali per cui nel nostro sito inglese le persone usavano i social media come Facebook, e prima le piattaforme come Friends Reunited, era proprio per compensare un percepito indebolimento della socialità. I social media sono importanti anche per le neo mamme; li usano per creare nuovi social network con altre mamme in un periodo in cui hanno bisogno di sostegno e altrimenti rimarrebbero isolate in casa. I giovani del nostro sito brasiliano trovano anche conforto nell'idea che i social media consentiranno loro di mantenere i contatti con i loro amici mentre vanno incontro a nuove occasioni nel mondo dell'istruzione, del lavoro o altro. Un simile punto, porre rimedio alla lontananza, è centrale anche nell'uso dei social media da parte delle famiglie transnazionali di Trinidad.

La situazione è più complessa nel sito in Turchia sudorientale, dove i social media stanno esercitando un impatto molto più profondo sul modo in cui le persone socializzano. Per esempio, dove tradizionalmente le famiglie limitavano la libertà di movimento delle giovani donne e le loro reti sociali, i social media sono diventati per loro la maniera principale di avviare nuove relazioni sociali, e anche individuali, fuori dalla famiglia. Alcune studentesse di scuola superiore contano centinaia di amici su Facebook; in alcuni casi

usano falsi account per non essere riconosciute dai loro parenti o amici di famiglia. Come sottolineato nel Capitolo 8, nelle società musulmane l'onore e il valore degli uomini sono tradizionalmente dipesi dalla capacità di controllare i movimenti e le reti sociali delle donne; adesso, i social media stanno offrendo alle donne l'occasione di sfuggire a tali controlli. La capacità di impegnarsi in comunicazioni online ininterrotte fra giovani donne e uomini, il che implica anche l'innamoramento, prima era rigorosamente ristretta ai partner nel periodo pre-matrimoniale.

Questa sarebbe una prova a sostegno dell'aumento di network individualizzati secondo quanto descritto da Rainie e Wellman, ma anche questo caso non va a discapito dei legami di gruppo. Specie nel caso della popolazione curda, l'effetto primario è riprodurre forme tradizionali di organizzazione della parentela. I curdi usano ampiamente Facebook e WhatsApp per tenersi in contatto con parenti distanti che vivono in altre città in Turchia e all'estero. I giovani curdi spesso hanno centinaia di parenti con cui sono in contatto su Facebook. Sono di solito coetanei dello stesso sesso che, insieme ai fratelli dell'altro sesso e ai parenti più grandi che non sono connessi a Internet, costituiscono un intero lignaggio. Diversi di questi lignaggi formano così una tribù, storicamente l'unità sociale primaria della società curda. Alcuni di questi parenti non si sono mai incontrati di persona. I social media sono diventati uno spazio online dove uomini e donne si possono sentire parte della famiglia estesa, del lignaggio o della tribù anche solo passando un po' di tempo a guardare le immagini e le fotografie, e a leggere le notizie sui loro parenti. I social media hanno in questo modo configurato forme nuove, moderne, di alleanza tribale. In parte questo compensa migrazioni e migrazioni forzate per cui le persone non vivono più vicine le une alle altre, e così c'è ancora un modo per rimediare.

Analogamente, nel nostro sito indiano la società è organizzata sulla base della stretta osservanza di una serie di categorizzazioni sociali che includono la parentela, l'età, il genere, la classe e la casta. Molte di queste categorie tradizionali si trovano a loro volta sui social media, tanto che – almeno per quanto riguarda le classi e le caste inferiori – i social media si possono a ragione definire “i media della parentela”. L'uso altamente socializzato dei social media si estende fino all'utilizzo delle piattaforme anche per controllare altri membri all'interno della medesima famiglia o casta. In questo senso è difficile per le persone usare i social media per affrancarsi online come individui autonomi, a meno di non usare profili falsi, cosa che alcuni fanno,

anche se si tratta di eccezioni e non della norma. I social media agiscono per mettere a freno precedenti spinte verso l'individualismo e lontano dal gruppo. A volte questo senso di tradizione e abitudine sociale è decisamente esplicito. In particolare, è così nel nostro sito nella Cina rurale, dato che si trova vicino al luogo di nascita di Confucio e i locali avvertono ancora una forte affinità – dettata da questo e altri fattori – con una filosofia centrata sull'ideale del conformismo sociale e sul valore del rispetto verso genitori e anziani.

Comune a tutti e tre i casi c'è che i modi in cui i social media alimentano la socialità sono relativi alle condizioni della precedente socialità offline. In Italia, spesso le persone semplicemente non hanno bisogno di usare strumenti online per creare questa socialità. Nella Turchia sudorientale, d'altro lato, soprattutto i giovani si sono misurati con le nuove possibilità offerte dai social, sia per porre rimedio a relazioni interrotte dalle separazioni sia per creare nuove forme di networking individualizzato, che di conseguenza hanno alterato profondamente le loro vite.

Il problema è che non si può ignorare il retroterra originario di questa discussione che ci pone nella posizione di contrastare le argomentazioni a favore di una tendenza generale all'individualismo, solo perché questo tipo di narrazione domina il giornalismo e la percezione popolare dell'impatto dei social media. Un genere nuovo sui social media come il selfie viene quindi automaticamente visto come un ulteriore esempio di individualismo emergente. Anche negli studi accademici è presente l'idea che il selfie debba implicare una crescente espressione di sé. Tuttavia, come abbiamo visto nel Capitolo 11, studiando il selfie etnograficamente, ancora una volta troviamo una maggiore continuità con i tradizionali legami fra i gruppi piuttosto che mere autorappresentazioni. In prospettiva più generale, non troviamo prove per proporre che i selfie abbiano un'associazione speciale con le società più individualiste. I selfie sono spesso un mezzo per mostrare il proprio legame con la famiglia o con la chiesa (come nelle Filippine)¹⁶. Chiaramente il selfie è anche parte dell'auto-espressione dei teenager e del loro profondo interesse per come appaiono, ma questo non significa necessariamente che il selfie abbia creato o anche accentuato questo tipo di attenzione.

Nel nord del Cile l'aumento di visibilità consentito dai social media pubblici funzionava come un mezzo per cui i membri della comunità si attribuivano reciproco riconoscimento, fiducia e appartenenza alla comunità. Nel rendere visibili le relazioni, le persone sottolineavano la famiglia e l'amicizia,

consolidando e allargando realmente questi legami. I selfie quotidiani erano considerati parte integrante di questa socialità, insieme all'autoderisione, alle battute fra amici e all'intenso scambio di commenti. Tali dati non fanno che rafforzare la semantica dei social media in quanto quasi sempre "social".

Conformismo e collettività: "perché lo fanno tutti"

Il nostro progetto collettivo ha raccolto notevole evidenza del fatto che i social media tendono a dare maggiore visibilità alle cose – e quindi diventano un mezzo potente per creare e mantenere il conformismo. I genitori, nel sito italiano, incoraggiano i figli a entrare nei social media per essere più simili ai loro coetanei. In entrambi i siti cinesi le persone condividono pensieri idealistici su WeChat e QQ perché lo fanno tutti gli altri. Quasi ovunque le persone mostrano un supporto reciproco costante mediante i "mi piace" e i commenti, nel desiderio di associarsi a persone simili a loro, o di renderle più simili a loro.

Questo è stato particolarmente chiaro nel sito cileno. Le persone là spesso prendono parte a un dialogo semi-pubblico sui loro profili social, visibile agli amici degli amici che si uniscono al genere più diffuso dello scambio di scherzi. Le prese in giro e gli insulti per gioco legano un pubblico più ampio all'interno di un sapere culturale condiviso. Questi scambi umoristici quasi sempre avvengono sulla base di un ampio uso di convenzioni linguistiche tipo slang, che consente alle persone di marcare la loro autenticità in quanto membri della medesima comunità linguistica cilena. Gli individui che non si conoscono diventano così conoscenti e, a volte, in seguito, amici attraverso questi scambi. A volte, diventare amici su Facebook porta le persone ad avviare attività di svago faccia a faccia, per esempio mangiare insieme, praticare sport o uscire. Avere conoscenze più locali aiuta anche a trovare un nuovo lavoro, comprare e vendere online oggetti usati e a cercare potenziali partner.

Le questioni presentate nei capitoli precedenti sull'impatto conservativo dei social media pubblici rispetto al genere e alla politica sono altrettanti esempi di questo uso dei social media a garanzia del conformismo. Un tale senso di conformismo è evidente nel sito dell'Italia del sud, dove le persone hanno in gran parte rifiutato le piattaforme che considerano individualistiche come Twitter e Instagram. Le persone vogliono esprimere non differen-

ziazione individuale ma collettiva, per esempio un senso sociale di bellezza¹⁷, che si può trovare nel paesaggio locale ma anche nell'adozione collettiva di stili e accessori promossi da professionisti locali e nazionali, come designer, stilisti e acconciatori.

Roberta, per esempio, è una donna di circa 40 anni sposata e madre di due figli. Come molte donne della sua età, ci tiene a essere ben vestita con uno stile personale e ad avere una casa perfettamente in ordine e curata. Va almeno una volta al mese da un parrucchiere che conosce da molti anni e che le consiglierà l'acconciatura di moda per la stagione. Così, Roberta acquista sempre occhiali da sole e da lettura raccomandati dal suo ottico, che sa ciò che va di moda. Stare al passo con la moda si fa non per emergere individualmente, ma per conformarsi agli stili delle altre donne della cittadina che hanno la stessa posizione sociale. Essendo sposate, queste donne possono astenersi dal postare loro fotografie su Facebook. Usano invece WhatsApp per condividere immagini di vestiti, tagli di capelli e accessori, con i familiari e le loro pari.

Mentre questi modelli di consumo nel sito italiano sono stabili, si trasformano in forme più dinamiche di aspirazione nel sito del Brasile, caratterizzato dalla presenza di una classe sociale emergente. In Brasile le grigliate, le auto, i vestiti firmati e i musicisti costosi sono sempre stati associati con la ricchezza e il potere, e i post che li ritraggono sono spesso modi per affermare mobilità verso l'alto, un argomento discusso nel Capitolo 12. Tuttavia, i dati da Trinidad mostrano che questa affermazione va moderata. Anche se apparire bene a Trinidad è importante, i post su Facebook che indicano che un individuo cerca di apparire migliore di chiunque altro o di emergere troppo attirano insulti e ironia, il che si configura ancora una volta come un freno a ogni tendenza all'individualismo. Ciò suggerisce che i social media si possono utilizzare per la differenziazione e la mobilità, ma questo può non avere a che fare con l'*individualismo* dal moneto che tutto è messo in mostra sempre sotto la censura morale della conformità sociale. Punto comune è che i social media rendono la creazione e il mantenimento del conformismo molto facili.

Privacy e socievolezza

Di tutte le discussioni sull'impatto dei social media, le riflessioni su privacy e social media rappresentano il modo migliore per sottolineare come persone di posti differenti la pensino molto diversamente su ciò che, per certi

aspetti, si ritiene un concetto comune. Il dibattito molto acceso sulla privacy copre numerose e diverse dimensioni¹⁸. Una riguarda i dati personali ricavati dalle aziende di social media e usati a scopo commerciale, oppure per il controllo da parte dello stato. In pratica, questo timore si è rivelato molto meno evidente nei nostri siti di quanto si ritenesse. Le persone nel nostro sito in Turchia sudorientale parlavano sì di una potenziale perdita di privacy, ma erano anche preoccupate di cosa potesse accadere alle loro informazioni personali in una situazione di forte conflitto politico. Nel Capitolo 5 abbiamo mostrato come le persone nel sito inglese siano infastidite dall'uso commerciale dei loro dati per la pubblicità mirata. Considerando però il nostro progetto complessivamente, questo tipo di timori sono stati poco espressi.

Al centro di questa discussione ci stanno i presupposti dei dibattiti iniziali in Europa e in America del Nord: la convinzione che la privacy è una sorta di condizione naturale ora messa a rischio dalla visibilità online¹⁹. Nel sito inglese era costante e ripetuto il timore riguardo al possibile uso dei social media per scavare nella vita privata di ciascuno. In Cina la situazione è molto diversa. Già in prospettiva storica, il modo locale di intendere tali argomenti appariva diverso dal concetto occidentale di "privacy" nell'ambito della vita sociale tradizionale²⁰. Anche oggi, mentre nelle aree urbane della Cina la gente ha forse maggiore familiarità con il concetto di "*yinsi*" (privacy), nelle aree rurali la "privacy" si considera un termine di moda o occidentale. La famiglia rurale tradizionale era un'unità più collettiva, in cui non esisteva che le persone potessero volere o aver bisogno di uno spazio privato. Non avevano questo "frame" di attesa di privacy.

Anche nel sito della Cina industriale gli operai vivono o insieme dentro dormitori collettivi per i lavoratori, in sei o otto in una stanza, oppure con un'intera famiglia in stanze in affitto. Cucinano in spazi collettivi e entrano uno nella stanza dell'altro senza bussare. La vita quotidiana è anch'essa decisamente in comune. È convinzione diffusa che una persona cercherebbe di nascondere allo sguardo pubblico solo un brutto segreto. In un contesto siffatto, l'uso dei social media, soprattutto per il fatto che esso, in Cina, è in gran parte anonimo, è diventato una delle prime occasioni di riconoscimento e di esperienza di una propria privacy. Sui social gli operai migranti possono annotare i loro pensieri e i loro segreti entro un ambito relativamente privato²¹, senza preoccuparsi dei giudizi istantanei delle persone che vivono nello spazio offline in comune. Evidentemente, in questo caso, la tecnologia digitale ha avuto un impatto significativo sulle vite degli operai cinesi, e in

un modo che va esattamente all'opposto rispetto a quei dibattiti che danno per scontato che i social media rappresentano la distruzione di ogni privacy.

Un aspetto piuttosto diverso di queste discussioni sulla privacy proviene da una tesi comune sin dagli esordi di internet: andare online era per certi aspetti uno sviluppo antisociale²². Il punto è stato concretamente criticato da Hampton e Wellman, che hanno scoperto che la socialità online poteva altrettanto efficacemente far crescere quella offline²³. Ciò apre a una questione più generale: in che modo questa socialità online si riflette sulla socialità offline? Per fare un esempio, nel sito in Italia del sud le persone scarsamente istruite in genere non usano i social media per essere più social, mentre quelle con livelli più alti di istruzione, e che hanno vissuto in grandi città come Milano, Roma, Bologna, in effetti lo fanno. Il motivo è che gli appartenenti al primo gruppo non hanno ambizioni cosmopolite. Per loro ha più senso sottolineare le loro relazioni sociali offline, molto di più che quelle online. Tuttavia, i loro vicini più cosmopoliti vogliono usare i social media per tenere i loro contatti più estesi con persone di altri spazi urbani – se non altro, questi utenti desiderano attenuare il fatto di essere associati con ciò che percepiscono come l'opprimente connettività della società locale. Ciò che hanno in comune questi due gruppi è che entrambi vogliono usare i social media e le nuove tecnologie digitali per rendere le loro relazioni sociali più significative, in entrambi i contesti online e offline.

C'è sempre stata una contraddizione implicita nell'affermazione comune che la nostra crescente devozione per gli schermi ci avrebbe reso antisociali. Aveva più senso quando, per esempio, giocare al computer era praticato in grandissima parte da individui isolati. Tuttavia, quando oggi le persone usano prevalentemente dispositivi proprio per socializzare con altre persone mediante i social media (oppure tramite giochi di gruppo), quella critica lascia molto perplessi. Il fatto che le persone nei nostri siti in Turchia, Trinidad e in Brasile trascorrono grandi quantità di tempo cercando i profili social di altre persone non significa che davvero parlino di meno nelle interazioni faccia a faccia. Al contrario: sullo schermo trovano più argomenti che hanno in comune e che possono trattare nelle conversazioni dirette. Inoltre, con le webcam, la distinzione fra conversazioni online e offline è essa stessa diventata un po' confusa, specie quando le persone usano quelle che si definiscono webcam "always-on" e che restano sullo sfondo anche quando nessuno ci parla direttamente. Questo è uno degli esempi più chiari in cui ha senso parlare di persone che convivono, ma solo in rete²⁴.

Il fatto che nel nostro sito italiano la maggior parte delle persone non controlli tanto spesso direttamente i reciproci profili di Facebook non significa che esse non siano interessate ai loro pari o non cerchino di allargare le loro conoscenze. In Italia del sud, l'alto tasso di disoccupazione e i lunghi tempi di riposo non hanno prodotto maggiore uso dei social media. In altri posti, il tempo libero sarebbe ritenuto adatto per il networking online. Però non è così che si intende il riposo. Le persone, invece, collegano la socializzazione online con le loro tradizioni di socialità offline legate a particolari momenti e situazioni, per esempio quando si è al lavoro, quando si prende un caffè, o in piazza la sera. Le persone che trascorrono più tempo di altri a guardare i profili Facebook sono allora, per lo più, commessi o impiegati pubblici che lo fanno durante i loro momenti di inattività sul lavoro, proprio come quando chattano.

Abbiamo sostenuto molte volte che l'uso dei social media riflette il modo in cui le persone intendono la socialità e le relazioni sociali nei loro rispettivi contesti locali, per esempio attraverso il prisma dei diversi concetti di privacy oppure, in alcuni casi, come un modo per promuovere il conformismo sociale. Vogliamo ora analizzare una delle nostre principali scoperte, che riguarda il modo in cui le persone usano i social media per regolare le loro relazioni effettive, per esempio rendendole più o meno visibili, con l'intenzione primaria di creare un senso di equilibrio nella loro socialità.

Trovare un equilibrio: usare i social media per regolare le relazioni

Invece di vedere i social media come un modo per diventare o più social o più individualisti, le persone del nostro villaggio inglese usano le piattaforme di social media, come Facebook, in primis per tenere le persone alla giusta distanza²⁵. Possono calibrare le loro relazioni in molti modi differenti, in quanto forma di socialità modulabile. Si può andare dal commento costante fino al "mi piace" occasionale ai post di un'altra persona; dall'inserirla dentro un piccolo gruppo di WhatsApp fino al semplice riconoscimento come follower su Twitter. Da lì ci si può muovere in direzione di relazioni più personali tramite messaggi privati e chiamate telefoniche o in direzione di relazioni essenzialmente professionali tramite LinkedIn e email. Ciò esemplifica il concetto più generale di socialità modulabile.

Si possono sfruttare a tale scopo caratteristiche dei social media come

l'a-sincronicità, come quando le persone decidono di rispondere subito agli amici stretti e con più calma alle persone che non desiderano incoraggiare in modo particolare nella comunicazione troppo frequente. Un certo ritardo di replica ai messaggi sui social media è accettabile, le persone hanno tempo sufficiente per gestire strategicamente i loro modi di presentarsi²⁶. In luoghi come la Cina industriale, i migranti tendono a limitare gli argomenti delle telefonate quotidiane fatte a familiari e amici nelle città d'origine, spesso molto lontane, e parlano di denaro, soluzioni a problemi finanziari e pettegolezzi. Considerazioni sui desideri personali e la vita in generale si considerano "non affrontabili" tramite conversazioni telefoniche, e per questo sono messe su QQ dove appaiono più adatte.

Le persone spesso usano i social media anche per negoziare un equilibrio tra persone che conoscono e il potenziale ruolo di estranei²⁷. Data l'importanza notevole del rispetto per la tradizione nel nostro sito nella Cina rurale, le persone erano spesso in imbarazzo nel dichiarare che usavano le loro pagine sui social media per comunicare solo con persone che conoscevano dal paese d'origine, o di altre reti come la famiglia, il lavoro o la scuola. Tuttavia, McDonald ha trovato che questo era in contraddizione con il loro uso di funzioni all'interno delle più popolari piattaforme di social, che consentivano loro di connettersi con perfetti sconosciuti. Grazie a questo mezzo si impegnavano in un tipo di socialità del tutto nuovo che in precedenza sarebbe stata impensabile. Spesso è proprio questo che rende le persone curiose di tali incontri. Dal momento che possono anche ottenere un grado di anonimità prima impossibile, ciò diventa un altro esempio del modo in cui i Cinesi usano i social media per provare ciò che per loro è un'idea di privacy ampiamente inedita. Oltre alla socialità modulabile, le persone hanno anche un senso di scala che va dalle maniere di socializzare più tradizionali fino alle più moderne. Di nuovo, si può cercare qui un equilibrio, usando i social media sia per le forme di socializzazione completamente innovative sia anche per quelle fortemente tradizionali. Un altro esempio è l'uso prima descritto dei social media in Turchia sudorientale, sia per nuovi tipi di flirt e di chat individuali sia per un rinsaldamento dei legami con i gruppi tradizionali come la tribù.

Questo concetto di equilibrio inoltre ci riporta a un nostro punto precedente, evidente negli studi sulle subculture giovanili: in generale, diventare individui è un progetto sociale²⁸. Come i punk o i ghot, i giovani considerano se stessi come soggetti assertivi dell'individualità contro l'assetto sociale

dominante, ma dall'esterno essi sono visti come conformi all'estetica della subcultura che hanno scelto. Possono anche essere interessati alla moda e al cambiamento, ma l'adattamento a questi processi avviene sempre sulla base dell'appartenenza a un gruppo. I social media li aiutano in una misura prima semplicemente impossibile, perché l'aumento della visibilità significa che oggi è più chiaro cosa fanno gli altri e come appaiono. È persino più facile diventare un punk o un ghot individualizzato che sembra proprio come gli altri punk e ghot. Molte delle considerazioni di questo capitolo qui convergono. Se consideriamo l'espressione di molte versioni di individualismo come la dimostrazione di fatto del modo in cui i social media si possono usare per rafforzare il conformismo sociale, allora siamo arrivati molto lontano rispetto alla semplice opposizione, da cui siamo partiti, fra individuale e sociale.

Ci sono quindi tre principali conclusioni da trarre. Abbiamo visto come la visibilità dei social media sostenga il progetto della conformità sociale, anche quando le persone si ritengono utenti dei social per esprimere individualità. Abbiamo anche visto come i social media in quanto socialità modulabile offrano una serie di meccanismi attraverso cui le persone possono trovare un equilibrio, per esempio, tra tenere gli altri o vicini o a distanza, o tra forme di socialità nuove oppure tradizionali. Tuttavia, c'è una terza generalizzazione che emerge dall'analisi comparativa. Laddove le persone sentono declinare la socialità comunitaria, allora la componente di gruppo dei social media può essere vista come un modo per mantenere o rafforzare la socialità di gruppo della famiglia, della casta o della tribù. In molti casi si tratta di un tentativo decisamente deliberato di arrestare ciò che si percepisce come un indebolimento degli orientamenti tradizionali verso la società e verso i gruppi come la famiglia. All'opposto, laddove le persone trovano opprimenti il conformismo sociale o la comunità come, per esempio, nel caso dei vincoli relativi al comportamento delle donne in numerose società, allora i social media consentono un certo movimento verso il networking individualizzato.

