

L'immaginario delle reti

di Vanni Codeluppi¹

Abstract

Il modello della rete riveste una grande centralità all'interno dell'immaginario contemporaneo. La cultura sociale sembra essere dotata infatti di una struttura reticolare e ricevere da tale struttura la possibilità di far funzionare i processi comunicativi che la riguardano. Addirittura, l'intera società sembra operare adottando a tutti i livelli il modello della rete. Dunque, occorre guardare a tale modello con particolare attenzione.

Internet | medium | immaginario | rete | società

The network model plays a very central role in contemporary imaginary. Social culture, in fact, seems to be endowed with a network structure and to receive from this structure the capacity for actuating communicative processes that concern it. Even the whole society seems to act adopting the network model at all levels. Therefore, it is required to look at this model with particular attention.

Internet | medium | imaginary | network | society



La Rete è il messaggio

L'idea di rete non è nuova. Già negli anni Venti dell'Ottocento il filosofo Claude Henri de Saint-Simon aveva immaginato che delle reti di comunicazione potessero consentire di ottenere una più efficiente organizzazione del sistema sociale (Mattelart, 1998). E in seguito molti autori se ne sono occupati. D'altronde, nel corso degli anni è apparso sempre più evidente che la rete rappresenta la principale forma organizzativa e di

¹ Insegna Sociologia presso l'Università di Modena e Reggio Emilia. Si è occupato di sociologia dei consumi, con particolare riferimento alle strategie di comunicazione pubblicitaria, all'economia del *branding* e alle forme d'identità nell'epoca del capitalismo biopolitico. Tra i suoi libri recenti: *La vetrinizzazione sociale. Il processo di spettacolarizzazione degli individui e della società* (Torino, 2007); *Dalla corte alla strada. Natura ed evoluzione sociale della moda* (Roma, 2007); *Il biocapitalismo. Verso lo sfruttamento integrale di corpi, cervelli ed emozioni* (Torino, 2008); *Tutti divi. Vivere in vetrina* (Roma-Bari, 2009); *Stanno uccidendo la TV* (Torino, 2011); *Ipermondo. Dieci chiavi per capire il presente* (Roma-Bari, 2012).

funzionamento dei processi comunicativi. Pertanto, per comprendere tali processi è necessario adottare un modello basato sull'idea che essi possono operare soltanto grazie alla presenza di una rete che sia in grado di mantenere gli individui in un rapporto di costante collegamento.

Secondo Marshall McLuhan, l'elettricità è un *medium* più importante di tutti gli altri e in grado addirittura di caratterizzare un'intera epoca. Scriveva infatti che l'energia elettrica «non appare a prima vista un medium di comunicazione proprio perché non ha un “contenuto”» (1967, p. 17). A suo avviso, un *medium* per essere tale non ha bisogno di trasmettere dei messaggi, perché ciò che conta è soprattutto la sua capacità di eliminare il tempo e lo spazio, stimolando nel contempo una partecipazione in profondità da parte degli individui. Esattamente quello che sono in grado di fare media classici come il telefono, la radio e la televisione. Dunque per McLuhan l'elettricità è un *medium*, ma, rispetto agli altri media, presenta una natura particolare, in quanto si limita generalmente a operare come semplice informazione. Come *medium* cioè allo stato puro. Questa caratteristica le consente perciò anche di essere un medium “trasversale”, ovvero in grado di consentire il funzionamento di tutti gli altri.

Internet evidentemente è la rete per eccellenza. Si sovrappone sul piano concettuale all'energia elettrica, in quanto possono essere entrambi considerati dei media allo stato puro. Non a caso Derrick de Kerckhove (2006), in sintonia con McLuhan, ha sostenuto che la Rete rappresenta il messaggio principale che viene trasmesso dal *medium* Internet. E poiché Internet è un *medium* basato sullo sviluppo di reti di connessione, ne deriva che di conseguenza in questo caso il messaggio è costituito soprattutto dalle reti che consentono di sviluppare le relazioni sociali.

Una rete può essere costituita anche da più media che uniscono le loro possibilità. McLuhan pensava che un *medium*, quando compare per la prima volta, non dispone di propri contenuti ed è costretto ad assorbire quelli dei media che l'hanno preceduto. Per questo era convinto che «il “contenuto” di un medium è sempre un altro medium» (1967, p. 16). Questa concezione della relazione esistente tra i media ha sicuramente influenzato la teoria



della «ri-mediazione» che è stata successivamente sviluppata da Jay David Bolter e Richard Grusin (2002), i quali ritengono che i media consentano agli esseri umani di mettersi in relazione con l'ambiente e tra di loro e che per poter ottenere questo risultato impieghino linguaggi e media già esistenti nella società. Recuperino, ad esempio, modelli di rappresentazione utilizzati nel passato, come la finestra, l'immagine topografica della città o il libro, i quali vengono rielaborati all'interno delle forme comunicative che sono specificamente adottate per i computer.

Più in generale, possiamo dire che il *medium*, per migliorare la sua efficacia comunicativa, ha la necessità di ricorrere a delle metafore. Queste infatti sono uno strumento di straordinaria efficacia per rendere qualsiasi forma di comunicazione più immediata e accattivante. E il *medium* le può trovare in altri media precedenti o contemporanei, così come nella realtà sociale in cui si opera. Nel caso del computer, ad esempio, si può impiegare la metafora dell'ufficio, del cestino oppure della valigia.

Ogni *medium* non si limita dunque a trasmettere semplicemente dei contenuti, ma è in grado di svolgere molte altre funzioni e tra queste spicca la capacità di interagire con altri media. Esso cioè è interessato, come ha sottolineato anche Henry Jenkins (2007), da molteplici processi di convergenza riguardanti più che la dinamica tecnologica quella culturale. Le tecnologie infatti possono diventare obsolete, mentre i media sembrano poter risorgere continuamente grazie al contributo fornito loro da altri media pre-esistenti.

D'altronde, come ha sottolineato Fausto Colombo (2006), sembra che i media e le tecnologie si stiano progressivamente separando. Se in passato infatti era possibile legare strettamente ciascun *medium* a una specifica tecnologia di comunicazione, oggi ciò si presenta come sempre meno realizzabile. Soprattutto in conseguenza del processo di digitalizzazione, ogni *medium* acquista la possibilità di circolare su varie tecnologie (la radio, ad esempio, può essere trasmessa nel modo tradizionale cioè via etere, ma anche attraverso il digitale terrestre, il telefonino o Internet), mentre nel contempo ogni tecnologia può ospitare media differenti (uno *smartphone*



può contenere la telefonia, Internet, la televisione oppure il cinema). Infatti, i materiali espressivi presentati agli utenti, avendo in comune lo stesso codice digitale, possono essere resi compatibili e organizzati attraverso delle apposite «interfacce culturali» (Manovich, 2002), pur presentando una natura differente.

Secondo Bolter e Grusin (2002), nell'ambito dei media oggi si stanno sviluppando due fondamentali processi. Il primo è costituito dall'*immediatezza*, che riguarda la possibilità per l'utente di avere l'esperienza di un atto di rappresentazione che passa attraverso un determinato medium senza avere la consapevolezza del ruolo esercitato da tale medium, cioè senza percepire la presenza dell'interfaccia informatica, la quale si rende in qualche misura trasparente.

Il secondo processo è invece quello dell'*ipermediazione*, il quale al contrario tende a moltiplicare i segni della rappresentazione e della mediazione e a renderli estremamente visibili: «Dove l'immediatezza suggerisce uno spazio visuale unificato, l'ipermediazione ne offre uno eterogeneo, all'interno del quale la rappresentazione è considerata non come finestra sul mondo, ma come entità costituita da finestre: finestre che si aprono su altre rappresentazioni o su altri media» (*ibid.*, p. 59).



La società della Rete

Tutto ciò è possibile grazie allo sviluppo contemporaneo delle tecnologie informatiche, che ha portato alla creazione di reti di connessione all'interno delle quali circolano ininterrottamente flussi di informazioni e immagini. Reti che configurano a loro volta il passaggio dal modello tradizionale dell'industrialismo a quello che Manuel Castells (2002b) ha chiamato dell'«informazionalismo». Cioè un modello nel quale la produzione di ricchezza si basa, più che sulla realizzazione di prodotti fisici, sulla creazione e il commercio di un particolare bene: l'informazione. Un bene che è condiviso e dunque comporta una messa in comune delle risorse, la cooperazione tra gli individui e tra le imprese e lo sviluppo della comuni-

cazione. Questo è il modello che viene sempre più adottato dalle odierne società avanzate, il cui funzionamento si basa su un insieme di reti attraversate da nodi interconnessi e su un processo di espansione illimitato, ma anche su meccanismi forti di integrazione e su codici di comunicazione che sono largamente condivisi. Infatti, «Le reti costituiscono la nuova morfologia sociale delle nostre società e la diffusione della logica di rete modifica in modo sostanziale l'operare e i risultati dei processi di produzione, esperienza, potere e cultura. Benché la forma di organizzazione sociale a rete sia esistita in altri tempi e in altri spazi, il nuovo paradigma della tecnologia dell'informazione fornisce la base materiale per la sua espansione pervasiva attraverso l'intera struttura sociale» (*ibid.*, p. 535).

Il nuovo tipo di società che si basa sulle reti è capitalistico, ma in esso il capitalismo assume forme notevolmente differenti rispetto al passato. Si tratta infatti di un capitalismo che sta diventando sempre più virtuale, anche perché si trasferisce sempre più massicciamente nello spazio immateriale di Internet. Continua però a svolgere in maniera efficace la sua funzione primaria, ovvero la produzione di valore economico.

Non è un caso peraltro che Internet, nato come spazio liberamente accessibile e privo di confini, stia diventando uno spazio sempre più "chiuso", cioè nel quale si può accedere a certi servizi soltanto pagando un determinato prezzo. Il processo è in corso da tempo, ma la comparsa negli ultimi anni degli *smartphone* e dei *tablet*, in particolare dell'iPad di Apple, lo sta indubbiamente accelerando. Così le applicazioni informatiche che consentono di ottenere specifiche prestazioni da questi strumenti sono spesso a pagamento, come del resto lo sono anche molti contenuti che in passato erano liberamente consultabili. Il processo è simile a quello che è avvenuto alle origini del capitalismo, quando si è cominciato a recintare un territorio e a stabilire che da quel momento la sua natura era privata e non più pubblica.

Siamo dunque ben lontani dal poter considerare Internet e le nuove tecnologie di comunicazione uno strumento di emancipazione degli esseri umani, come ancora molto spesso si tende a sostenere. Uno strumento



cioè in grado di consentire ai singoli una piena libertà espressiva e alla collettività di sperimentare nuove forme di democrazia e socialità. Certo, questo aspetto è presente, ma è anche evidente che Internet rappresenta oggi una realtà dove dal punto di vista economico a prevalere è chiaramente un modello di tipo capitalistico (Formenti, 2008).

All'interno di Internet sembra del resto prevalere oggi il modello di funzionamento proposto da Google, un modello che dichiara in apparenza di perseguire la libertà e la trasparenza, ma in realtà tenta di esercitare un potere economico e culturale sulla Rete attraverso il controllo della grande mole di dati e informazioni che sono prodotti dalle persone e che passano nelle infinite connessioni tra i computer (Carr, 2008; Lovink, 2008b; Lannier, 2010). Ha scritto a tale proposito Carlo Formenti che «i modelli di business “aperti” (alla Google per intenderci) non rappresentano affatto un'alternativa strategica alla vecchia economia, un ponte verso modalità di produzione postcapitalistiche: si tratta, piuttosto, di sofisticati progetti di messa al lavoro della creatività collettiva di milioni di prosumer interconnessi in rete, di modalità capitalistiche del tutto nuove di appropriazione di un *general intellect* che non riesce nemmeno più a ottenere un reddito in cambio della propria attività» (2010, p. 16).

Insomma, le imprese si sono rapidamente rese conto che era meno costoso e più produttivo affidare molte mansioni a quell'intelligenza collettiva che era già disponibile in Rete. Così le hanno delegato una parte consistente della loro attività produttiva, con la conseguenza però che ciò ha ulteriormente accentuato la natura capitalistica della Rete (Codeluppi, 2008).

Ciò che appare oggi soprattutto evidente comunque è che Internet, come ha sostenuto Fausto Colombo (2003), tende sempre più a funzionare come le tradizionali reti di distribuzione di risorse (acqua, gas, elettricità). Pertanto, analogamente a quanto è accaduto con tali reti, anche nel caso della Rete risulta chiaro che «i recenti sviluppi tecnologici non aumentano affatto l'autonomia dell'utente, ma semmai manifestano in modo ancora più evidente la sua necessità di collegamento con centri di servizi



e di contenuti» (*ibid.*, p. 46). L'individuo cioè, nei confronti del medium Internet, sta diventando sicuramente più attivo, ma anche più dipendente.

Tutto ciò sembra conferire a Internet anche un ruolo sempre più autonomo dagli esseri umani. Kevin Kelly (2011) si è spinto addirittura ad affermare che la Rete, o meglio quel soggetto che ha denominato «technium» e che si sovrappone in gran parte ad essa, può essere considerato molto simile ai sistemi naturali. Come loro infatti crea, si moltiplica, si rafforza e si aggiusta da solo. Inoltre, manifesta spesso dei desideri e manca ancora di una coscienza, ma probabilmente, secondo Kelly, ciò non avverrà ancora per molto. È evidente però che la Rete non ha oggi tutta questa autonomia, perché si tratta di una realtà che deve fondamentalmente rispondere a logiche economiche di tipo capitalistico. E il capitalismo non può essere totalmente autonomo, perché per continuare a produrre il suo valore economico ha bisogno comunque delle idee che vengono sviluppate dai cervelli degli esseri umani.

Il problema che sembra semmai configurarsi è che i cervelli sono in qualche misura indeboliti dalla stessa Rete. Nicholas Carr (2011) ritiene che ciò che avviene abitualmente nella fruizione di Internet, e cioè il continuo passaggio da una finestra all'altra e da un sito all'altro, riduca la capacità di concentrazione e di approfondimento e a lungo andare abbassi anche il livello di intelligenza. D'altronde, un comportamento di questo tipo sta diventando necessario in uno spazio comunicativo che è sempre più accelerato e sottopone l'individuo a un'enorme quantità di stimoli (Siegel, 2008).

In conclusione

Il modello della rete è fondamentale per comprendere l'immaginario delle attuali società basate sulla comunicazione. È necessario però applicare a queste società quel modello conflittuale della comunicazione che è stato proposto in passato da Harold Innis (1982, 2001). In tali società ad esempio, come ha rilevato Andrea Miconi, ci troviamo di fronte alla neces-

sità di ricercare un accordo «tra la televisione – un medium che enfatizza il *tempo*, la continuità culturale e l'accentramento delle risorse – e internet, un medium che enfatizza lo *spazio*, l'immediatezza della trasmissione a distanza ed il controllo del territorio, ma non la continuità nel tempo e la stabilità culturale» (2001, p. 41).

Ma la conflittualità è rintracciabile anche all'interno dello stesso medium Internet: «Le reti telematiche hanno modificato la percezione del tempo e dello spazio e per certi versi hanno ridato consistenza al luogo, alla dimora. È da una postazione fissa, localizzata, interna, “chiusa”, che ha inizio la peripezia della navigazione. Si tratta di tenere insieme, ancora una volta, un paradosso fatto di reclusione e libertà, di convivere dentro una nuova opposizione che contempla il luogo e la sua assenza, la necessità del territorio e l'urgenza di travalcarlo, la presenza del confine e la spinta a superarlo» (Giordano, 2005, p. 137).

L'avvento della Rete sembra dunque non aver modificato quella realtà paradossale che ha caratterizzato la cultura moderna sin dall'inizio della sua storia. Quella realtà cioè che ha cercato di conciliare mutamento e stabilità, innovazione e tradizione, libertà e controllo. Ma che ha operato in questo modo in conseguenza della sua natura profondamente capitalistica. Una natura che trae dalla conflittualità la sua linfa vitale. Anche il modello della rete dunque nasconde dietro la sua apparenza basata sulla circolazione e sui flussi la presenza costante di tensioni e conflitti.

Riferimenti bibliografici

- Bolter J.D., Grusin R. (2002), *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Guerini e Associati, Milano.
- Carr N. (2008), *Il lato oscuro della Rete. Libertà, sicurezza, privacy*, Rizzoli-Etas, Milano.
- Carr N. (2011), *Internet ci rende stupidi? Come la Rete sta cambiando il nostro cervello*, Cortina, Milano.



- Castells M. (2002a), *Galassia Internet*, Feltrinelli, Milano.
- Castells M. (2002b), *La nascita della società in rete*, Egea-Università Bocconi, Milano.
- Codeluppi V. (2008), *Il biocapitalismo. Verso lo sfruttamento integrale di corpi, cervelli ed emozioni*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Colombo F. (2003), *Introduzione allo studio dei media*, Carocci, Roma.
- Colombo F. (2006), *Ricezione e consumo dei media: limiti e prospettive di una (in)distinzione*, in E. Di Nallo, R. Paltrinieri (a cura di), *Cum Sumo. Prospettive di analisi del consumo nella società globale*, Franco Angeli, Milano.
- De Kerckhove D. (2006), Prefazione, in Bazzichelli T., *Networking. La rete come arte*, Costa & Nolan, Milano.
- Formenti C. (2008), *Cybersoviet. Utopie postdemocratiche e nuovi media*, Raffaello Cortina, Milano.
- Formenti C. (2010), "Il gran récit della rete", in *Aut Aut*, 347, luglio-settembre.
- Giordano V. (2005), *La metropoli e oltre. Percorsi nel tempo e nello spazio della modernità*, Meltemi, Roma.
- Innis H.A (1982), *Le tendenze della comunicazione*, SugarCo, Milano.
- Innis H.A. (2001), *Impero e comunicazioni*, Meltemi, Roma.
- Jenkins H. (2007), *Cultura convergente*, Apogeo, Milano.
- Kelly K. (2011), *Quello che vuole la tecnologia*, Codice Edizioni, Torino.
- Lanier J. (2010), *Tu non sei un gadget*, Mondadori, Milano.
- Lovink G. (2008a), *Zero comments. Teoria critica di Internet*, Bruno Mondadori, Milano.
- Lovink G. (2008b), "The society of the query and the Googlization of our lives?", <http://www.eurozine.com/articles/2008-09-05-lovink-en.html>.
- Lovink G. (2010), "Tre tendenze del Web 2.0", in *Aut Aut*, 347, luglio-settembre.
- Mattelart A. (1998), *La comunicazione globale*, Editori Riuniti, Roma.
- Manovich L. (2002), *Il linguaggio dei nuovi media*, Edizioni Olivares, Milano.
- McLuhan M. (1967), *Gli strumenti del comunicare*, Il Saggiatore, Milano.
- Miconi A. (2001), *Introduzione. Le tecnologie del potere*, in Innis H.A., *Impero e comunicazioni*, Meltemi, Roma.



Miconi A. (2011), *Reti. Origini e struttura della network society*, Laterza, Roma-Bari.

Siegel L. (2008), *Against the Machine: Being Human in the Age of the Electronic Mob*, Spiegel & Grau, New York.

