

Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi

SOCIETÀ E MEDIA DIGITALI

Davide Bennato

Università di Catania

dbennato@unict.it

DAVIDE BENNATO



Società e media digitali: network society, connective society, platform society

- Una società in trasformazione: l'utopia cibernetica e il digitale
 - L'utopia cibernetica: il computer come strumento di liberazione
 - Comunità virtuali, sapere condiviso, egualitarismo, libertarismo
 - Il problema del determinismo tecnologico: la rete fonte di democrazia
 - La questione del determinismo sociale: l'utopia umanistica
- Verso una «network society»
 - Anni '80: decentralizzazione (media nuovi), diversificazione (moltiplicazione dei canali tv), personalizzazione (il walkman)
 - La fine del pubblico dei media come massa
 - Manuel Castells: la network society
 - Fattori: le IT come nuovo paradigma tecnologico, crisi dei modelli economici capitalisti e statalisti, affermazione di nuovi movimenti culturali
 - Le caratteristiche del paradigma tecnologico dell'informazione
 - L'informazione come infrastruttura [materia prima]
 - Diffusione pervasiva degli effetti delle tecnologie: incide su tutti i processi collettivi/individuali
 - Sviluppo di una logica di rete (network logic): la legge di Metcalfe
 - Flessibilità del paradigma informazionale: cambiare organizzazioni e istituzioni ristrutturando le componenti
 - Convergenza delle tecnologie in un unico sistema integrato: la dominanza della trasmissione dati



- Il nuovo modello culturale della network society
 - Una differenziazione sociale e culturale diffusa
 - Segmentazione complessa dei pubblici
 - Una stratificazione sociale degli utenti
 - Digital divide
 - L'integrazione dei messaggi in uno schema cognitivo comune
 - Comunicazioni diverse fruite nello stesso ambiente: infotainment, gamification
 - L'assorbimento nel sistema dei media digitali di tutte le espressioni culturali
 - La cultura della virtualità reale: ogni espressione culturale parte di questo universo digitale collegando tutto in un ipertesto atorico



- «Connective society»: la diffusione di una cultura della connessione
 - Cosa accade quando essere costantemente online è una condizione diffusa e normale?
 - Lee Rainie e Barry Wellman: Networked the social operating system (2012)
 - Networked individualism: sempre meno reti parentali, sempre più reti personali allargate, diversificate, poco coese
 - La triplice trasformazione del sistema operativo sociale
 - Social network revolution: gestire in maniera complessa legami sociali
 - Internet revolution: maggiore capacità nel reperimento delle informazioni
 - Mobile revolution: tecnologia pervasiva e portatile
 - Castells: la mass self communication ovvero la comunicazione basata su internet
 - Comunicazione di massa e globale
 - È multimodale
 - Autogenerata/autodiretta
- La nuova posizione comunicativa del soggetto
 - Gli individui si autopercepiscono non più come oggetto ma come soggetto
 - “Farsi media” ovvero propensione al protagonismo comunicativo sintesi di fare media (usare strumenti) e diventare media (appropriarsi linguaggi) (Boccia Artieri 2012)
 - Esperienze pre-digitali: radio libere, TV di quartiere, videoattivismo



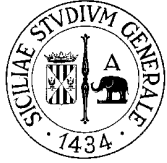
- La comunicazione personale digitale: cosa è cambiato?
 - Il senso della posizione nella comunicazione dei pubblici: la possibilità di prendere parola su qualunque argomento e verso chiunque
 - Come le persone guardano (usano) la vita quotidiana: lo spunto per fare stories su Instagram
- Le forme della autorappresentazione
 - Diffusione delle tecnologie di produzione nella vita quotidiana (smart phone, app)
 - Crescita dei sistemi di disintermediazione: Rai1 e il sig. Rossi tutti e due su Youtube
 - Costruzione dei messaggi secondo i linguaggi dei mass media
- Connective society e cultura della connessione
 - Le tecnologie della connessione impongono delle affordance (inviti all'uso)
 - I social media sono al centro della vita quotidiana



• Platform society: le piattaforme sono i nuovi custodi di internet

➤ Le piattaforme come nuovi custodi di internet (Gillespie 2018)

- Piattaforme: infrastrutture sulle quali costruire applicazioni
- Costruzione di un nuovo spazio pubblico di comunicazione
- La socialità nelle piattaforme non è la “traduzione” di comportamenti sociali, ma è frutto del modellamento delle affordances
- La traduzione dei comportamenti in dati misurabili attraverso bottoni: Esempio: quali reazioni ha scatenato il tuo post su Facebook)?
- Nelle piattaforme le affordance mutano nel tempo. Esempio: Twitter nel 2015 dalla stellina al cuore per esprimere apprezzamento nei post
- Standardizzazione (livello macro) e personalizzazione (livello micro)
- Platform capitalism: le piattaforme strumento per estrarre e usare i dati (degli utenti)
- La logica neoliberista delle piattaforme: i propri contatti come beni investiti, accumulati, gestiti (Martin 2000)
- Le caratteristiche delle piattaforme (Boccia Artieri et al. 2017):
 - Il sé come collezione di gusti
 - La rete di contatti come strumentale (vantaaggi relazioni, visibilità, ...)
 - Informazione ampia ma incompleta
- Effetti delle piattaforme sugli individui: producono le strutture sociali
 - Gli altri come una relazione fra dati
 - Sviluppare relazioni sintetiche
 - Oggettificare i comportamenti trasformandoli in valore economico
- Non sono canale di distribuzione, sono mediatori di contenuti



- Le piattaforme come nuovo spazio pubblico
 - Sviluppo di pratiche di visibilità dal basso (grassroots): hashtag activism, diffusione dei frame
 - L'ingresso delle forme di intrattenimento nella dimensione politica
 - La platform society come confronto e conflitto di sistemi valoriali



Costosissime
apparecchiature
che fanno
perdere
ogni contatto
con l'ambiente
circostante.
I riflessi
sociologici



Molti ragazzi contagiati dalla nuova moda

Isolati dal mondo con le cuffie - rock

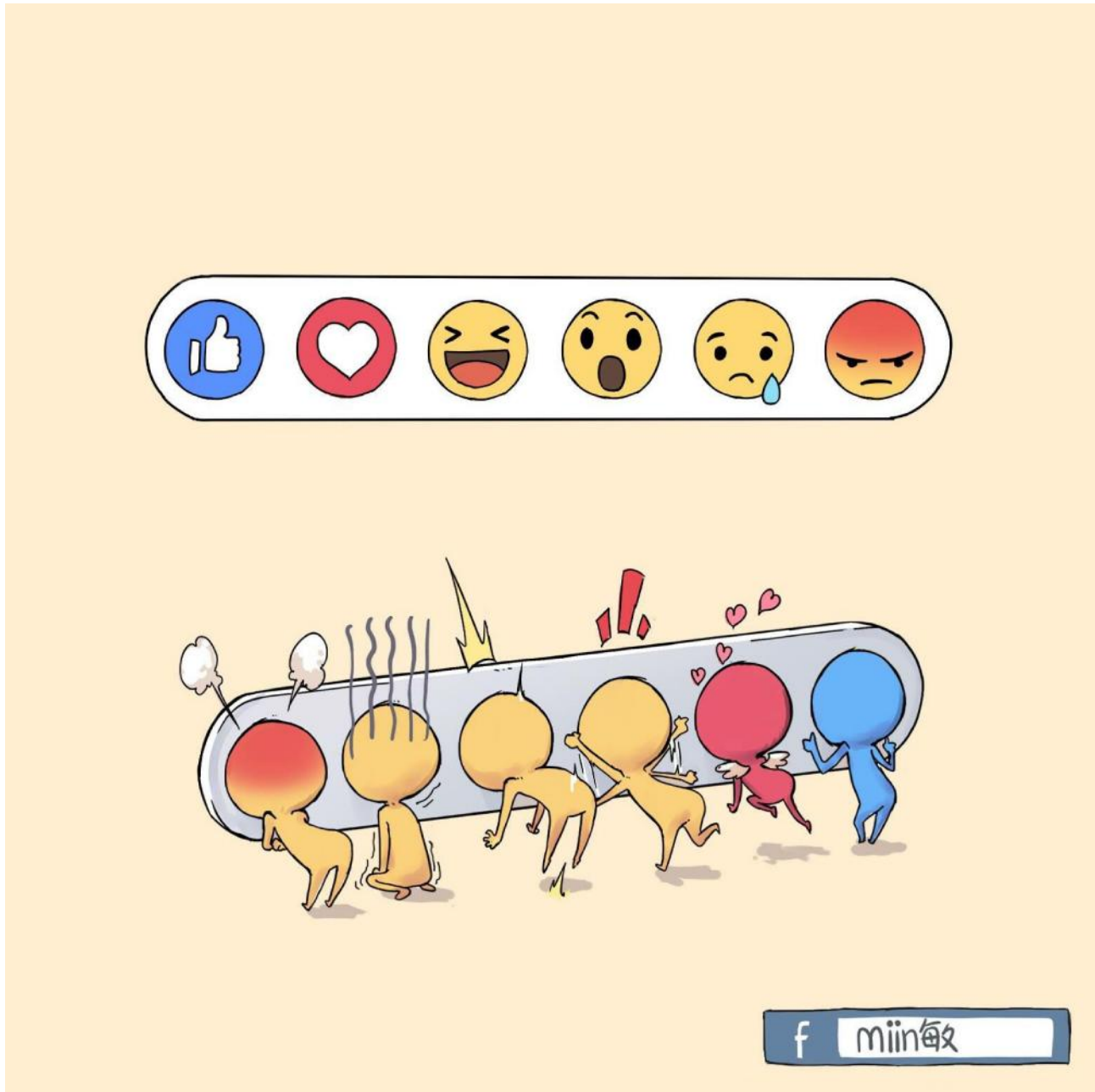
Il Tirreno, 1981

DAVIDE BENNATO



<https://www.youtube.com/watch?v=JNlnQwHWSYw>

DAVIDE BENNATO



DAVIDE BENNATO




Utilizzando i servizi di Twitter accetti il nostro [Utilizzo dei cookie](#). Noi e i nostri partner operiamo globalmente e utilizziamo i cookie, anche a fini statistici, pubblicitari e di personalizzazione. ✕

Home Chi siamo

Hai un account? [Accedi](#)

Twitter @Twitter [Segui](#)

You can say a lot with a heart. Introducing a new way to show how you feel on Twitter:
[blog.twitter.com/2015/hearts-on...](https://blog.twitter.com/2015/hearts-on-...)



GIF

07:00 - 3 nov 2015

23.806 Retweet **26.081** Mi piace

11558 23806 26081

Evakatrina @evakatrina · 3 nov 2015
In risposta a @Twitter
.@twitter this is wrong for the following reasons.
★Catering to newbs (again)
...

1 17 23

Evakatrina @evakatrina · 3 nov 2015
2.

© 2019 Twitter Chi siamo Centro assistenza
Termini Informativa sulla privacy Cookie
Info sugli annunci

<https://twitter.com/Twitter/status/661558661131558915>

https://blog.twitter.com/official/en_us/a/2015/hearts-on-twitter.html

DAVIDE BENNATO



Al momento del conto il cassiere ha già ricevuto la notifica sullo smartphone e decurta i piatti a seconda dei seguenti scaglioni: sotto i 1.000 follower paghi tutto (ciao povery) / da 1.000 a 5.000 un piatto gratis / da 5.000 a 10.000 due piatti gratis / da 10.000 a 50.000 quattro piatti gratis / da 50.000 a 100.000 otto piatti gratis / da 100.000 cena offerta e ti compri il locale. No, quest'ultima no.

MUNCHIES
FOOD BY VICE

Ho cenato nel ristorante dove paghi il conto con i follower ed ecco come funziona

Da This is Not a Sushi Bar a Milano paghi il conto con i follower, o meglio lo paghi in parte. Conviene, come funziona e soprattutto è un modello vincente?

Di [Marco Giarratana](#)

<https://www.vice.com/it/article/negy47/ristorante-dove-paghi-con-follower>

DAVIDE BENNATO