

Social media e rivoluzioni

26 Marzo 2014

Da Rassegna di Arianna del 26-2-2014 (N.d.d.) Tweet, post, foto, video. Da come la dipingono i giornali sembra che la Rivoluzione, nel XXI secolo, nasca e si consumi online, mentre il mondo offline viene investito passivamente da onde multimediali a 140 caratteri. I recenti e sanguinosi fatti di Kiev hanno riportato alla ribalta un fenomeno che si era osservato qualche anno fa, tra la fine del 2010 e l'inizio del 2011, quando in Nord Africa si consumavano quelle che la stampa internazionale e i libri di storia hanno classificato frettolosamente e in maniera forse troppo semplicistica sotto la nomenclatura di "primavera arabe". Un fenomeno interessante, per il quale dalle cronache romanzate dei quotidiani sembra che online si generino contenuti che offline non esistono, si sviluppino pensieri, idee, persino ideologie, presenti solo negli ormai diffusissimi smartphone, surrogati del sapere contemporaneo. Sembra, ma non è. Senza entrare nel merito delle motivazioni che hanno portato alle proteste nel mondo arabo negli anni passati o a quelli che sono stati i violenti scontri a Kiev nei giorni scorsi, è interessante notare come spesso i social media vengano dipinti come promotori e difensori dei diritti civili e ispiratori di rivoluzioni, tanto che, non i manifestanti in Madian a Kiev o a El Cairo in piazza Tahrir, quanto gli stessi social media sembrano essere i protagonisti assoluti delle agitazioni. Sembrano, ma non sono. E per comprenderlo è necessario tenere a mente la stessa natura dei social media, che nascono, crescono, si riproducono e muoiono grazie alle iterazioni degli utenti, alla condivisioni di idee e contenuti che esistono e sono ancorati alla terra ferma. Sebbene la narrativa affascinante celebrata dalla cronaca ci presenti il Popolo di Internet barricato dietro gli inattaccabili social media contro il Tiranno, come in un romanzo di Zola, non c'è nessuna prova che il Web sia stato "acciarino che ha appiccato il fuoco alle polveri in Ucraina, così come in Egitto o in Turchia. Se è vero che il numero di tweet e post inviati nelle settimane degli scontri e delle agitazioni sale vertiginosamente, è vero anche che tale numero è globale, e include quindi contatti che provengono da tutto il mondo, con effetto irrilevante sull'azione in campo. Cadere nella facile illusione che gli smartphone cambieranno il mondo è comodo ma assai pericoloso. Affidarsi all'intelligenza della comunità online è un errore di valutazione perché i social media di per sé non possono generare nuovi contenuti, ma si limitano a condividere, in maniera sempre più rapida rispetto al passato, ciò che le persone pensano e fanno. Si rischia, dunque, di dimenticare che è il cambiamento sociale ad inventare la tecnologia e non la tecnologia ad inventare il cambiamento sociale. I social media producono proprio questo tipo di distorsione: con il loro alto tasso di fruibilità, accessibilità, e velocità costruiscono comunità virtuali che sembrano lavorare in maniera migliore rispetto alle comunità fisiche in cui viviamo, per il semplice fatto che qualsiasi tipo di barriera viene abbattuto. Il prodotto più innovativo di tali comunità virtuali basate sulla collaborazione e la connessione degli utenti è la progressiva democratizzazione dei contenuti. Il cosiddetto oversharing, la continua spettacolarizzazione delle relazioni, dei sentimenti, delle informazioni porta l'individuo ad essere permanentemente ostensivo di sé, a perdersi, cioè, in un unico grande Noi, fino a twittare la propria morte in diretta, come Olesya Zhukovskaya, l'infermiera 21enne nuovo volto della rivoluzione di Kiev. In termini heideggeriani, i social media permettono che tutto quanto sia reale appaia, sino ad arrivare all'estrema posizione di questa assunzione logica, ossia, che sia reale solo ciò che appare. Cioè un disagio sociale, una protesta, una rivoluzione accade realmente solo se supportata da immagini, foto, video, tweet inviati nell'etere, in una temporalità senza tempo, in una spazialità senza spazio. In questo conflitto tra "essere" e "apparire" nella realtà online è necessario tenere a mente che i social media sono animati dalle istanze di una società che esisteva prima del Web, che ha generato il Web e che continuerà ad esistere anche dopo il Web, anche se, ad oggi, sembra che sia Web a generare la società. Sembra, ma non è.

Francesco Frisone