

ABSTRACT

Modernity 2.0: dove sociocibernetica e internet studies si incontrano

di *Fabio Giglietto*

La gran parte degli internet studies è oggi dedicata a riflettere sull'impatto dei cosiddetti social media. Al contrario, questo fenomeno è stato a lungo un tema marginale nella comunità scientifica che si richiama alla tradizione di Norbert Wiener, von Bertalanffy e Heinz von Foerster. Anche le applicazioni più strettamente sociologiche della cibernetica, ispirate alle teorie sviluppate da Talcott Parsons e Niklas Luhmann, sono raramente dedicate allo studio dei media o di internet e quasi mai a quello dei social media. Ciò nonostante, e questa è l'ipotesi sulla quale si è basato l'intero impianto della conferenza Modernity 2.0, gli strumenti teorici resi disponibili dalla sociocibernetica, disciplina che affonda le sue radici proprio nello studio dei primi sistemi uomo-macchina in grado di auto-regolarsi, possono rivelarsi uno strumento utile a supporto degli internet studies.

Modernity 2.0: where sociocybernetics and internet studies meet each other

A lot of internet studies are currently thinking over the impact of the so called social media, whereas they were for a long time just a secondary issue within the scientific community following Norbert Wiener, von Bertalanffy e Heinz von Foerster. Even more strictly sociological versions of cybernetics, inspired to the theories developed by Talcott Parsons and Niklas Luhmann, seldom engaged in analyzing media or internet and hardly ever in analyzing social media. As sociocybernetics is a branch of learning just rooting into the appraisal of the early man-machine systems being able to self regulate, it provides theoretical instruments which may turn out to be useful to handle internet studies. Here is the main basis of the Modernity 2.0 Conference.

Comunicazione, tecnologia, e la creatura planetaria

di *Giuseppe O. Longo*

Oggi l'evoluzione biologica basata su mutazioni genetiche è di gran lunga superata dalla molto più rapida evoluzione della cultura e della tecnologia. Ciò ha due conseguenze importanti: 1) la nascita dell'*homo technologicus*, una creatura simbiotica dove la biologia incontra la tecnologia; 2) la costituzione della *Creatura Planetaria*, che ha origine dall'interconnessione dei singoli simbiotici uomo-macchina, ed è annunciata da Internet e dalle attività di comunicazione che vi operano, in particolare quelle che avvengono nei cosiddetti social networks.

La *Creatura Planetaria* è una struttura singola che pervade tutto il mondo, dove hanno luogo processi comunicativi e cognitivi, che si sviluppano in un'intelligenza connettiva che tende a trascendere e ad assorbire le intelligenze individuali. Questo processo può arricchire le capacità degli individui, dato che la crescente efficienza e i costi decrescenti della comunicazione offrono

Sociologia della Comunicazione n. 40, 2009

grandi opportunità per aumentare conoscenza e creatività e ottenere nuove forme di attività intellettuale. Potrebbero esservi anche conseguenze negative, come dipendenza da computer e dal mondo virtuale, delega di attività e di capacità alle macchine, vulnerabilità di sistemi complessi, controllo indebito sui singoli, sfruttamento economico. Il lavoro esamina alcune importanti conseguenze di questi sviluppi.

Communication, technology, and the planetary creature

Today biological evolution based on genetic mutations is largely exceeded by even faster cultural and technological evolution, with two main consequences: 1) the formation of *Homo technologicus*, a symbiotic creature where biology meets technology; 2) the formation of *Planetary Creature*, which originates from the interconnection of the individual man-machine symbionts and is heralded by the Internet and by the communication activities occurring in the Internet, in particular those taking place in the so-called social networks.

The Planetary Creature is a single world-wide structure where communication and cognitive processes occur, developing into a connective intelligence which transcends and absorbs individual intelligences. This process can enhance individual abilities: the growing efficiency and the decreasing costs of the communication offer unprecedented opportunities for augmenting knowledge and creativity and for eliciting novel forms of intellectual activity. On the other hand, there might be negative consequences such as addiction to computers and virtuality, delegation of activities and abilities to machines, vulnerability of complex systems, undue control on individuals and economic exploitation. Some consequences of these developments are examined.

Le radici e il futuro della sociocibernetica in Italia

di *Lella Mazzoli*

Dal primo incontro con la sociocibernetica, negli anni '70, e dall'introduzione, per la prima volta in Italia, dell'insegnamento di Teoria dell'Informazione nell'ambito delle discipline umanistiche, con Achille Ardigò, fino all'identificazione negli anni '80 della sociocibernetica con l'Intelligenza Artificiale e i Sistemi Esperti, l'intervento ripercorre le tappe di un percorso interdisciplinare ancora fecondo per la sociologia e per lo studio della comunicazione che conduce alle tematiche legate alla diffusione dei siti di social network. Questi ultimi forniscono infatti un nuovo ambiente per la comunicazione e per la sua pragmatica. La sociocibernetica è chiamata oggi ad accettare la sfida del cambiamento, avendone gli strumenti teorici e concettuali per affrontarli al meglio.

Roots and future of sociocybernetics in Italy

Starting from the first contact with sociocybernetics in the 70s and the introduction of the "Theory of Information" course within the grouping of classical studies (in Italy the first teacher in this field was Achille Ardigò) to the matching of sociocybernetics with Artificial Intelligence and Expert Systems in the 80s, the paper runs back through a still fruitful interdisciplinary path for sociology and communication studies, leading to the spreading of social network sites, which provide a new milieu for communication and its working. Today, sociocybernetics is requested to accept the challenge of the changing times, as it holds theoretical and conceptual instruments to face them.

Formazione e dinamiche del sistema indonesiano dei blogger come comunità virtuale

di *Adi Nugroho Onggoboyo*

Nell'ultimo decennio il numero dei blogger indonesiani è cresciuto rapidamente. Questo studio, a carattere qualitativo, mira ad analizzare la formazione e i processi di sviluppo dei blogger indonesiani. In particolare ne considera la struttura, la configurazione, le dinamiche, sia per quanto riguarda i blogger come individui sia come comunità. La struttura si riferisce a tutte le proprietà che formano un blog nel format display: la proprietà più importante è il linguaggio come testo digitale. La configurazione considera le relazioni tra blog. Le dinamiche descrivono i processi nel sistema.

I nostri risultati mostrano molte evoluzioni. C'è un paradosso di struttura nel sistema sociale dei blogger: essi sono eguali dal punto di vista culturale, ma strutturalmente stratificati. Per concludere, i processi di formazione e di sviluppo delle comunità di blogger sono un sistema autonomo ancora in via di evoluzione. In questa situazione, il blogger delle comunità indonesiani ha caratteristiche simili a quelli dei sistemi di autopoiesi.

Formation and dynamics of Indonesian blogger as virtual community

During the last decade, the number of Indonesian bloggers has increased fast. This qualitative study aims to view the formation and development processes of Indonesian bloggers. It considers their structure, configuration and dynamics, either in relation to bloggers as an individual or as communities. The structure relates to properties that form a blog in the display format, where language as digital text-based is the most important property. Configuration explains the relation among blogs. Dynamics describe the processes that happen in the system.

Our results show many patterns. There is a structure paradox in Indonesian bloggers' social system: they are culturally equal, but structurally stratified. To conclude, the processes of the formation and development of Indonesian bloggers' communities are an autonomous system building which still evolve. In this situation, Indonesian communities' blogger has a similar characteristic dealing with autopoietic system.

“Addicted to passion”. Performance spettatoriali nei pubblici connessi italiani

di Agnese Vellar

Nell'ultimo decennio Internet si è evoluto in una piattaforma multimediale e il Web ha raggiunto la massa critica. Da queste trasformazioni emergono nuove pratiche di consumo, di autorappresentazione e di interazione sociale, con protagoniste le giovani generazioni. All'interno dei “pubblici connessi” i fan di prodotti mediali condividono informazioni relative al proprio culto e costruiscono insieme “audience di pratica”, recentemente evolutesi in un “collettivismo di rete”.

L'autrice propone di interpretare le culture di fan come *starring systems*: reti di performance spettatoriali multimediali e multisituate. Nello *starring system* i fan collaborano e competono per acquisire capitale sociale e culturale e dunque raggiungere visibilità. Da tali attività emerge un flusso di produzioni creative che rifiniscono la relazione tra autori e spettatori. In questo articolo si descrive un'indagine sul fandom telefilmico italiano attraverso il caso di studio di “Italian Subs Addicted”, una comunità di *fansubbing*. Interpretando il fandom come uno *starring system*, l'autrice descrive l'emergere di un collettivismo di rete ironico e competente. I fan si autodefiniscono ironicamente “addicted”, in quanto, essendo cresciuti guardando serie televisive, hanno acquisito la “dipendenza” ma anche la “passione” e il capitale subculturale che consente loro una decodifica critica e una produzione creativa.

“Addicted to passion”. Performances of fan audiencehood in italian networked publics

In the last decade the Internet has evolved from a text-based to a multimedia environment; in the same time the Web reached a critical mass. Such changes are affecting the way young people consume media products, construct their biographies and participate in peer cultures. In particular, fans use social media to find specialized information and to participate in building “audience communities of practice”, recently evolving from site-based communities to a “networked collectivism”.

The author proposes to conceptualize fan cultures as *starring systems*: networks of multimedia and multisited “performances of audiencehood” that change the distinction between writers and viewers. In the *starring system* fans compete and collaborate in order to gain visibility and acquire social and cultural capital.

In this paper the author describes a research on Italian television fandom through the case study on “Italian Subs Addicted”, a community of *fansubbing*. Considering the fandom as a *starring system* we may observe emerging an ironic and competent networked collectivism. Fans perform themselves as a generational audiencehood of “addicted” people that, growing up watching tv serials, acquired not only “dependence” to media but also “passion” and subcultural capital for competent analysis and creative productions.

La “memoria giovane”: processi, interfacce e significati sociali della memoria nell’era digitale di *Gabriella Taddeo*

Il tema della memoria è stato negli ultimi anni esplorato in modo approfondito dalla sociologia dei processi culturali.

Molti studiosi hanno evidenziato in modi diversi come proprio in un’era sempre più caratterizzata dal movimento, dalla liquidità di valori e identità, dalla globalizzazione di immaginari e saperi, il tema della memoria prenda forza, a volte sotto forma di strumento funzionale, altre come nostalgia, altre ancora come commemorazione e rito sociale, o infine solo come “feticcio” identitario.

Nel presente articolo si proverà a restituire un’analisi del tema della memoria, per come essa è emersa da una ricerca empirica svolta attraverso cinquantadue interviste in profondità a giovani studenti.

Si tratterà di affrontare, quindi, una memoria “giovane”: ovvero l’esperienza di una generazione che sta muovendo i primi passi nella definizione del suo rapporto con il passato, e che probabilmente sta ulteriormente riconfigurando lo statuto funzionale, emotivo e culturale della memoria nella nostra società.

The “young memory”: processes, interfaces and social meanings of memory in the digital era

In the last years the memory issue has been analysed in depth from sociology of cultural process.

According to many sociologists, in an era characterized by changes, by liquidity of values and identities, by globalization of knowledge and myths, memory becomes central, sometimes merely as functional tool, other ones as “nostalgia”, or as social ritual or, at the end, only as identity totem.

The paper proposes an empirical analysis about several forms and attitudes toward memory. The aim of the research, carried out through 52 in-depth interviews, is to analyze the “young memory” in new generations, observing how young people, living within complex media and network environments, develop their relationship with the past and create their new approach to memory: they are likely to strongly modify memory role and functions in our society.

Quando alcuni sono più uguali degli altri... fiducia, *free-riding* e azione collettiva in una rete p2p

di *Esther Keymolen, Dennis Broeders*

Una versione contemporanea dello spirito libero di internet è rappresentata dai cosiddetti network anonimi peer-to-peer (p2p), che oggi si sono evoluti in enormi reti di file-sharing che attirano milioni di utenti. Queste comunità sono spesso – implicitamente – fondate sull’idea di uguaglianza perché si tratta di comunità di pari. Tuttavia su internet, così come nella vita reale, alcuni pari sono più uguali degli altri. Considerati l’estensione e il volume di questi network p2p, l’idea di reciprocità viene meno facilmente poiché molti utenti scoprono che conviene loro essere egoisti e non altruisti.

L’articolo si focalizza, in particolare, sul caso di LimeWire – un’applicazione avanzata e molto popolare di file sharing peer-to-peer che funziona sulla rete Gnutella. Il paradosso riguardante questa, come tutte le altre reti p2p, prevede che il suo successo dipenda da gruppi piuttosto ristretti di persone che caricano i propri file a fronte di gruppi molto estesi che fruiscono questi materiali senza condividere i propri. Una delle questioni teoriche in discussione, quindi, è quella relativa alla fiducia che ha una sua declinazione sistemica, in questo caso. L’articolo, pertanto, analizza il problema del free riding attraverso l’analisi del forum di discussione della community di Lime Wire. L’analisi riguarda l’autosservazione compiuta dagli utenti stessi della community, a proposito della necessità o meno di introdurre alcuni meccanismi regolativi coadiuvanti il funzionamento della rete. In particolare la community propone tre punti di vista diversi: quello degli utenti che sono stati definiti “do ut des”, ovvero favorevoli ad una maggiore regolamentazione, quello del gruppo cosiddetto “l’informazione deve essere libera e gratuita”, il quale non caldeggia una regolamentazione pressante ma piuttosto confida nella presa in carico da parte di LimeWire della questione degli opportunisti, e per ultima la visione della LimeWire company stes-

sa, espressa dal moderatore del forum. Quest'ultimo rappresenta una figura chiave per la company (ma più in generale per la lettura dell'intero fenomeno) perché esprime l'opportunità di confidare nella fiducia sistemica che corrisponde alla necessità di mantenere collegati alla rete p2p il maggior numero di utenti, esponenti sia dell'uno che dell'altro punto di vista, allo scopo di salvaguardare la profittabilità della rete.

When some are more equal than others... Trust, free riding and collective action in a P2P network

Current expressions of the Internet 's free spirit are represented by the so-called anonymous peer to peer (p2P) networks, which have evolved today into huge file-sharing networks attracting millions of users. These communities are often founded on an egalitarian idea, as they are peer communities. However on the web, as in real life, some peers are more equal than others. If we consider both the extent and the space occupied by these p2p networks, the idea of mutuality often fails, because many users realize that it is better to be selfish than unselfish.

The paper focuses particularly on the LimeWire: an advanced and very popular free peer-to-peer file sharing program that uses the Gnutella network. The paradox that underpins this, like other p2p networks, is how they depend for their success on small groups of people that supply their own files against larger groups that use these files without sharing their ones. A theoretical topic for discussion is then the trust as a system. The paper analyses the free riding problem through the LimeWire Forums, where through self-analysis the members discuss whether some rules have to be introduced or not, in order to improve the working of the network. In particular, the community suggests three different positions: first the so called do ut des users i.e. those that are open to more rules; second, the so-called "information must be free" users requiring no further, heavy rules, but rather preferring that a moderator of the LimeWire faces opportunists; third the LimeWire vision as expressed by the forum moderator. This is a key role for the company, and more generally for the appraisal of the phenomenon, because he expresses the chance to trust the system and this corresponds to the need to connect as many users as possible to the p2p network regardless of their point of view, in order to safeguard the profitability of the network.

Media e generazioni: come contenuti costruiti dall'utente riconfigurano l'identità generazionale nel sistema dei mezzi di comunicazione di massa

di *Luca Rossi*

Le teorizzazioni sociologiche più recenti sulle generazioni cercano di spiegarne il concetto come argomento multidimensionale (Donati 2007), attraverso l'ipotesi di un'esperienza comune di vita, condivisa dai membri, e l'emergere di questa generazione come fatto sociale in sé. Il concetto di generazione assume allora processi di riflessività (Giddens 1991) sia a livello individuale sia collettivo. Edmunds (2005) propone che i mass media potessero essere terreno comune in grado di offrire un palcoscenico mondiale condiviso per "concreti problemi storici". Se il "we sense" generazionale può essere allora descritto come un gruppo significativo di criteri connessi per interpretare e articolare temi nella comunicazione, i mass media dovrebbero essere il luogo dove si imparano questi "criteri". La recente evoluzione delle tecnologie dei media e il fenomeno del web 2.0 aggiungono un elemento interessante e complesso allo scenario descritto. Mentre il sistema dei Mass Media potrebbe essere identificato come il luogo dove il "we sense" generazionale è stato costruito, cosa succede oggi in un ambiente di media dove ogni utilizzatore può aggiungere dei contenuti (User Generated Content) spesso visibili a una quantità di spettatori sconosciuti? Dove si imparano i "criteri connessi per interpretare e articolare gli argomenti"? Il lavoro mira a indagare questo fenomeno specifico e clandestino, proponendo una metodologia innovativa di analisi dello User Generated Content online: l'entrata nei blog.

Media and generations: how user generated content reshape generational identity in the mass media system

The latest theorizations about generations try to explain the concept as a multi dimensional issue (Donati 2007) through the assumption of a common life experience, shared by the mem-

bers, and the emergence of that specific generation as a social-fact itself. The concept of generation then assumes reflexivity process (Giddens 1991) both at an individual and at a collective level. Edmunds (2005) proposed that mass media could be a common landscape able to offer a world-wide shared stage for “concrete historical problems”. If the generational ‘we sense’ can be described as a meaningful set of connected criteria for interpreting and articulating topics in communication, then mass media would be the place where those ‘criteria’ are learnt. Recent evolution of media technologies and the rising case of the so called web 2.0 add an interesting element to the described scenario. While the Mass Media system could have been identified as the place where the generational *we sense* was constructed, what does it happen today in a media environment where every user can add content (User Generated Content) that is often visible to a lot of unknown spectators? Where do we learn the connected criteria for interpreting and articulating topics? The paper aims to investigate this specific and furtive phenomenon, proposing an innovative methodological approach of analysis of online User Generated Content: blog entries.

Youtube e civic commercial engagement. Il caso obama girl e barely political

di *Matteo Vergani*

Nuove interessanti pratiche di comunicazione politica hanno attraversato la campagna elettorale di Obama, soprattutto nell’ambiente del cosiddetto Web 2.0. In questo articolo si analizza il fenomeno dei video pubblicati su YouTube da Barely Political, il cui personaggio più famoso è Obama Girl, che ha ottenuto uno strepitoso successo sia sul Web che sugli altri media tradizionali. L’articolo analizza la comunicazione di Barely Political, valutandone l’efficacia e svelando l’esistenza di una strategia comunicativa professionale che si cela dietro a ciò che era stato ingenuamente definito l’emblema di una comunicazione amatoriale e *naïve*, tipica del Web 2.0. In questo articolo vengono presentati i risultati di una ricerca sui primi due anni della comunicazione di Barely Political: dal giugno del 2007 al maggio del 2009. Sono stati presi in considerazione tutti i 264 video prodotti da Barely Political in questo lasso di tempo, analizzando non solo i contenuti ma anche i paratesti (le visualizzazioni, i commenti, le votazioni che gli utenti hanno espresso sui video) e i *metadata* (come le *tag*). I risultati della ricerca portano a definire il progetto Barely Political come un esempio di *civic commercial engagement*, che mette insieme due obiettivi strategici, l’impegno civile e il coinvolgimento commerciale.

Civic commercial engagement on youtube. The case study of obama girl and barely political

New, interesting forms of communication crossed Obama’s political campaign, especially in the Web 2.0 environment. This paper analyzes the case of Barely Political’s YouTube videos. The main and most famous Barely Political’s character is Obama Girl, who gained a resounding success both on the Web and on other traditional media. The paper analyzes the communication of Barely Political, assessing its effectiveness and finding out a professional communicative strategy behind what was defined as a Web 2.0 *naïve* amateur participation. This paper presents the outcomes of a field research on the first two years of Barely Political’s communication: from June 2007 to May 2009. The article takes into consideration all the 264 videos produced by the staff, paying attention not only to the content, but also to the metadata (tags) and the paratextual information (views, comments, ratings, etc.). The outcomes of the paper allow to define the Barely Political project as a form of *civic commercial engagement*, having both civic and commercial strategic goals.

Consumatore 2.0, partecipazione o sfruttamento?

di *Piergiorgio Degli Esposti*

Che si parli di società dei consumi, cultura del consumo o anche capitalismo consumistico, tutti questi concetti sottolineano la crescente importanza del consumo rispetto alla produzione. Questo articolo analizza come l’universo del consumo sia in trasformazione in conseguenza delle opportunità rese disponibili oggi dal web 2.0 e dai *social network sites*.

La virtualizzazione ha un importante effetto sulla percezione da parte del consumatore del concetto di proprietà, che perde a sua volta progressivamente di significato. Accade così che la relazione consumatore, marca, prodotto, si evolva in maniera così rapida da far sembrare che negli ultimi anni il consumatore abbia acquisito un nuovo potere nei confronti degli altri due soggetti. Se i mercati e le marche sono sempre più orientati alle conversazioni con i clienti, significa che richiedono una partecipazione attiva dei consumatori all'interno dei loro discorsi. All'inizio degli anni ottanta Toffler usava il termine *prosumer* per indicare il momento in cui la produzione e il consumo si incontrano. Questo concetto appare ancora oggi centrale all'interno del dibattito relativo alle modalità di coinvolgimento dei consumatori nei siti di social network. Il termine *prosumer* oggi però va letto in una prospettiva differente, che consideri non solo le possibilità di un aumento di potere del consumatore, ma anche quelle che si possono considerare come nuove forme di sfruttamento del consumatore stesso.

Consumer 2.0, participation or exploitation?

Whether it is called consumer society, consumer culture, or even consumer capitalism, all these concepts draw our attention to the increasing importance of consumption with respect to production.

The paper wants to discuss how the sphere of consumption is affected by changes provided by the opportunities coming from the social network.

The consumer-brand-product relationship is evolving rapidly and in recent years the consumer seems to get more power thanks to the opportunities offered by the web 2.0. Markets and brands are more and more interaction oriented, requiring the active participation of consumers to increase their value and to be considered as authentic. Prosumer was the term used by Toffler in the early eighties to define the merging between producer and consumer. It is still nowadays a key concept; however today it has to be considered in a new perspective: either opportunity of increasing power or another kind of exploitation.

La diffusione del verbo: informazione e impegno civile in una generazione immersa nel web di Sandra Rodriguez

Questo intervento esplora la relazione complessa fra ICT e impegno civile dei giovani. Sulla base dell'analisi empirica condotta nel 2008-2009 sui giovani della fascia 20-35 anni, il lavoro va oltre la classica caratterizzazione di una generazione immersa nella tecnologia, cercando di comprendere come il Web stia modificando il suo grado di partecipazione sociale e politica. Mentre una larga parte del dibattito relativo alla partecipazione dei giovani sottolinea il loro rifiuto di strumenti tradizionali, la tecnologia Web sembra in grado di fornire alle generazioni più giovani strumenti che li aiutano a creare nuove vie, per modificare la vita sociale, culturale e politica a livello globale. Tuttavia, se una gran quantità di studi sottolinea ora l'importanza di comprendere l'impegno giovanile nell'era dell'informazione, è difficile capire *come* e *se* il web stia modificando per i giovani il significato dell'impegno civile. Ben poca attenzione è data alla valutazione delle alternative, dei valori e dei significati che spingono i giovani a dar luogo ad azioni specifiche mirate al cambiamento sociale, o che al contrario glielo impediscono. Richiedendo un approccio multidisciplinare di natura flessibile, il lavoro suggerisce la necessità di ripensare concetti come impegno, partecipazione, azioni rivolte al cambiamento sociale. Invece che cinici, apatici o tecnofili disimpegnati, il disegno che emerge dalla nostra ricerca rivela l'esistenza di giovani responsabili, caratterizzati dalla partecipazione ai networking del web e dalla mobilità sociale, che dimostrano grande abilità nell'uso dell'ICT per promuovere valori di giustizia e solidarietà.

Spreading the word: information and citizen engagement among a web 2.0 driven generation

The paper explores the complex relationship between ICTs and engagement of young people. Drawing on empirical work conducted with young adults (20-35 years old) in 2008-2009, it looks beyond the typical characterization of a technology savvy generation, trying to understand how the Web 2.0 is altering their social and political participation. Whereas a large part of the

debate regarding youth participation underlines their rejection of traditional institutions, Web 2.0 technology seems to provide younger generations with organizing and interaction tools that help them to create new ways of altering the social, cultural and political life at a global scale. Yet, if a large amount of studies are now stressing the importance of understanding youth engagement in an informational era, it is difficult to grasp *how* and *if* the web is changing young people's sense of civic engagement. Very little attention is given to the evaluative weighting of alternatives, values, and meanings that motivate or impede young people to participate in specific actions for social change. Calling for a flexible multidisciplinary approach, the paper suggests the need to rethink engagement, participation and actions for social change. Rather than cynical, apathetic or disengaged technophiles, the picture emerging from our research reveals responsible young adults, marked by web networking and social mobility, who demonstrate great dexterity in the use of ICTs to promote values of justice and solidarity.

La produzione di contenuti audio-visivi nella “participatory culture”

di *Tatiana Mazali*

I siti di social network sono spazi relazionali all'interno dei quali noi “agiamo” e “produciamo” (testi/discorsi, fotografie/ricordi, video/azioni, audio/preferenze). Il *we act* della dimensione performativa della vita quotidiana trova nei social networks del web uno spazio di sperimentazione e creatività “produttivo-partecipativa”.

Il contributo dell'autrice parte dal framework della *participatory culture* di Henry Jenkins e inizia una riflessione originata dall'autrice all'interno del progetto PRIN “*COOPERARE-Content Organization, Propagation, Evaluation and Reuse through Active Repositories*”, focalizzandosi sull'analisi, di tipo visuale, degli *user generated contents* in Flickr con specifico riferimento al dominio dei Beni Culturali italiani.

L'approccio interdisciplinare, esito della collaborazione con ricercatori di area informatica, ha permesso di sperimentare nuove metodologie sia nel campionamento dei dati nel web 2.0, sia nell'analisi semiautomatica di grandi campioni di informazioni.

La motivazione e la spinta che guida tale ricerca risiede nel tentativo di rintracciare dei “comportamenti” (ricorrenti o eccezionali) nella produzione di contenuti fotografici degli utenti di Flickr, attraverso un'analisi visiva di un ampio campione di contenuti fotografici. I frame teorici ai quali l'autrice si rifà per lo sviluppo delle ipotesi interpretative sono: le “tattiche” di Michel De Certeau, l’“habitus” di Pierre Bourdieu, le “équipe drammaturgiche” di Erving Goffman.

Production of audio-visual contents in the “participatory culture”

Sites of social networks are relational spaces where ‘we act’ and ‘we produce’ (texts/speeches, photos/memoirs, videos/actions, audios/preferences). The ‘we act’ bit of the performing side of everyday life finds in the social networks of the Web a ground for experimentation and creativity.

The author's paper starts from the ‘participatory culture’ framework by Henry Jenkins, showing the first results of an on-going empirical research developed by the author within the PRIN research project “*CoOPERARE-Content Organization, Propagation, Evaluation and Reuse through Active Repositories*”.

The author focuses on the mainly visual analysis of the user generated contents on Flickr, with particular emphasis on the domain of Cultural Heritage.

The research methodology is based on an interdisciplinary approach, conducted in close collaboration with IT experts, testing new research methods, both in data and information sampling inside Web 2.0, and in semi-automatic analysis of large numbers of data.

The motivation driving this research is to find out recurring or unusual “behaviours” in producing photographs in Flickr, by applying a visual analysis to a large number of photographic data. Three main theoretical frames support the author's interpretation: the “tactics” by Michel De Certeau, the “habitus” by Pierre Bourdieu, and the “performance team” by Erving Goffman.