



ISSN: 2038-3282

**Pubblicato il: 1 Luglio 2010**

©Tutti i diritti riservati. Tutti gli articoli possono essere riprodotti con l'unica condizione di mettere in evidenza che il testo riprodotto è tratto da [www.qtimes.it](http://www.qtimes.it)

Registrazione Tribunale di Frosinone N. 564/09 VG

## **Blogs between narrative fiction and lived life: social research at the time of web 2.0**

**I blog tra finzione narrativa e vita vissuta: la ricerca sociale ai tempi del web 2.0<sup>1</sup>**  
di Gianfranco Zucca

Ricercatore IREF – Istituto di ricerche educative e formative

### **Abstract**

Il *blogging* è una pratica che coinvolge un insieme molto vario di individui e gruppi: teenager che raccontano la propria vita quotidiana, appassionati di musica, cinema e arte, giornalisti e opinionisti politici, esperti di informatica, pubblicità o altri settori professionali, attivisti politici e civici; ma anche aziende, enti locali, giornali e riviste che sfruttano il format del web-log per comunicare con la propria clientela o il loro pubblico.

**Parole chiave:** blog, finzione narrativa, vita vissuta, ricerca sociale, web 2.0

Convergenze socio-tecniche nel web 2.0

---

<sup>1</sup> Il presente saggio è una versione ridotta di una comunicazione presentata al convegno “Qualità del dato e rispetto della persona nella ricerca sociale e di marketing”, organizzato dall’Associazione Italiana di Sociologia – sezione di Metodologia a Milano, presso l’Università Cattolica del Sacro Cuore il 6-7-8 novembre 2008.

L'ascesa del web sociale può essere letta come il tramonto di alcuni dualismi che avevano caratterizzato lo sviluppo delle tecnologie informatiche. A livello tecnico, con la diffusione dei sistemi di instant messaging (Messenger, Google Talk) e dei Social Network Sites gli utenti possono segnalare la propria presenza online e comunicare in modo istantaneo con gli amici e conoscenti connessi in quel momento. Viene quindi meno la distinzione tra modalità di comunicazione asincrone e sincrone. Il mutato quadro di funzionamento delle tecnologie informatiche si esprime in una diffusa tendenza alla sincronizzazione dei vari dispositivi informatici. Un esempio in tal senso sono i telefoni cellulari sui quali vengono notificati in tempo reale e-mail, messaggi e commenti ricevuti dall'utente. Anche la distinzione tra testuale e visuale, tende ad essere superata. L'interfaccia delle principali piattaforme del web-sociale, pur mantenendo una base testuale danno la possibilità di scegliere font, colori e sfondi nonché di caricare immagini, foto, animazioni, musica e filmati. La multimedialità è quindi un'altra delle cifre distintive del web 2.0. Accanto alle convergenze di ordine tecnico, è possibile identificare anche importanti cambiamenti rispetto all'uso sociale delle tecnologie informatiche. Innanzitutto, è sempre più difficile distinguere gli obiettivi comunicativi degli utenti. All'esigenza di entrare in contatto con persone lontane o che non si conoscono si affianca anche la volontà di usare internet per realizzare vere e proprie performance identitarie: le homepage personali su myspace o facebook, oppure un blog sono spazi espressivi dove l'immagine online viene continuamente curata, aggiornata, integrata. Sotto questo profilo, è indicativo come alcune sub-culture giovanili tendano ad essere oggetto di "processi di teatralizzazione" [Liu 2008]. Sotto questo profilo bisogna anche considerare che la presenza online tende a diventare multipla: ci sono utenti che manipolano la loro identità digitale attraverso diverse piattaforme e siti: gestiscono un blog al quale magari è associata una pagina su myspace, o una libreria virtuale su Anobii, una raccolta di fotografie su Flickr o Picasa e un elenco di link su Del.I.Cious. In breve, il profilo online di un individuo tende sempre più ad essere un assemblaggio di diversi tasselli mediali. Più in generale, le nuove forme di comunicazione mediata dal computer oscillano tra una volontà di self-disclosure, la disponibilità a riferire ad altri (spesso sconosciuti) le proprie esperienze personali, ed un'esigenza di self-presentation, intesa come processo di costruzione del sé [Joinson 2005; Qian, Scott 2007]. Questi cambiamenti nella costruzione e fruizione delle tecnologie informatiche rimandano alla questione più generale del rapporto tra la dimensione online e quella offline. A partire dagli anni novanta - quando antropologi ed etnologi cominciano ad interessarsi alla comunicazione mediata dal computer, cercando di comprendere la cultura creatasi nei primi gruppi on-line - si comincia a considerare il contesto sociale nel quale la comunicazione mediata dal computer prende vita, giungendo a riaffermare la ricchezza espressiva e sociale di queste forme di comunicazione. Il contrasto con gli approcci che avevano caratterizzato il decennio precedente (il modello degli "indicatori sociali ridotti" e della Social Identity De-Individualization<sup>2</sup> è netto: la comunicazione via computer in alcuni casi può essere addirittura più ricca di quella faccia a faccia<sup>3</sup>. Tuttavia le analisi dell'epoca - che peraltro rappresentano ancora un punto di riferimento abbastanza diffuso tra gli studiosi - superando il dualismo online-offline, risolvevano il rapporto a favore della dimensione online, proponendo una visione nella quale le interazioni mediate - mutuando il titolo di un vecchio lavoro di Sherry Turkle, la "vita sullo schermo" - erano un fenomeno a se stante, mentre tutto quello che avveniva nella "vita

<sup>2</sup> Sul dibattito a cavallo tra gli anni ottanta e novanta cfr. Paccagnella 2000.

<sup>3</sup> Si veda, esempio, lo studio di Nancy Baym [2000] su una community di appassionati di soap opera.

reale” era solo uno sfondo, un contesto che poteva aiutare a spiegare il comportamento online. Nell’ambito del web-sociale, il dualismo fenomeno-contesto [Slater, 2002; Orgad 2005] sembra non essere più sostenibile. Molti sono i segnali che spingono a non accettare la prevalenza della dimensione online o, quantomeno, occorre riconoscere che il rapporto tra vita sullo schermo e vita reale non è stabile. Sono frequenti le situazioni che evidenziano il ruolo della dimensione offline nello strutturare la vita online degli individui. In ordine sparso: le relazioni sentimentali nate grazie ai servizi di online dating, il successo commerciale di gruppi musicali indipendenti veicolato attraverso myspace; la diffusione di movimenti di protesta grazie al tam tam dei blog, ecc. Quelli citati sono tutti fenomeni nei quali la dimensione online è inscindibile da quanto avviene nella vita reale. Dopo anni nei quali internet e le sue applicazioni erano considerati una novità, oggi la rete è un’esperienza di massa che coinvolge qualche miliardo di persone, dando loro la possibilità di portare sullo schermo il proprio mondo. È questa la più importante convergenza socio-tecnica messa in moto dal web-sociale.

### **Il caso della blogosfera: articolazione e caratteristiche**

Grazie allo sviluppo di piattaforme (nel caso italiano “blogspot” e “splinder”) e software specifici (come “Wordpress”) che permettono ai singoli utenti di realizzare in pochi passaggi il proprio web-log, un numero sempre maggiore di utenti della rete internet tiene un diario online.

Il blogging è una pratica che coinvolge un insieme molto vario di individui e gruppi: teenager che raccontano la propria vita quotidiana, appassionati di musica, cinema e arte, giornalisti e opinionisti politici, esperti di informatica, pubblicità o altri settori professionali, attivisti politici e civici; ma anche aziende, enti locali, giornali e riviste che sfruttano il format del web-log per comunicare con la propria clientela o il loro pubblico. Difficile ricondurre tale varietà all’interno di una classificazione che renda conto delle diverse specificità: sia che si guardi al profilo individuale del blogger sia che si prendano in considerazione le sue intenzioni comunicative è complesso trovare un qualche appiglio per definire in modo univoco cosa si muove all’interno della blogosfera. Un sostegno può essere trovato usando la definizione di blog formulata da Jan Schmidt [2007: 1409]: “Weblogs, or “blogs”, are frequently updated websites where content (text, pictures, sound files, etc.) is posted on a regular basis and displayed in reverse chronological order. Readers often have the option to comment on any individual posting, which is identified by a unique URL. Through such comments and references to other online sources in the postings, as well as through links to favorite blogs in the sidebar (the “blogroll”), blogs form a clustered network of interconnected texts: the “blogosphere”.

Schmidt coglie aspetti alquanto utili sotto il profilo analitico-descrittivo: frequenza d’aggiornamento, multimedialità e reticolarità dei contenuti, interazione con i lettori tramite un meccanismo di citazione univoco (“permalink”), interconnessione con altri blog (tramite una lista di preferiti detta “blogroll”). A partire da questi elementi è possibile elaborare una proposta di classificazione dei web-log. Nello schema che segue vengono individuati tre tipi di blog sulla base delle caratteristiche del blogger, del tipo di contenuti diffusi, della frequenza d’aggiornamento, del livello d’interazione tra blogger e lettori.

<b>Tipologia dei blog</b>		
<b>Blogger Istituzionale</b>	<b>Professionale:</b>	<b>Individuale:</b>
Estensore Blogger	Divulgatore Blogger	Autore
<b>Contenuto Istituzionale</b>	<b>Contenuto Professionale</b>	<b>Contenuto Individuale</b>
Promozionale	Tecnico	Personale
<b>Frequenza d'aggiornamento Istituzionale</b>	<b>Frequenza d'aggiornamento Professionale</b>	<b>Frequenza d'aggiornamento Individuale</b>
Programmata	Cadenzata	Libera
<b>Interattività Istituzionale</b>	<b>Interattività Professionale</b>	<b>Interattività Individuale</b>
Bassa	Media	Variabile

Il primo tipo di blog può essere definito istituzionale. Il blogger è un estensore dei contenuti pubblicati, spesso questa figura coincide con il content manager del sito di cui il blog è emanazione oppure, nelle situazioni più strutturate, questo compito è svolto da una figura professionale specifica; i contenuti sono derivati dall'attività istituzionale e oscillano tra la promozione di un nuovo prodotto o servizio e le news sulle attività programmate o in via di sviluppo; la frequenza d'aggiornamento è pianificata con precisione. L'interattività di questo genere di blog è bassa poiché la fruizione di questi contenuti risponde alle esigenze informative degli utenti che interagiscono esclusivamente per chiedere chiarimenti rispetto alle informazioni diffuse.

Un secondo tipo di blog è denominato professionale. Il blogger è un esperto di uno specifico settore, un soggetto già operante in quell'ambito professionale oppure un appassionato che con il tempo ha maturato una forte competenza (questa situazione è particolarmente frequente nell'ambito della programmazione informatica). Per queste persone il blogging è un'occasione per divulgare le proprie conoscenze e confrontarsi con altri individui con i quali condividono gli stessi interessi. Chiaramente, i contenuti del diario online sono specialistici e molto tecnici. La frequenza d'aggiornamento è cadenzata, nel senso che dipende dalla centralità dell'utente in quella determinata community professionale: utenti che hanno acquisito un maggior prestigio tenderanno a pubblicare i propri interventi in modo abbastanza regolare così da mantenere viva l'attenzione dei propri lettori e da continuare ad essere un punto di riferimento per un certo pubblico [Johnson et al. 2007]: nel caso di esperti, giornalisti e opinionisti questa dinamica è abbastanza frequente. Questo genere di blog ha un livello di interattività medio: anche a fronte di una base di lettori molto ampia, solo un parte interagisce direttamente con il blogger; la complessità dei temi trattati può essere considerata come una soglia d'accesso all'interazione che non tutti i lettori sono in grado di superare. Il terzo tipo di blog è quello più vicino all'idea del diario online. Nel web-log individuale, il blogger va considerato come autore poiché non diffonde contenuti prodotti da altri né divulga conoscenze disciplinari: i contenuti pubblicati sono personali, riguardano esperienze di vita, opinioni e punti di vista su temi di interesse. La frequenza d'aggiornamento di questi blog è libera: può essere quotidiana oppure diluita nel tempo, particolarmente concentrata in alcuni periodi o sporadica in altri. Anche il livello di interattività è molto variabile: nel caso dei blogger maggiormente impegnati in azioni di networking, ad ogni post possono corrispondere numerosi commenti e repliche

[Stefanone, Yang Jang 2007]<sup>4</sup>; tuttavia, alcuni blogger individuali continuano la loro attività anche in assenza di feedback da parte dei lettori (non mancano poi blog nei quali i commenti sono rari o pressoché assenti).

Dopo aver messo ordine nella varietà di forme assunte dai blog, di seguito, intendo concentrarmi solo sui blog individuali poiché, più degli altri due tipi esaminati, implicano problemi metodologici e etici che spingono a riflettere con maggiore attenzione sui limiti della ricerca qualitativa online. Non che i blog istituzionali e professionali non abbiano motivi di interesse per il ricercatore<sup>5</sup>, tuttavia il blogging personale permette di articolare una riflessione più ampia, ancorando le considerazioni metodologiche al dibattito sulla socialità online.

### **Autorialità e narratività: due concetti per leggere i blog**

Online quasi ogni interazione comunicativa lascia una traccia, per lo più sotto forma di testo. Sotto questo profilo, i post dei blog rappresentano una delle forme più compiute di informazioni non sollecitate. Si tratta di testi elaborati ad hoc, in risposta ad una esigenza comunicativa esplicita: un post viene prodotto per manifestare il punto di vista dell'autore su un determinato argomento (pubblico o privato che sia), per poi essere inserito in una trama di letture e commenti.

Rispetto a quelli istituzionali e professionali, i web-log individuali presentano di certo una più ricca varietà di stili e contenuti: si va dal diario di auto-analisi al racconto dettagliato delle esperienze in alcune sfere della vita; dal resoconto quasi giornalistico della quotidianità ad elaborazioni narrative più complesse, dove l'autore impersona personaggi e racconta le esperienze proprie o altrui in forma traslata o metaforica.

In generale, le pratiche di blogging sembrano essere molto distanti dall'immediatezza che caratterizza le altre forme di comunicazione mediata dal computer. La categoria di "oralità scritta" [Violi, Coppock 1999], sovente applicata alla lingua di internet, non si attaglia bene a quelli che sono testi meditati e, in molti casi, sono il frutto di un lavoro editoriale fatto di stesure e revisioni. In questo senso, un post è molto più simile ad una e-mail che ad uno scambio di battute in chat o ad un messaggio lasciato su una bacheca di myspace. È pur vero che i tempi e le attenzioni redazionali possono variare da utente a utente: ci possono, difatti, essere individui che preferiscono "postare" le proprie impressioni di getto, senza filtri redazionali oppure blogger che dedicano molto tempo alla revisione e riscrittura dei loro elaborati. Sotto questo profilo, bisogna però notare che la struttura stessa delle piattaforme di servizio invita ad una stesura più meditata: un post prima di venire pubblicato può essere lasciato in bozza per una successiva revisione; pubblicato e poi modificato in un secondo momento o rimosso definitivamente qualora non risponda più alle esigenze del suo autore. Non bisogna poi dimenticare che esistono forme di blogging più immediate e veloci: servizi di micro-blogging come Twitter permettono di pubblicare online testi brevissimi, molto simili agli sms dei telefoni mobili<sup>6</sup>.

Da queste considerazioni sulle caratteristiche dei post si possono trarre alcune indicazioni generali

---

<sup>4</sup> Non bisogna dimenticare che tra le attività del blogger c'è anche la lettura di altri blog e il commento sui blog amici. Inoltre, alcuni post possono essere realizzati in risposta a sollecitazioni ricevute nei commenti.

<sup>5</sup> In questi casi l'acquisizione dei dati testuali presenta problemi legati alla questione del diritto d'autore, basti pensare alle fortune editoriali di molti blogger professionisti.

<sup>6</sup> Disponendo di un apparecchio telefonico abilitato alla navigazione su internet è possibile aggiornare il proprio micro-blog direttamente dalla tastiera del telefono.

che risulteranno utili nell'indicare quali sono i limiti d'uso di questo genere di testi.

Un primo elemento riguarda l'autorialità dei testi. Anche se lo si è più volte ripetuto, occorre chiarire che il riferimento al blogger come autore va inteso in senso forte. Dire che i blog hanno una dimensione autoriale non significa, banalmente, affermare che il blogger è responsabile in prima persona di quello che scrive e del modo in cui lo scrive; bensì, implica il riconoscimento della narratività dei blog<sup>7</sup>. In pratica, un blog non è necessariamente, e non solo, un resoconto di un mondo vitale, ma un racconto nel quale l'intreccio e la trama della storia possono divergere in modo notevole. Ellissi e digressioni narrative sono due funzioni del racconto particolarmente frequenti nei blog: uno stesso evento può essere raccontato omettendone parti sostanziali e/o enfatizzandone particolari minimi. Allo stesso modo, anticipazioni e differimenti possono rendere difficoltosa la ricostruzione della successione temporale degli eventi; oppure, l'autore può decidere di rompere l'unità del personaggio creando alter ego o antagonisti. Come si vede, un blog più che un diario assomiglia ad una complessa macchina narrativa: non a caso, negli ultimi tempi, più di un blogger è passato alla scrittura professionale pubblicando romanzi e racconti.

Verrebbe da dire che i blog sono materia per critici letterari piuttosto che per studiosi di scienze sociali. In parte questa obiezione è centrata: gli strumenti della teoria del racconto risultano particolarmente utili nello studio dei blog poiché riescono a scomporre l'unitarietà del racconto, evidenziando livelli di lettura che un approccio concentrato sui soli referenti linguistici non permetterebbe. Tuttavia, la critica letteraria più avveduta ha imparato a diffidare da qualsiasi forma di testualismo che rifiuta di considerare cosa c'è al di là dei margini della pagina.

Ogni costruzione discorsiva ha una dimensione extra-testuale: non si possono mettere da parte le condizioni di produzione del testo, proponendone interpretazioni "letterali". All'attenzione per le mosse che l'autore usa per costruire il suo racconto, occorre affiancare un uguale interesse per l'autore come attore sociale che decide di esprimere la propria agency in un testo, occorre tenere conto della sua collocazione sociale, delle sue aspettative nonché della rete di relazioni e dei vincoli ai quali deve rispondere. Il rimando alle nozioni di autorialità e narratività non implica quindi uno studio del blog come genere letterario, ma è funzionale alla comprensione del blogging come pratica sociale che, per quanto stratificata, può essere decodificata usando adeguati strumenti d'indagine.

### **Studiare i blog secondo una prospettiva realista**

Tirando le somme di quanto argomentato sinora, a mio parere nello studio dei blog occorre adottare una prospettiva realista. Pur riconoscendone la componente di autorialità e la spiccata narratività, bisogna prendere le distanze dalle teorie iper-costruttiviste e/o iper-testualiste che arrivano a considerare i diari online esclusivamente come finzioni narrative. In un blog la componente di *self presentation* è associata ad un certo grado di *self disclosure*: la dimensione

<sup>7</sup> La nozione di narratività, pietra angolare del modello semiotico-strutturale di Greimas [Greimas, Courtés 1986], può essere usata per analizzare non solo racconti orali e letterari, ma ogni tipo di discorso. Senza entrare nei formalismi che caratterizzano questo tipo di approccio, con narratività si intendono le mosse che l'"autore" utilizza per produrre il senso di ciò che sta dicendo. Secondo Greimas, il senso di ogni affermazione ha un preciso percorso generativo che può essere ricostruito basandosi sulle disgiunzioni evidenziate dalle funzioni grammaticali, sintattiche e narrative presenti in un testo.

narrativa e finzionale, quindi, non può essere disgiunta da quella biografica, il vissuto del blogger, per quanto trasfigurato dal racconto, è un termine di paragone imprescindibile per lo studio sociologico di questa particolare forma di comunicazione mediata dal computer. In termini più espliciti, riconoscere la continuità tra esperienza online e offline significa tematizzare il blogging come pratica sociale in senso pieno: il blog, inteso come insieme di testi, è solo il prodotto finale dell'azione. I blogger sono attori sociali impegnati nella descrizione e rappresentazione del proprio mondo vitale, dedicano a questa attività tempo reale, investono risorse cognitive ed emotive prese dalla loro vita quotidiana, hanno aspettative e bisogni di riconoscimento concreti; in breve, i blog sono prodotti mediali, nei quali si sedimenta l'azione sociale.

### Riferimenti Bibliografici:

- BAYM N.K. *Tune In, Log On: Soaps, fandom and Online Community*, Thousand Oaks, Sage, 2000;
- GREIMAS A.J., COURTÉS J. É., *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Firenze, La Casa Usher, 1986;
- JOHNSON T.J., KAYE B.K., RICHARD S.L., WONG W.J. *Every Blog Has Its Day: Politically-interested Internet Users' Perceptions of Blog Credibility*, in "Journal of Computer-Mediated Communication", n. 13, Anno I, 2007, pp. 100-122;
- JOHNSON A.N., *Internet Behaviour and the Design of Virtual Method*, in C. Hine, ed., "Virtual Methods. Issues in Social Research on the Internet", Oxford, Berg, 2005, pp. 21-34;
- H. LIU, *Social Network Profiles as taste performances*, in "Journal of Computer-Mediated Communication", 13, 2008, pp. 252-275.
- ORGAG S., *From Online to Offline and Back: Moving from Online to Offline Relationship with Research informants*, in C. Hine, ed., "Virtual Methods. Issues in Social Research on the Internet", Oxford, Berg, 2005, pp. 51-65,
- PACCAGNELLA L., *La comunicazione al computer. Sociologia delle reti telematiche*, Bologna, Il Mulino, 2000;
- QIAN H., SCOTT C.R., *Anonymity and Self-Disclosure on Weblogs*, in "Journal of Computer-Mediated Communication", n. 12, Anno IV, 2007, pp. 1428-1451;
- SCHMIDT J., *Blogging Practices: An Analytical Framework*, in "Journal of Computer-Mediated Communication", n. 12, Anno IV, 2007, pp. 1409-1427;
- SLATER D., *Social Relationship and Identity Online and Offline*, in Lievrouw, L., Livingstone, S. (eds.), "The Handbook of New Media", London, Sage, 2002, pp. 533-546;
- STEFANONE M.A., YANG JANG C., *Writing for Friends and Family: The Interpersonal Nature of Blogs*, in "Journal of Computer-Mediated Communication", n. 13, Anno I, 2007, pp. 123-140;
- VIOLI P., COPPOCK P., *Conversazioni telematiche*, in R. Galatolo, G. Pallotti, (a cura di), "La conversazione. Un'introduzione allo studio dell'interazione orale", Milano, Raffaello Cortina Editore, 1999, pp. 319-364.