

Giovani Come V · “I giovani dei giovani”

Salerno, 28-29 Aprile 2008

The medium is the Self

di Dario De Notaris

1. La relazione tra individuo e ambiente reale

1.1 L'affordance

La relazione con l'ambiente circostante è alla base dell'evoluzione dell'uomo: dalla ricerca di un luogo in cui stanziarsi, nei pressi di corsi d'acqua e di terreni fertili, alla presenza di animali da cacciare, a insenature rocciose dove proteggersi dalle intemperie, all'utilizzo del fuoco per scaldarsi e muoversi al buio; gli esseri viventi sono tali in quanto in grado di porre sé stessi in un ambiente e relazionarsi con esso (la “posizionalità” secondo Plessner, 1928) e la relazione con l'ambiente avviene attraverso degli strumenti, dei *media*: dagli oggetti presenti in natura, agli artefatti, al corpo stesso con i suoi sensi.

È su questi due elementi, relazione con l'ambiente e *medium* di relazione, che intendiamo soffermarci: con la digitalizzazione del mondo, l'individuo si è trovato a dover costruire o apprendere nuove modalità di relazione con i suoi simili, in un processo che sembra integrare le teorie sul determinismo tecnologico della Scuola di Toronto con quelle del costruzionismo sociale di Williams (1981; Hughes, 1994).

Gli strumenti di relazione con il mondo assumono significati diversi in base al singolo individuo; l'ambiente fornisce delle opportunità e il soggetto agisce in base a queste nonché alle capacità percepite (*skills*): l'azione è sempre ragionata sulla base delle opportunità che, però, non esistono in quanto tali ma sono sempre situate. Si pensi agli esperimenti nei quali gli animali vengono messi in una situazione di *riflessione/interazione*: un criceto che deve far girare una ruota per aprire la gabbia contenente del cibo, così come uno scimpanzé che deve usare un bastone per far cadere della frutta appesa ad un muro. L'ambiente ci pone dinanzi a delle continue condizioni di scelta e anche l'essere umano osserva comportamenti simili. Si noti il neonato quando cerca di sfruttare la sua poca mobilità per spostarsi nella casa, scavalcare il suo box-lettino, superare delle recinzioni, cercare di raggiungere del cibo posto su un tavolo con l'ausilio di una sedia (che per lui comunque non è *oggetto-sedia* ma *oggetto-utile-per-raggiungere-cibo*), etc. Vi è una relazione attiva, partecipativa, con l'ambiente circostante. La stessa tecnologia si inserisce nella necessità di trovare una soluzione a dei problemi: per edificare costruzioni più alte ad esempio, sono necessarie apparecchiature più alte (gru) nonché mezzi di elevazione che evitino di procedere a piedi (ascensori).

Prendiamo a prestito dal cinema un esempio che potrà permetterci di chiudere questa prima riflessione: il film è “2001: Odissea nello spazio” (Kubrick S., USA, 1968) e mostra in apertura come, a partire dal ritrovamento delle ossa di un ghepardo, una scimmia afferra una di queste e inizia a batterla per terra con violenza; nello stesso frangente scopre che può usare queste ossa per colpire non più solo la terra, ma anche esseri viventi. La scimmia uccide dunque un animale e insegna ai suoi simili a cibarsene; successivamente ucciderà anche uno del suo gruppo. Questa scena mostra alcuni elementi: il primo è che tutte le scoperte e invenzioni hanno contribuito alla sopravvivenza dell'essere umano. Costui ha trovato aiuto dallo stesso ambiente che ha

proposto dei mezzi utili a particolari azioni (e non ad altre): dalle ossa si passa alle pietre e alle lance, poi la ruota fino ad arrivare alle moderne conquiste dello spazio. Da animale impaurito, curioso ma coraggioso, si passa all'essere civilizzato, razionale, scientifico. Inoltre, in qualsiasi ambiente si trovi, l'individuo si trova nella condizione di dover re-imparare (il film mostra proprio questa condizione di nuovo apprendimento in riferimento agli astronauti che devono imparare di nuovo a camminare, a mangiare, etc.).

L'ambiente è dunque un insieme di risorse che il soggetto agente può cogliere, caratterizzate da una serie di proprietà che supportano un particolare tipo di azione e non altre. Tale risorsa venne definita da Gibson (1979) "affordance", termine che intende tutte le azioni possibili, latenti, in un ambiente; esse inoltre non dipendono dalla facoltà dell'individuo di riconoscerle come tali, ma sono comunque sempre in relazione con esso.

1.2 I media come risorsa

Possiamo considerare l'affordance come l'insieme di due dimensioni: le strutture e le informazioni dell'ambiente sono lo spazio di rappresentazione esterno; le strutture fisiche dell'organismo nonché le strutture e i meccanismi delle facoltà biologiche, percettive e cognitive, sono invece lo spazio interno. Tali spazi possono essere contraddistinti da azioni consentite e da restrizioni le quali, vicendevolmente, limitano il campo dell'altra: per intenderci, le azioni consentite sono quelle che soddisfano le costrizioni, mentre le costrizioni limitano il campo delle azioni consentite.

Alle categorie principali dell'affordance (biologica, fisica, di percezione, cognitiva, mista), Riva (2004) – mantenendo ferma la condizione di relatività rispetto al contesto culturale – aggiunge la distinzione tra affordance mediata e diretta. Con la prima, si fa riferimento al risultato di un'interpretazione che il soggetto attribuisce all'ambiente. A caratterizzare questo tipo di affordance è la sua relatività: è il risultato sia del significato attribuito all'oggetto, sia dell'analisi fatta dal soggetto sul contesto. L'esempio riportato è che, per poter sfruttare l'opportunità di fare una settimana bianca, devo sapere che quel foglietto di carta colorata è una banconota da 500 euro. E poi, il contesto mi deve permettere di trasformare l'opportunità in realtà. Se mi trovo in Giappone, la banconota rappresenta l'opportunità di una settimana bianca solo se sono in grado di convertirla nella moneta locale. Altrimenti, torna a essere un semplice foglio di carta colorata. L'affordance diretta è invece risultato diretto di un flusso di informazione che l'ambiente fornisce all'organismo. Classici esempi di questo tipo di affordance sono le proprietà fisiche di un oggetto o di un ambiente: per esempio, un telefono cellulare di dimensione compatta mi offre l'opportunità di trasportarlo nella tasca della giacca; al contrario un telefono satellitare della dimensione di una valigetta inibisce questa possibilità. Questo tipo di affordance è dunque stabile, nel senso che cambia solo modificando le proprietà fisiche dell'oggetto o dell'ambiente considerato.

Poniamo dunque il concetto di affordance come l'elemento di partenza per comprendere il rapporto tra l'individuo (e la società) e i nuovi media. Non possiamo analizzare un medium senza avere come riferimento i suoi utenti; altresì non è possibile affrontare le scelte comunicative del soggetto indipendentemente dalle opportunità che i diversi media gli offrono. Qualsiasi oggetto esiste in quanto possiede una funzione (intrinseca o convenzionale) che noi possiamo apprendere attraverso tre modalità (intrise, secondo MacKenzie 1996, di elementi sociali): a) per autorità, ovvero sulla base di ciò che ci viene detto su tali artefatti dalle persone di cui ci fidiamo; b) per induzione, ovvero usandolo o provandolo; c) per deduzione, tramite teorie o modelli.

L'affordance è come un contributo per l'individuo nell'utilizzo del ambiente circostante e nell'interazione con esso: egli, sin da piccolo, esperisce l'ambiente attraverso i sensi, in particolar modo il tatto: toccando gli oggetti presenti nel suo immediato contesto ne apprende le proprietà. Passo successivo sarà capirne la funzione, sia essa intrinseca all'oggetto o assegnata dal bambino stesso. Interagendo con l'ambiente il soggetto impara a conoscerlo ma, come sappiamo, la conoscenza avviene anche attraverso l'interazione con i suoi simili. Entrano in funzione gli altri sensi, il che gli consente di divenire partecipe del mondo e non più mero spettatore ed uno degli strumenti principali dell'interazione è il linguaggio.

È evidente inoltre l'interdipendenza tra agire sociale e cultura e di come nessuna sia determinante per l'altra ma circolari in un rapporto di reciprocità (Crespi, 1998). Tutte le strutture sociali sono quindi, considerando le teorie dell'interazionismo simbolico, il prodotto dell'interazione tra individui. Il singolo è sia attore che spettatore del mondo e questa condizione si ripropone anche nell'uso delle tecnologie della comunicazione: con la radio, così come con la televisione, l'individuo è sempre spettatore del reale, limitandosi a cambiare canale, ma non può influenzare il messaggio che riceve. La fruizione dei vecchi media avviene solo attraverso l'udito e la vista. Con i nuovi media l'individuo acquisisce la possibilità di usare il tatto per *esperire* il mondo. L'esperienza del mondo può infatti essere vista come una delle componenti che hanno contribuito, nella storia, allo sviluppo delle tecnologie. Si pensi alla ruota e alle sue applicazioni motorie (dalla carrozza all'automobile); poi le navi, gli aerei, ma anche il telefono, la radio, la tv: vivere o semplicemente assistere, vedendo e sentendo, quanto accade fuori dai nostri confini e/o comunicare ciò che accade nei nostri confini al di fuori di essi. Nella storia si è spesso sentito il bisogno di realizzare sistemi di comunicazione più veloci per poter raggiungere pubblici più ampi e inoltre si sono sperimentate forme sociali nuove per trovare modi di utilizzo delle tecnologie in via di sviluppo (Flichy, 1991). L'utilizzo o meno di questi mezzi ha reso possibile la loro stessa sopravvivenza nel tempo oppure ne ha comportato delle modifiche se non la definitiva scomparsa.

Il rapporto intelligente con l'ambiente circostante, costituito dal continuo feedback individuo-oggetto, ci porta a considerare l'affordance insita nei nuovi media. Per "rapporto intelligente" intendiamo la perdita della posizione passiva del fruitore nei confronti del medium in favore di una sua partecipazione nella gestione del flusso informazionale. Al contrario della televisione o della radio, la cui utilità interattiva è limitata alla scelta dei programmi da seguire, gli strumenti multimediali, quali possono essere il semplice pc o un telefonino di recente generazione, consentono una maggiore personalizzazione dell'esperienza e dell'apprendimento. Nell'ambito dell'esplorazione online, le tecniche di apprendimento e formazioni a distanza (e-learning, blended-learning, etc.) mettono a disposizione dell'utente-scolaro una serie di strumenti la cui funzione di base è rapidamente comprensibile (ad esempio, l'icona di un'agenda, di una lavagna o di una penna, sono tutti elementi che portano già con sé la comunicazione del proprio senso di esistere, dando per scontato che l'utente sappia già a cosa possano servirgli), grazie anche alla riproposizione di strumenti già conosciuti nella vita reale. Nel contesto offline invece, possiamo citare gli investimenti nella ricostruzione di contenuti per i musei o le biblioteche, ambienti di edutainment per eccellenza.

2. La relazione tra individuo e ambiente virtuale

2.1 L'interfaccia, nuovo paradigma

Nel discutere della relazione con l'ambiente non si può certo ignorare che oggi l'individuo è inserito in un nuovo tipo di ambienti, quelli digitali. Dal desktop del proprio computer, all'agenda elettronica del proprio telefonino, ai siti internet, ai motori di ricerca web: sono, questi, tutti *ambienti*, luoghi in cui si entra per effettuare delle azioni. Gli ambienti virtuali tendono a rappresentare gli oggetti in modo che l'utente possa agire su di essi così come accade con gli artefatti fisici (la *direct manipulation*, Shneiderman, 2004).

Qualunque strumento aiuti l'individuo, attraverso la propria conformazione fisica e sensoriale, ad interagire con l'ambiente circostante può essere considerato *affordance*; ma questa stessa definizione, che in altri termini definisce uno strumento che aiuta ad interagire, può essere applicata anche ad un altro concetto: l'*interfaccia*.

Tale termine si è diffuso prevalentemente nell'ambiente tecnico, riferendosi ad un pannello di comandi per gestire una macchina, ma anche una forchetta e un coltello godono della stessa applicazione; strumenti diversi corrispondono ad interfacce diverse, il che introduce l'altra considerazione importante che vi è una specializzazione delle interfacce: da generiche possono essere sostituite o affiancate da interfacce specifiche. Ciò vuol dire che possiamo rintracciare interfacce ovunque. Restringendo il campo d'analisi al settore informatico-sociale, ritroviamo delle interfacce hardware, quali possono essere una tastiera o un mouse, e software, quale un programma o genericamente un sistema operativo. Non a caso Steven Johnson (1997) definisce l'interfaccia come traduttrice tra la macchina e l'uomo.

Al rapporto uomo-computer Lev Manovich aggiunge un terzo elemento, la cultura, e si esprime proprio in termini di interfaccia culturale ovvero «un'interfaccia uomo-computer-cultura, cioè le modalità con cui i computer ci presentano i dati culturali e consentono d'interagire con essi» (2001, 98); per interfaccia culturale intendiamo dunque i siti web, i cdrom, le enciclopedie multimediali, ma anche i musei e le riviste online nonché i videogiochi. Un elemento sul quale Manovich insiste è che tali interfacce sono costituite «in gran parte da elementi appartenenti ad altre forme culturali che già conosciamo»; questa condizione fa sì che nei nuovi media (e nel digitale) si assista ad un riutilizzo di elementi appartenenti al contesto sociale "reale". L'evoluzione tecnologica si sta dunque spingendo verso la realizzazione di strumenti in grado di permettere all'individuo di relazionarsi con l'ambiente digitale attraverso modalità più naturali possibili. Non a caso si è passati dalle interfacce testuali a quelle grafico-icone. Dourish (2001) definisce *fase grafica* il momento tecnologico nel quale viviamo, dacché le interfacce cercano di facilitare l'interazione uomo-computer. Ma non è forse, invece – aggiungiamo noi –, un ritorno alla fase corporea? Prima della nascita del linguaggio verbale l'essere umano comunicava con il proprio corpo: nel momento in cui, oggi, attraverso dispositivi tecnologici che ci permettono di *esplorare* l'ambiente virtuale con le nostre stesse mani (si pensi al dispositivo iPhone), riprendiamo possesso di questa dimensione diretta con l'artefatto, non torniamo forse proprio ad una situazione di comunicazione attraverso il corpo stesso?

Da parte dell'individuo è in corso il processo di riposizionamento nel nuovo ambiente, di adattamento ai nuovi media. Quando tale processo è compiuto, il medium diventa *trasparente*, in quanto l'individuo agisce senza percepire più lo strumento.

Possiamo considerare la trasparenza del medium come un processo di interiorizzazione culturale: una pratica o un fenomeno sociale entrano a far parte del bagaglio culturale dell'individuo, egli se ne appropria. Sappiamo bene che a volte si corre il rischio che tale interiorizzazione faccia perdere di vista colui che ha proposto tale pratica, ovvero l'individuo stesso, entrando in quel processo di astrazione tipico della reificazione, nella quale egli dimentica di essere parte attiva del contesto sociale e non una mera cosa tra le cose. L'individuo opera per *routine*, il che gli consente di

vivere senza dover riflettere continuamente sulle proprie azioni: memorizza particolari combinazioni di azioni pronte a entrare in gioco in situazioni convenzionali. È nel momento in cui si trova dinanzi una situazione nuova che il ricorso alle *routine* entra in crisi ed è necessario riprogrammare la propria azione.

Ciò porta a considerare anche quanto avviene nella comunità scientifica, nella quale siamo abituati a ragionare in termini di *paradigma* scientifico (Kuhn, 1962), ovvero riconoscerci in un insieme di teorie; in alcuni momenti storici capita però che si presentino degli eventi che falsifichino le teorie tradizionali mandando in crisi il paradigma dominante. È in questi momenti che inizia la *scienza straordinaria* ovvero la proposta di innovazioni e intuizioni tali da proporre un nuovo paradigma al quale è poi associato un nuovo periodo di *scienza normale*. Teoria associabile anche all'evoluzione tecnica: fin tanto che abbiamo strumenti tali da sopperire alle nostre necessità non vi sono nuove invenzioni; è in questa fase che si realizza l'innovazione (Merton, 1949), ovvero quando gli strumenti tradizionali non sopperiscono più alle nostre esigenze, quando i mezzi proposti non vengono più riconosciuti attinenti ai fini.

In questo quadro l'invenzione del telefonino si pone come la necessità di proporre un nuovo mezzo che ottimizzi un vecchio fine: entrare in contatto con persone distanti da noi. La radio non bastava, né la televisione, né tantomeno il telefono (strumento fisso in un luogo). Lo stesso cellulare è poi stato oggetto di evoluzioni che lo rendessero uno strumento utile anche per altri scopi: invio di brevi messaggi di testo (SMS), poi immagini (MMS), poi internet (WAP e GPRS), infine scambiare files, video e audio ad alta risoluzione (UMTS). Il dato importante, in tutti gli esempi, è che lo strumento sia mutato sempre e comunque in base alle necessità dell'utente, magari allontanandosi dalla sua funzione primaria (del cellulare oggi sembra essere dimenticata proprio la funzione relativa alle chiamate telefoniche).

Un altro esempio sono i sistemi di messaggistica web (IM): nati come semplici chat, hanno assunto tra gli utenti la funzione di “segnalatore di stato”, ovvero chi non è al computer può lasciare un messaggio nel suo profilo-IM per indicare cosa sta facendo. In ogni momento oltre al sapere se un utente è “disponibile” o “non al computer”, abbiamo indicazioni del tipo “sn in palestra”, “x urgenze chiamate al cell”, etc.

E sono proprio i giovani ad apparire, nel web e nella società, come motore del cambiamento, anticipandolo, esprimendolo, determinandolo. Sono loro che hanno diffuso gli SMS, sono loro che hanno personalizzato il proprio medium con particolari suonerie; sono sempre loro quelli che hanno iniziato ad adattare la Rete alle loro esigenze, alla ricerca e scambio di informazioni che nell'era digitale assumono la forma del *bit*. È grazie a loro che quella generazione di *digital immigrants* ha imparato ad usare la tecnologia, a conoscere Internet, a visitare siti internet e a fare acquisti online. Alla ricerca di una indipendenza da riconquistare, fatta di linguaggi, usi, consumi, costumi, norme e valori, che passa dunque attraverso la costruzione di una nuova cultura in nuovi spazi. E questi spazi sembrano non coincidere più con quelli urbani: i nuovi sono spazi virtuali, sono un forum, un blog, una piazza in Second Life o un campo di battaglia nei giochi online (cfr. De Notaris, 2007). Sono spazi nei quali ognuno può sentirsi proprietario del mezzo che usa nonché libero di andarsene in qualsiasi momento. I blog nascono come espressione del sé, del proprio essere e del proprio sentire, libero da qualsiasi controllo convenzionale. L'uso differente dei sistemi IM rispetto alla loro creazione è un altro aspetto di questa personalizzazione dei media: è divenuto il punto di contatto tra la vita reale e quella virtuale, tra l'essere e il non essere; il modo per avvisare i propri compagni virtuali che, in quel momento, siamo impegnati nella vita reale. L'apparenza è tra gli elementi principali alla base della creazione degli *alter ego* virtuali: si veste il proprio avatar con abiti che nella vita reale sarebbero, forse, troppo costosi per le proprie possibilità o per possedere – almeno

virtualmente - un look più congeniale con i propri desideri; si entra in contatto con *persone* che, così come l'etimologia del termine comporta, sono maschere e che, come tali, non rappresentano fedelmente coloro che la indossano. È l'estremizzazione dei ruoli goffmaniani (Goffman, 1961): nella vita quotidiana interpretiamo dei ruoli ma siamo sempre "uno"; attraverso i nuovi media ogni individuo potenzia la propria condizione pirandelliana di "uno, nessuno e centomila". Ognuno di noi può essere chiunque in ogni luogo: un giovane di 25 anni in un blog, un donna di 45 in una comunità di incontri, un elfo in un videogioco.

2.2 *Il corpo reale nel mondo virtuale*

Un ultimo elemento va inserito in questa riflessione: l'uso del corpo. Dagli esempi sin qui fatti appare che gli elementi in gioco siano mentali e culturali, non fisici, essendo quest'ultima una dimensione che si è destrutturata per essere trasmissibile attraverso la rete. Ciò che non si è riuscito a trasmettere in bit infatti è proprio il corpo e si è giunti a produrre gli avatar per sopperire a questa mancanza. La nostra interazione con l'altro, che sia una persona o un oggetto virtuale, avviene sempre attraverso il medium. Eppure nell'ultimo anno si è notato un nuovo interesse per la fisicità dell'individuo: la progettazione di ambienti tridimensionali risale ormai a una decina di anni fa ma la sua stessa navigazione era mediata da strumenti (guanti, occhiali, tastiere, mouse). La produzione nell'ultimo anno di schermi tattili propone a nostro avviso un'importante innovazione: da un lato vi è la presenza di strumenti che non hanno più tasti o manopole (si pensi all'iPhone che ha un solo pulsante); dall'altro la costruzione di ambienti grafici, le interfacce, che integrino in esse gli strumenti di controllo del medium stesso, proprio in riferimento alla sua incomprendibilità e *inusabilità* a schermo spento. L'investimento dei prossimi anni sembra concentrarsi proprio su questi due elementi, gli schermi e le interfacce. Per i primi, la ricerca sulle nanotecnologie porterà a produrre schermi malleabili e trasportabili in qualsiasi condizione, con il minimo ingombro; per le seconde si potranno studiare nuove produzioni grafiche in grado di comunicare immediatamente l'azione ad esse associate, indipendentemente dal contesto culturale e dal grado di alfabetizzazione nel quale l'individuo è posto. I computer pensano in bit, in 0 e 1, mentre gli uomini pensano in parole, concetti, immagini, suoni, associazioni. È evidente dunque che, affinché macchine e uomini interagiscano, sia necessario che le prime *rappresentino sé stesse* all'utente, in un linguaggio che questo possa capire. Lo sviluppo delle interfacce digitali assume come fine proprio quello di porsi tra il medium e il messaggio, tra la macchina e l'uomo. La spinta dell'ultimo decennio è stata quella di realizzare interfacce navigabili intuitivamente, che avessero la loro forza nella loro stessa assenza: la migliore interfaccia sarebbe dopotutto quella che non si *mostra*, che consenta all'individuo di effettuare azioni e interazioni senza dover riflettere sul processo stesso, senza dover effettuare particolari operazioni di traduzione tra le immagini-icone che il computer gli propone e le sue immagini mentali relative alle azioni che vuol compiere. Attraverso le interfacce - e l'esperienza - impariamo ad usare gli oggetti, conoscendoli e usandoli. Nulla di diverso dall'ambiente naturale: l'interfaccia è il nuovo ambiente dell'esperienza. In esso le azioni dell'individuo sono situate, relative al contesto nel quale si pone (*embodiment*). Non solo, lo stesso ambiente influisce necessariamente sui processi mentali e cognitivi del singolo, sui suoi *brainframes*.

3. Riflessioni conclusive

L'evoluzione tecnica è da sempre finalizzata alla risoluzione di determinate necessità dell'individuo, il quale forma la propria identità in due fasi principali, quella neonatale e quella adolescenziale (Berger, Luckmann, 1966). Il mutamento sociale ha però contribuito ad allungare questa formazione, ritardando il distacco dal nucleo familiare di origine e la creazione di uno nuovo. A causa del prolungamento degli studi, di un difficile accesso al mondo della lavoro e della conseguente difficoltà di raggiungere un'indipendenza economica, si è andata concretizzando la "famiglia lunga" (cfr. Scabini, Donati, 1988) nella quale i giovani ritardano l'età dell'assunzione di responsabilità, il raggiungimento della fase "adulta"; cambiamenti che hanno conseguenze sulla formazione delle identità sociali e che hanno condotto alla diffusione di uno stato di incertezza che essi sperimentano riguardo al loro futuro, condizionando l'autopercezione e il rapporto con la società che li circonda (cfr. Amaturò, 2007, 52). I giovani, forse proprio nella ricerca di nuovi punti di riferimento e di nuove forme di interazione con il mondo, si riversano nella Rete e nelle sue enormi potenzialità, provando a disegnare un potenziale futuro.

È in risposta alle proprie esigenze che hanno adattato i nuovi media, affinché questi potessero divenire anche uno strumento di *infotainment*, di spettacolo dell'informazione e del sapere. Dal computer di casa o attraverso i display dei propri cellulari, si scopre il mondo e le sue enormi eterogeneità. Si fa amicizia con persone mai viste prima e che magari non si vedranno mai; si allargano le proprie reti sociali e al tempo stesso le si rafforza, consci che queste potrebbero essere ulteriori occasioni nella ricerca di un'occupazione o dell' "anima gemella". I nuovi media sono più di una televisione o di una radio che diffondono informazioni collettive, omogenee per tutti, essi sono *personal media*. Oggi l'individuo abbandona lo stato di lettore passivo e diviene co-autore della propria conoscenza. La diffusione di servizi quali YouTube, MySpace etc. mostrano il cambiamento: esporre sé stessi agli altri, sentirsi utili (per divertire o anche solo per diffondere un'informazione) senza dipendere da nessuno.

Affinché tutto ciò avvenga, è necessario che il nuovo mezzo sia plasmabile e personalizzabile. L'interfaccia serve ad organizzare elementi differenti in un insieme coeso, si configura dunque come la chiave di usabilità di un oggetto, sia esso tradizionale quanto mediale. Così come lo scimpanzé di Kubrick, l'individuo digitale deve essere in grado di dedurre facilmente quali sono le azioni che quel determinato oggetto gli consente di compiere in base anche ai vincoli, semantici culturali o logici (Norman, 1988). Nell'era del *multitasking* risulta importante lo sviluppo di interfacce grafiche che consentano di sviluppare più operazioni contemporaneamente, senza sovrapporsi e senza confondersi, limitate dallo spazio visivo di uno schermo. Interfacce in grado di far sparire lo strumento artificiale di mediazione e riprendere possesso di quello naturale: il corpo.

È su tutti questi elementi dunque che notiamo come la rappresentazione del nostro corpo muti in relazione allo strumento che usiamo per esprimerci. Il medium digitale sembra andare ben oltre il "messaggio", divenendo il nostro principale strumento di relazione con il mondo, trasmettendo e prolungando non solo i nostri sensi ma anche il nostro essere.

Il medium è il Sé.

Bibliografia

- Amaturo E. (2007), "I giovani: problemi di definizione", in Savonardo L. (2007, 47-59).
- Berger P. L., Luckmann T. (1966), *The Social Construction of Reality*, Doubleday and Co., New York [tr. it. *La realtà come costruzione sociale*, il Mulino, Bologna, 1969].
- Buzzi C., Cavalli A., de Lillo A. (2007), (a cura di), *Rapporto giovani. Sesta indagine dell'Istituto IARD sulla condizione giovanile in Italia*, il Mulino, Bologna.
- Crespi F. (1998), *Manuale di sociologia della cultura*, il Mulino, Bologna.
- De Notaris D. et alii (2007), "Consumi culturali e new media", in Savonardo L. (2007, 141-168).
- Dourish, P. (2001), *Where the Action Is: The Foundations of Embodied Interaction*, MIT Press, Cambridge, Mass.
- Flichy P. (1991), *Une Histoire de la Communication Moderne. Espace public et vie privée*, La Découverte, Paris [tr. it. *Storia della comunicazione moderna. Sfera pubblica e dimensione privata*, Baskerville, Bologna, 1993].
- Gibson J.J. (1979), *The Ecological Approach to Visual Perception*, Erlbraum, Hillsdale, N.J. [tr. it. *Un approccio ecologico alla percezione visiva*, il Mulino, Bologna, 1999].
- Goffman E. (1961), *Encounters. Two Studies in the Sociology of Interaction*, Bobbs-Merrill, Indianapolis [tr. it. *Espressione e identità*, il Mulino, Bologna, 2003].
- Hughes, T.P. (1994), "Technological Momentum", in Smith M.R. e Leo M. (a cura di), *Does Technology Drive History? The Dilemma of Technological Determinism*, MIT Press, Cambridge, Mass., 101-114.
- Johnson S. (1997), *Interface Culture. How new technology transforms the way we create & communicate*, Basic Books, New York.
- Kuhn T. S. (1962), *The Structure of Scientific Revolutions*, 1st. ed., Univ. of Chicago Pr., Chicago [tr. it. *La struttura delle rivoluzioni scientifiche*, Einaudi, Torino, 1999].
- MacKenzie D. (1996), "How Do We Know the Properties of Artefacts? Applying the Sociology of Knowledge to Technology", in Fox R. (1996) *Technological Change: Methods and Themes in the History of Technology*, Amsterdam, Harwood.
- Manovich L.(2001), *The Language of New Media*, MIT Press, Cambridge Mass [tr. it. *Il linguaggio dei nuovi media*, Olivares, Milano, 2001].
- Merton R. K. (1949), *Social Theory and Social Structure*, Free Press, New York [tr. it. *Teoria e struttura sociale*, Il Mulino, Bologna, 1992].
- Norman D.A. (1988), *The Psychology of Everyday Things*, Basic Mooks, Inc., Publishers, New York [tr. it. *La caffettiera del masochista. Psicopatologia degli oggetti quotidiani*, Giunti, Firenze-Milano, 1990].
- Plessner H. (1928), *Die Stufen des Organischen und der Mensch, Gesammelte Schriften IV*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt a.M.
- Riva G. (2004), *Psicologia dei nuovi media*, il Mulino, Bologna.
- Savonardo L. (2007), (a cura di) *Figli dell'incertezza. I giovani a Napoli e provincia*, Carocci, Roma.
- Scabini E., Donati P. (1988), (a cura di) *La famiglia lunga del giovane adulto*, Vita e Pensiero, Milano.
- Shneiderman B. (2004), *Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction*, IV ed., Addison-Wesley, Boston, Mass.
- Williams R. (1981), *Culture*, HarperCollins, London [tr. it. *Sociologia della Cultura*, il Mulino, Bologna, 1983].

Breve nota biografica

<http://wpage.unina.it/dario.denotaris>

Dario De Notaris è dottorando di ricerca in Sociologia e Ricerca sociale presso l'Università degli Studi di Napoli Federico II. Si occupa di comunicazione, processi culturali e nuovi media. Dal 2004 svolge attività di ricerca nell'ambito dell'Osservatorio Territoriale Giovani di Napoli e provincia (www.giovani.unina.it). Dal 2006 collabora con gli insegnamenti di Teorie e tecniche dei nuovi media e di Tecniche di E-learning, presso la Facoltà di Sociologia; con l'insegnamento Sociologia dei processi culturali e comunicativi, presso la Facoltà di Medicina e Chirurgia. È attualmente impegnato nelle attività del Progetto E-learning della Federico II (www.federica.unina.it). Tra le sue pubblicazioni *Consumi culturali e new media* e *Le politiche giovanili del Comune e della Provincia di Napoli* in Savonardo, L. (2007) (a cura di) *Figli dell'incertezza. I giovani a Napoli e provincia*, Carocci, Roma.