

AUTORITRATTI ON-LINE

I nuovi narcisi si specchiano nella Rete

Da MySpace a Facebook, i siti per «procacciarsi amici» sono i luoghi privilegiati del moderno egocentrismo. Più che a socializzare servono a mettersi in mostra. E più che a coltivare affetti, a gonfiare l'esibizionismo

Christine Rosen*

Per secoli, ricchi e potenti hanno documentato la propria esistenza e il loro *status* mediante i ritratti, che possono essere considerati una sorta di «antropologia dipinta», secondo lo storico dell'arte Hans Belting. Particolarmente istruttivi sono gli autoritratti, in cui l'artista mostra sia come lui si vede veramente e sia come desidera essere visto; un autoritratto può quindi contemporaneamente evidenziare e oscura-

QUANTITÀ Qui l'amicizia si riduce a collezionare e «revisionare» la gente che si conosce

re, spiegare e distorcere, mostrare egoismo e modestia, autoincensamento e autoironia.

Oggi, gli autoritratti sono democratici e digitali, sono fatti di pixel e non di pittura. Nei siti di *social networking* come MySpace e Facebook, i nostri moderni autoritratti contengono musica, fotografie, riflessioni ed elenchi di hobby e amici. Sono interattivi, non chiedono solo di essere guardati, ma di reagire, sono creati per trovare amicizia, amore e quella ambigua cosa moderna che si chiama connessione. Come i pittori ritoccavano costantemente il loro lavoro, così questi autoritratti sono costantemente rivisti e modificati, anche se sono molto più effimeri di olio e tela. Ciò che emerge da queste gallerie virtuali è l'eterno desiderio umano per l'attenzione a sé.

Sebbene questi siti siano ancor nella loro fase iniziale, si sta già avvertendo il loro impatto culturale: nel linguaggio (si veda *to friend*, «amicare»), nella politica (per i candidati presidenziali è ormai di rigore la presenza su MySpace) e nelle università e college (dove non usare Facebook può essere un handicap sociale). Stiamo solo iniziando ad afferrare le pos-

sibili conseguenze del loro uso per l'amicizia e per i nostri concetti di privato, autenticità, comunità, identità. Come con ogni nuovo progresso tecnologico, dobbiamo riflettere su che tipo di comportamento sociale verrà incoraggiato dal *social networking* sul web.

Il responso dell'oracolo di Delfi era: conosci te stesso. Ora, nel mondo delle reti sociali on line, il consiglio dell'oracolo potrebbe essere: metti in mostra te stesso.

C'è un proverbio spagnolo che dice: «La vita senza un amico è una morte senza testimoni». Nel mondo del *social networking* on line questa affermazione potrebbe diventare: «La

vita senza centinaia di amici on line è una morte virtuale». In questi siti l'amicizia è la *raison d'être*. Ma «l'amicizia» in questi spazi virtuali è completamente diversa dall'amicizia del mondo reale. [...] L'amicizia su questi siti si concentra in gran parte sul collezionare, gestire e catalogare le persone che conosci. Per esempio, su MySpace tutto è progettato per incoraggiare gli utenti a mettere insieme più amici possibili, come se l'amicizia fosse filatelia. Se sei così fortunato da avere un solo amico su MySpace, nella tua pagina leggerai: «Hai un amico», insieme ad una fila di spazi vuoti assai tristi, al posto delle faccine dei tuoi conoscenti.

Questo promuove una frenetica caccia all'amico. La frase più diffusa su MySpace è «grazie per avermi aggiunto!», il riconoscimento che un utente fa ad un altro dopo essere stato aggiunto alla lista di amici. Ci sono anche servizi che agiscono come sensali del *social networking*: per una certa somma scrivono sulla tua pagina elettronica messaggi di una persona attramente che fa finta di essere tua «amica». Anche la struttura dei siti incoraggia la burocratizzazione dell'amicizia. Ognuno ha la sua terminologia, ma «gestire» è fra le parole più frequentemente usate. C'è

qualcosa di orwelliano nel linguaggio manageriale dei siti del *social networking*: «Cambia i miei migliori amici» o «Vedi tutti i miei amici» e, quando il nostro Stalin interiore ha bisogno di esprimersi con purghe virtuali, «Revisionare gli amici». Con pochi clic del mouse, si può far salire o retrocedere (o eliminare completamente) una relazione. A dire il vero, tutti fanno graduatorie dei propri amici, sebbene con modalità intuitive e non dichiarate. Un amico può essere un buon compagno per andare al cinema o a concerti; con un altro si può socializzare sul lavoro; un altro ancora può essere il tipo di persona per la quale molleresti tutto se avesse bisogno di aiuto. Ma i siti di *social networking* ci permettono di catalogare i nostri amici pubblicamente, e non solo possiamo rendere pubbliche le nostre preferenze sulle persone, ma possiamo anche curiosare tra i preferi-

ti di altre persone. Possiamo imparare tutto riguardo agli amici dei nostri amici, spesso senza neppure averli mai incontrati di persona.

Sarebbe ingenuo dire che la gente non è in grado di distinguere fra gli amici del *social network* e quelli in carne ed ossa. La parola «amico» nel *social networking* è usata in modo diluito e leggero: certamente chi ha centinaia di amici su My-

space o Facebook non è così confuso da credere che quelli siano veri amici. L'impulso di collezionare più amici possibili su MySpace esprime un bisogno diverso dal desiderio di compagnia, non meno profondo e pressante: il bisogno di *status*. Diversamente dai ritratti di un tempo, i siti di *social networking* permettono di creare uno *status*, non soltanto di celebrare il raggiungimento.

Ma la ricerca dello *status* ha sempre un compagno al suo fianco: l'ansietà. Diversamente da un ritratto che una volta finito viene in-

corniciato e appeso alla parete, il mantenimento dello *status* su MySpace o Facebook richiede un'attenzione costante. La costruzione di un profilo su questi siti acquista sovente i tratti di una campagna pubblicitaria accuratamente pianificata.

Un punto importante è capire cosa, alla fine, questa costante tensione al mantenimento di uno *status* virtuale significhi per la comunità e per l'amicizia. Negli anni Ottanta, in *Le abitudini del cuore*, il sociologo Robert Bellah e i suoi colleghi hanno documentato lo spostamento dalle compatte comunità tradizionali «a maglia stretta» alle comunità definite generalmente da «tempo libero e consumo». Forse oggi siamo già andati oltre i gruppi caratterizzati dallo stile di vita e siamo entrati in un mondo di «nicchie di personalità» o «nicchie di identità», discreti luoghi virtuali nei quali possiamo essere persone diverse (e talvolta contraddittorie) con gruppi di amici con le stesse tendenze, ma sempre diversi e mutevoli.

Sotto un certo aspetto, però, dovremmo forse elogiare i siti di *social networking* per aver facilitato l'amicizia, come la posta elettronica ha facilitato la corrispondenza fra le persone. Nel XIX secolo, Emerson osservò che «l'amicizia richiede più tempo di quanto i poveri indaffarati uomini possano solitamente disporre». La tecnologia ci ha dato la libertà di entrare nella rete dei nostri amici quando ci pare e piace: è un modo di «mantenere un'amicizia senza dovere fare nessuno sforzo», ha detto un neo-laureato di Harvard al *The New Yorker*. Questa facilità rende possibile rimanere in contatto con un più ampio cerchio di conoscenze anche al di fuori di Internet. Amici non più sentiti da anni, vecchi compagni di scuola, persone di cui hai perso i contatti, possono ora facilmente riconnettersi con te.

Ma di che tipo di connessioni si parla? Nel suo eccezionale libro *Friendship: An Exposé*, Joseph Ep-

stein elogia il telefono e l'email come tecnologie che hanno notevolmente facilitato l'amicizia. Scrive: «Proust una volta ha detto che non

apprezzava molto l'analogia che vede il libro simile ad un amico. Pensava che il libro fosse meglio di un amico, perché puoi chiuderlo (ed esserne esclusi) quando vuoi, mentre non puoi fare lo stesso con un amico. Con le email e gli identificatori di chiamata - dice Epstein - puoi fare allo stesso modo». Ma i siti del *social networking* (che secondo Epstein «parlano alla più grande solitudine del mondo») scoraggiano «l'essere messi alla porta» dalla gente. Al contrario, incoraggiano gli utenti a controllare la posta elettronica fre-

quentemente, a «stuzzicare» gli amici e a lasciare commenti on line. Incoraggiano un'interazione quantitativa più che qualitativa. Ulteriori considerazioni si possono aggiungere circa le implicazioni del *social networking* sulle tendenze al narcisismo e all'esibizionismo. Dato il tempo che già dedichiamo a divertirci con la tecnologia, chiediamoci almeno se il tempo che passiamo nei siti di *social networking* è speso bene.

Investire così tante energie per presentarci nel modo migliore on line, non ci farà perdere opportunità per renderci realmente migliori? Rispetto all'incontro di persona, il contatto virtuale sembrerebbe ormai preferito. Oggi, molte delle interazioni culturali, sociali e politiche avvengono eminen-

temente attraverso convenienti surrogati tecnologici.

Perché andare in banca, se si può usare lo sportello bancomat? Perché cercare negli scaffali di una libreria, se Amazon seleziona

QUALITÀ La vera intimità richiede il rischio (che manca al virtuale) della disapprovazione

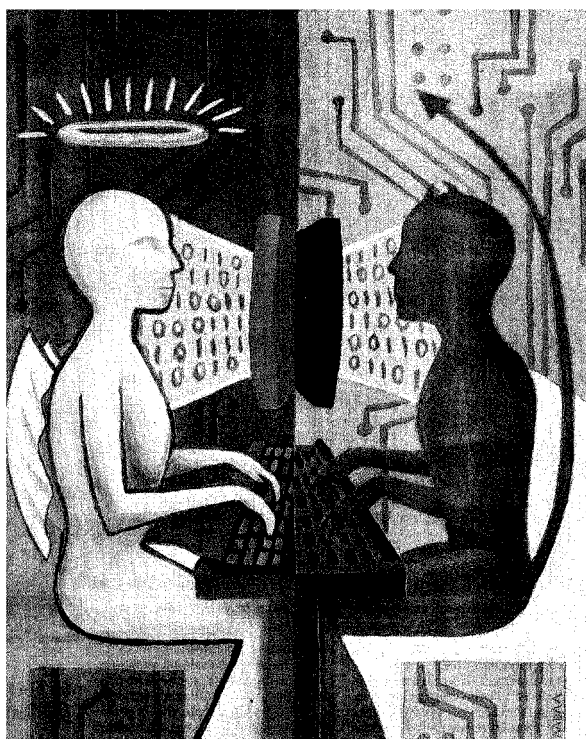
i libri per te? Allo stesso modo i siti del *social networking* sono molto spesso convenienti surrogati di amicizie e comunità reali. Questi *network* virtuali espandono fortemente le nostre opportunità di incontrare altri, ma potrebbero di-

minuire la capacità di instaurare rapporti reali. Come ha ammesso una giovane lettrice su *Times*: «Lo scambio costantemente contatti umani reali per più affidabili smiles su Myspace, winks su Match.com e pokes su Facebook». Che lei trovi queste relazioni on line più affidabili ci dice di un desiderio di evitare la vulnerabilità e l'incertezza che comporta la vera amicizia. La vera intimità richiede un rischio, il rischio della disapprovazione, del malessere, del sentirsi giudicati. I siti del *social networking* possono sicuramente rendere i rapporti più affidabili, ma resta da vedere se questi rapporti sono anche soddisfacenti dal punto di vista umano.

** Centro di Etica e politica pubblica, Washington DC*

L'AUTRICE

Christine Rosen, l'autrice di questo articolo, è ricercatrice per il Progetto di Biotecnologia e democrazia americana, giornalista di «The New Atlantis» e autrice di diversi saggi sull'impatto sociale della tecnologia



«Atlantide», dove la riflessione emerge dal mare magnum delle opinioni

Il testo di Christine Rosen che pubblichiamo in questa pagina è uno degli interventi contenuti nel nuovo numero della rivista «Atlantide», il quadrimestrale della Fondazione per la Sussidiarietà diretto da Giorgio Vittadini in uscita subito dopo Natale. Questo numero, il terzo del 2008, ha come titolo «Al cuore delle reti». «Paradossalmente si potrebbe argomentare che, quanto più si è andata affermando la globalizzazione, tanto più è cresciuto il bisogno di non "perdere" la propria identità e individualità e quindi il bisogno di "legarsi" a qualcuno e a

qualcosa, stringendo relazioni in diverse forme e in diversi campi». Questa frase di Lanfranco Senn definisce i parametri costitutivi del concetto di rete. Le reti sono il più delle volte collegate a qualcosa di fisico, come le infrastrutture, e anche quando si parla di reti virtuali, questa definizione viene implicitamente considerata un'analogia della precedente. Può quindi sembrare estraneo l'uso di termini quali «identità» e «legami», come ancor di più quello di appartenenza, essendo più usuali le parole «nodi» e «filii». Eppure, la consistenza di

una rete è proprio data da identità (nodi) che si mettono in relazione stabile, quindi si legano tra di loro (filii), generando un'appartenenza alla rete che così si costituisce. Il passo successivo è rendersi conto, che le reti non sono un fine, ma uno strumento per raggiungere gli obiettivi dei soggetti che tali reti costruiscono, gestiscono e utilizzano. Sono proprio i soggetti delle reti che costituiscono il filo conduttore di questo numero di «Atlantide». E la persona nella sua totalità costituisce il vero «cuore delle reti».

LA RIVISTA

