

UNIVERSITÀ DEL PIEMONTE ORIENTALE

DIPARTIMENTO DI STUDI UMANISTICI

CORSO DI LAUREA IN FILOSOFIA, POLITICA E STUDI
CULTURALI

TESI DI LAUREA MAGISTRALE

**SFERA PUBBLICA DIGITALE: UNA SFIDA PER I GOVERNI
DEMOCRATICI**

Relatore:

Prof. Enrico Biale



Firmato digitalmente da Enrico Biale
Data: 24.03.2026 15:44:44 CET
Organizzazione: UNIVERSITA' DEGLI
STUDI DEL PIEMONTE
ORIENTALE/01943490027

Correlatore

Prof. Luca Moretti



Firmato digitalmente da Luca Moretti
Data: 25.03.2026 10:07:11 CET
Organizzazione: UNIVERSITA' DEGLI
STUDI DEL PIEMONTE
ORIENTALE/01943490027

Candidato:
Lorenzo Valbonesi

ANNO ACCADEMICO 2024/2025

Indice

Introduzione		1
Sezione 1	Democrazia e informazione	2
Capitolo 1	Fondamenti democratici	2
1.1	“L’inevitabilità” della democrazia	2
1.2	L’importanza del discorso libero	3
Capitolo 2	La sfera pubblica	6
2.1	Cos’è la sfera pubblica	6
2.2	Concetti di opinione pubblica	10
2.3	Ieri, oggi e domani	12
Capitolo 3	Il vecchio mondo dell’informazione	16
3.1	Prima di Internet	16
3.2	I mezzi di comunicazione classici	26
3.3	La sociologia dell’informazione	31
Capitolo 4	Il nuovo mondo dell’informazione	34
4.1	La nascita di Internet	35
4.2	Nuove piattaforme di discussione	39
Sezione 2	La nuova sfera pubblica	43
Capitolo 5	Cyberdemocrazia	43
5.1	Tecnologia liberativa o oppressiva?	43
5.2	I nuovi mezzi di comunicazione	47
Capitolo 6	I rischi	51

6.1	Informazioni affidabili e divulgatori certificati	51
6.2	Anti-intellettualismo	55
6.3	Confusione nel dibattito pubblico	57
Capitolo 7	Le conseguenze	60
7.1	Clip Farming	61
7.2	La politica come intrattenimento	64
7.3	La fine della razionalità	67
7.4	Il panorama contemporaneo	70
Sezione 3	Democrazia in pericolo	72
Capitolo 8	Il panorama individuale	72
8.1	I problemi dell'oggi	72
8.2	Un mondo difficile da navigare	74
Capitolo 9	La sfera pubblica polarizzata	76
9.1	I problemi degli algoritmi	76
9.2	Internet polarizzato	78
9.3	Strumentalizzazione del dibattito online	80
Capitolo 10	Gli orizzonti individuali	82
10.1	Informarsi	82
10.2	Capire	84
10.3	Agire	85
Bibliografia		87
Sitografia		95

Introduzione

La fine della Seconda Guerra Mondiale ha segnato l'inizio di un'era di egemonia democratica senza precedenti: in ottant'anni realizzate democrazie sono nate in ogni parte del mondo, con gli epicentri di questo sviluppo in Europa e negli Stati Uniti. Questo incredibile periodo è stato caratterizzato da diverse ondate che hanno esteso i principi democratici a grandi fette del mondo. Questo è un processo in continuo sviluppo, caratterizzato da momenti di estensione e contrazione, con stati che diventano più democratici, arretrano in pose autoritarie per poi ricominciare il processo di democratizzazione¹. Oggi varie statistiche suggeriscono che il mondo sia più democratico che mai, anche se gli sviluppi degli ultimi due anni potrebbero aver intaccato questo primato. Dove, invece, i dati mostrano in maniera decisa la contrazione sopracitata, essa si limita a riduzioni tali da rendere il livello mondiale al pari degli anni novanta, un periodo dove la democrazia era trionfante². Detto questo fenomeni come il populismo, il rafforzamenti degli stati autoritari e tentativi di minare i principi e le istituzioni democratiche sono evidenti, potenzialmente preannunciando un periodo di debolezza per le democrazie in giro per il mondo. Da questi rischi si possono trarre importanti informazioni per capire come questa situazione sia emersa, in maniera da creare democrazie più forti in futuro.

In questo processo di analisi delle debolezze delle democrazie contemporanee io intendo concentrarmi su di un fenomeno in particolare, tipico del nuovo millennio: la diffusione di Internet come mezzo di comunicazione nella popolazione generale. Questa nuova tecnologia comunicativa ha posto, a mio avviso, grandi problematiche al corretto funzionamento delle democrazie di tutto il mondo, ponendo sfide per cui le istituzioni non erano preparate, creando un clima di grave confusione e pericolosa polarizzazione all'interno del dibattito pubblico.

¹ Dahl, R. 1989. *Polyarchy: Participation and Opposition*. New Haven, CT: Yale University Press.

² Hashmi R. S. (2018). Modern Democracy: Issues in Theory and Practice. *Journal of Political Studies*, 25(01), 17-32. <https://jps.pu.edu.pk/6/article/view/406>

Sezione 1: Democrazia e Informazione

“Democracy dies in darkness” venne adottato nel 2017 come motto del Washington Post, questa citazione fu attribuita dal giornale stesso a Bob Woodward³. In queste parole è racchiuso un pilastro fondamentale dei sistemi democratici moderni: la democrazia funziona solamente quando quest’ultima è supportata da conoscenza e informazioni.

Il problema dell’ignoranza nell’elettorato democratico è stato, e tuttora è, trattato da molti nel campo della filosofia politica. La democrazia come forma di governo pone delle mani del popolo il potere di risoluzione delle problematiche sociali, facendo ciò l’aspettativa è che i votanti siano non solo informati adeguatamente, ma possiedano capacità di rielaborazione delle informazioni date e siano abili, almeno in una certa misura, a discutere internamente per far nascere del consenso informato e fondato su buoni argomenti logici.

Tenendo a mente questi bisogni diventa chiaro che il popolo necessita di informazioni e di istruzione, ma con il panorama delle scienze ITC sempre in innovazione diventa complesso capire quali strumenti utilizzare e come meglio sfruttarli per tale divulgazione, istruzione e dialogo.

Tenendo a mente queste considerazioni, in questa prima sezione intendo spiegare il rapporto tra informazione, dibattito pubblico e democrazia e come i nuovi strumenti di comunicazione abbiano radicalmente modificato queste dinamiche.

Capitolo 1: Fondamenti democratici

Come primo passo nell’analisi del rapporto tra comunicazione e democrazia è necessario raccontare la storia di come questa forma di governo abbia preso piede nel mondo contemporaneo, sottolineando come la parola libera, in particolare la comunicazione libera e informata tra privati, sia stata centrale nello sviluppo di compiuti sistemi democratici.

1.1 “L’inevitabilità” della democrazia

Con la fine della seconda guerra mondiale iniziò un percorso che portò al “trionfo” delle democrazie sul palco internazionale, in questo periodo gli Stati Uniti tentarono di riportare ordine in un mondo devastato dal conflitto bellico, ricercando la maniera migliore di garantire una pace duratura e che gli elementi fondamentali al corretto funzionamento della democrazia fossero diffusi in tutto il mondo. La fine della guerra fredda marchiò un altro importante momento dei conflitti ideologici del ventesimo secolo, con la caduta dell’Unione Sovietica sembrava che il sistema democratico avesse finalmente trionfato dopo gli orrori delle guerre mondiali e il terrore della guerra fredda. L’ordine mondiale democratico

³ Un giornalista investigativo di professione, Woodward utilizzò per la prima volta la frase nel 2007 criticando la segretezza del governo americano. La utilizzò nel 2015 parlando del suo libro riguardante lo scandalo Watergate. Il giornalista attribuisce l’origine del motto al giudice Damon Keith, durante un processo riguardante il primo emendamento

sembrava aver concluso la sua ultima battaglia. Clinton utilizzò le seguenti parole per immortalare questo colossale momento:

“Il mondo non è più diviso in due campi ostili. Ora, invece, stiamo costruendo legami con nazioni che un tempo erano nostre avversarie. I crescenti legami commerciali e culturali ci offrono l'opportunità di risollevare le sorti e lo spirito delle persone in tutto il mondo. E per la prima volta nella storia, su questo pianeta vivono più persone in democrazie che in dittature.”⁴

Il sentimento non era solamente della Casa Bianca; una miriade di pensatori in ambedue i momenti storici abbracciarono un ottimismo riguardante il futuro, una visione di un mondo connesso e pacifico in cui i principi liberali fossero le linee guida di convivenza sovrana tra le nazioni e in cui la democrazia fosse trionfante e assoluta. Tutto ciò non era così lontano alla fine della Guerra Fredda, le super potenze rimaste erano allineate nel connubio tra dottrina capitalistica e politica democratica, ponendo tutti i poli di potere del mondo post USSR nella famiglia del liberalismo. Questo fu l'ultimo passo in un lungo percorso di consolidamento di potere da parte degli Stati Uniti, il cui l'obiettivo era di creare e mantenere un blocco unitario ideologico con cui, in un primo momento, ricostruire il mondo post-guerra e in seguito sconfiggere i sovietici. Gli Stati Uniti usarono negli anni successivi alla guerra la loro incontestata posizione di potere in occidente per instaurare un nuovo ordine mondiale, attingendo a una varietà di idee politiche e logiche organizzative. Crearono un processo di costruzione egemonica marchiato da spinte in varie direzioni, non sempre in armonia tra loro, che presero forme a volte violente (guerra in Corea e Vietnam) e altre volte pacifiche (cooperazione internazionale facilitata da istituzioni a doc). Tutto ciò fu giustificato dalla necessità di una vittoria democratica su ogni altro sistema ideologico, rendendo ogni mezzo valido per il mantenimento dell'egemonia capital-democratica. Da questo processo in continua evoluzione emerse l'internazionalismo liberale, che in seguito prese forma in un ordine gerarchico costruito attorno a istituzioni democratiche non rappresentative. La caratteristica principale era una posizione centrale degli Stati Uniti sul palco internazionale, ma mai di pieno controllo, ponendo gli USA come *primus inter pares*, creando una comunità in cui solidarietà e uguaglianza sovrana erano garantiti; tali elementi erano presi dal nucleo centrale degli stati liberal democratici, in maniera che l'ambiente fosse adeguato per incoraggiare convivenza e cooperazione internazionale. Da questo contesto nacque una graduale unificazione dell'occidente democratico attraverso aperta cooperazione in uno svariato numeri di campi: la riduzione di regolazioni riguardanti il commercio internazionale, istituzioni rappresentative di discussione tra nazioni, istituzioni tecniche internazionali dedicate alla gestione del mondo in crescente globalizzazione e alleanze militari difensive. Ogni elemento era un investimento verso il futuro per creare un mondo più pacifico grazie all'interdipendenza generata da una fitta rete di collaborazione, incentivando non solo a far trionfare il sistema liberale ma a mantenerlo e espanderlo.

⁴ Washington, D.C., U.S. G.P.O., (1989), “The Avalon Project : Second inaugural address of William J. Clinton.”, https://avalon.law.yale.edu/20th_century/clinton2.asp

In questo clima di crescente cooperazione internazionale e di speranza verso il futuro, nasce il credo della inevitabilità democratica. Vista la vittoria delle istituzioni liberali sulle sfide del novecento e un mondo in cui la qualità di vita era in netto rialzo, non si riteneva plausibile un regresso ideologico. La marcia verso il futuro iniziata nell'ottocento, di cui fascismo e comunismo costituirono gli ultimi ostacoli da superare, stava per giungere a conclusione e con essa sarebbe arrivata la fine della storia per l'occidente sviluppato⁵ e, a tempo debito, per tutto il mondo. Nei fatti con il nascente ventunesimo secolo, una miriade di sfide si sono presentate per le democrazie occidentali; il contesto in cui la dottrina della fine della storia nacque scomparve, e l'inevitabile democratizzazione in cui gli studiosi di fine novecento credevano si dimostrò un fallimento.

L'ordine globale sta venendo più che mai sfidato da una serie di attori politici che minano i principi di cooperazione, e nelle singole nazioni i sentimenti anti-internazionalisti e anti-liberali sono aumentati in maniera preoccupante. Le motivazioni principali giacciono nella globalizzazione, nei nuovi paradigmi distributivi creati dalla trasformazione post-industriale e nel rapido sviluppo tecnologico degli ultimi trent'anni. Il panorama economico risultante si è espanso in direzioni diverse, alimentato da nuovi metodi di produzione, promuovendo disuguaglianza sociale, l'aumento del precariato e un divario tra produzione effettiva e salario pagato, nato da un drastico aumento della produttività possibile da singoli soggetti grazie allo sviluppo tecnologico⁶.

In questi tempi in cui nuovamente l'egemonia democratica è sotto attacco da innumerevoli angoli, una miriade di cause concorrono all'avvelenamento del corretto funzionamento istituzionale. In questa tesi intendo discutere uno di questi problemi: il dibattito pubblico. Tratterò di come l'evoluzione tecnologica nel campo delle telecomunicazioni, in particolare le piattaforme di dibattito online, trasformino la maniera in cui il pubblico all'interno delle democrazie occidentali discuta. Questo genera fenomeni preoccupanti che minano il corretto funzionamento della sfera pubblica e della convivenza civica; ciò mette a rischio l'integrità delle istituzioni democratiche evidenziando criticità con cui non ci saremmo mai dovuti confrontare all'interno dell'ambito tradizionale della comunicazione pubblica.

1.2 L'importanza del libero discorso

La tradizione politico-filosofica ha sempre identificato nella parola libera la pietra miliare di ogni buon governo, attraverso essa i soprusi di potere possono essere denunciati, i cittadini riuniti, soluzioni trovate e conoscenza espansa, ogni buon sistema democratico deve alla libertà di parola il suo corretto funzionamento.

La libertà di espressione è il prerequisito per il dibattito pubblico, fondamentale poiché lo stesso concetto di democrazia è definito come l'autogoverno del popolo, attuabile solo attraverso il confronto tra individui e non potrà mai essere funzionante se chi detiene il potere

⁵ Fukuyama, F. (1989). "The End of History? The National Interest", *I6*, p. 4.
<http://www.jstor.org/stable/24027184>

⁶ Zürn, M. (2022). How Non-Majoritarian Institutions Make Silent Majorities Vocal: A Political Explanation of Authoritarian Populism. *Perspectives on Politics*, 20(3), 788–807. doi:10.1017/S1537592721001043

può manipolare l'elettorato soffocando le critiche e il confronto. Secondariamente il libero dibattito permette la circolazione di informazioni e idee facilitando la formazione di un pubblico informato, il che alza a sua volta la qualità dei dibattiti interni, formando un circolo virtuoso che si auto rinforza, inoltre la libertà di parola agisce come garante di un corretto uso del potere e come promotore di cambiamento, incoraggiando nella cittadinanza la promozione di nuove soluzioni e idee. In questo senso attraverso i processi discorsivi tra privati si garantisce adattabilità alle società che promuovono la libertà di parola, risultando in una cittadinanza più stabile e in istituzioni meglio funzionanti. Proprio nell'ottica di questi benefici la libertà di parola viene presa in considerazione come uno degli indicatori principali per valutare il buon funzionamento di un governo⁷, venendo utilizzata per misurare quanto i cittadini di un paese sono in grado di partecipare alle scelte del proprio governo. Tutto questo dimostra come i sistemi politici democratici abbiano un interesse a promuovere la libertà di parola nella propria cittadinanza, vista la sua efficacia come strumento di perfezionamento burocratico e stabilizzante sociale. L'interesse non è solo istituzionale, i cittadini hanno anch'essi un guadagno da una società immersa nel diritto di parola, principalmente sia come interlocutori capaci di esprimere la propria opinione, sia come pubblico ricevente informazioni⁸.

Nel primo caso l'interesse personale alla parola libera riguarda la possibilità di ogni cittadino di far sentire le proprie considerazioni e critiche riguardanti la propria situazione e lo stato degli affari pubblici, in maniera da poter portare maltrattamenti o ingiustizie all'attenzione di un vasto pubblico di ascoltatori. Oltre a ciò gli oratori hanno generalmente un collegamento personale molto stretto con le loro affermazioni, anche all'infuori degli orizzonti della politica stretta, mettendo in luce come ci sia un collegamento con i diritti all'autorealizzazione e allo sviluppo personale. Questo mostra come nel diritto di parola si intersecano una serie di altre libertà essenziali, rendendo evidente come una società in cui la libertà di parola o il dibattito efficace sono promossi sia un luogo di abitazione più desiderabile rispetto a una in cui tali garanzie sono assenti, e come questo desiderio sia in linea con i principi fondamentali democratici.

Nel secondo caso il desiderio pubblico alla parola libera si manifesta in particolare nel libero circolo di informazioni e idee. Il pubblico ha un interesse nella parola libera perché attraverso di essa ai singoli giungono le informazioni necessarie a applicare il loro interesse personale, incoraggiando la discussione in materie sentite riguardanti il miglioramento della società. Quindi come gruppo il loro interesse diviene la formulazione di migliori critiche e prendere parti a dibattiti di più alta qualità, grazie a un circolo di informazioni che alimenta adeguatamente l'opera di discussione della cittadinanza. Proprio per questo le limitazioni alla libera parola violano l'interesse del pubblico ad avere a disposizione materiale sufficiente per fare scelte consapevoli e partecipare pienamente al processo democratico.

⁷ UNESCO. (2007). "A Decade of measuring the quality of governance: governance matters 2007, worldwide governance indicators, 1996-2007", ETICO. World Bank. p. 2
<https://etico.iiep.unesco.org/en/decade-measuring-quality-governance-governance-matters-2007-worldwide-governance-indicators-1996>

⁸ Barendt E. (2007) "Freedom of Speech", 2nd edn Oxford, Oxford Academic, pp. 23-26

L'ultima manifestazione della parola libera che intendo illustrare in questo paragrafo, per molti versi la più rilevante e la più protetta, è il discorso politico, definito come la discussione faccia a faccia tra un oratore e il suo pubblico in cui viene affrontata una questione problematica sentita dal pubblico partecipante. Lo scopo di tale discorso è far sì che l'oratore possa esporre le sue ragioni agli altri soggetti coinvolti in maniera tale da convincerli o perlomeno far sentire le sue ragioni in maniera che siano prese in considerazione nella ricerca della soluzione⁹. Il ruolo preferenziale del discorso politico non implica una inferiore validità delle altre forme di parola libera, ma a seconda dei contesti nazionali specifici un diverso peso può essere attribuito a diverse applicazioni della libertà di parola, variando il grado di tutela e quanto quest'ultima sia incoraggiata a seconda di alcune circostanze e contenuti delle affermazioni analizzate. Questa posizione differenziata tra le manifestazioni della parola libera esiste per evitare le difficoltà di una posizione assolutista, che impedirebbe la limitazione di qualsiasi espressione di libertà di parola, che in casi come il discorso d'odio è invece desiderabile. D'altro canto le estensive tutele sul discorso politico esistono poiché attraverso di lui passano tutti i benefici sopra elencati, rendendolo la forma preferenziale da promuovere per ogni istituzione e quindi superiore a considerazioni fatte su altre forme simili. La libertà di parola, specialmente come discorso politico, descritta in precedenza in questo paragrafo prende forma come forza sociale in un luogo chiamato sfera pubblica, in cui il confronto tra privati diventa processo attivo per la formazione di nuove idee e iniziative sentite dalla cittadinanza.

Capitolo 2: La sfera pubblica

Con l'importanza del discorso libero chiarita, è evidente che da questi processi emerga, come detto in precedenza, la sfera pubblica. Nel seguente capitolo cercherò di illustrare adeguatamente cosa sia la sfera pubblica, come sia stata trattata nell'ambito tradizionale della comunicazione e quali sfide la affliggono ora che la metodologia del dibattito pubblico si è spostata da ambienti materiali a luoghi digitali.

2.1 Cos'è la sfera pubblica

Inizialmente definita da Jurgen Habermas, la sfera pubblica diventa un concetto fondamentale per comprendere il panorama democratico contemporaneo. Con il termine si definisce l'unione di soggetti privati che discutono liberamente di problematiche legate alla vita sociale come pubblico indipendente, competente e informato, così che, ognuno di questi, possa affermare le sue opinioni riguardo problematiche di interesse generale. Tale opera di confronto permette la creazione di una rete di rapporti sociali sotto forma di un network che connette tra loro i membri, dando una dimensione sociale, oltre che politica, alla sfera pubblica. In quest'opera di discussione essi operano in una maniera superiore a soggetti privati dediti a discussioni di ordine professionale o informale, ma in tale operato non sono soggetti a vincoli legali legati alla tradizionale burocrazia della politica locale. I cittadini

⁹ Dedaić, M. (2006). "Political speeches and persuasive argumentation". p. 700.
<https://doi.org/10.1016/b0-08-044854-2/00721-5>

quindi deliberano in una maniera simile ad un ente pubblico, risultando però più liberi e plurali perché slegati dai tradizionali limiti delle istituzioni. Questo modo illimitato di comunicazione e deliberazione è permesso e garantito dalle libertà di riunione e di associazione e la libertà di esprimere e pubblicare le proprie opinioni, su questioni di interesse generale.

Con queste caratteristiche la sfera pubblica si posiziona in una nicchia intermedia tra il discutere privato e il deliberare istituzionale¹⁰, facendo da mediatrice tra pubblico e politica, divenendo luogo dove nasce l'opinione pubblica, intesa come risultato delle operazioni di critica e analisi avvenute attraverso il processo di libera discussione, esercitata dai singoli cittadini come assemblea informalmente (nella vita quotidiana) o formalmente (nei periodi elettorali) verso il proprio stato.

La sfera pubblica quindi si incastona tra la cittadinanza e le istituzioni e diviene luogo di dibattito, critica del governo e formazione di nuove proposte sentite dai cittadini che ne prendono parte. al fine di un corretto funzionamento però la sfera pubblica necessita di una serie di condizioni che ne permettono la nascita ed il funzionamento:

a. Libertà civiche protette

Attraverso le libertà civiche come quelle di espressione, opinione e assemblea ai privati è garantito un grado di protezione e parità tra loro, assicurando l'esistenza di equità tra i soggetti partecipanti alla vita politica, creando un ambiente che incoraggia il confronto tra i cittadini. Con questa prospettiva il successo delle libertà civiche come promotrici di dibattito è diversa dalla loro funzione di garanti di parità di potere nei teatri decisionali, poiché nelle circostanze specifiche della sfera pubblica l'obiettivo finale non è l'ottenimento di una soluzione definitiva, ma la promozione di confronto tra vari soggetti. Il fine ultimo delle libertà civiche diviene far sì che la percezione dei singoli partecipanti rispetto il loro atto comunicativo sia positiva, quindi che stia avendo un effetto sul pubblico ascoltante e che quest'ultimo rispetti l'interlocutore. Da ricordare, in questo contesto, che Habermas parla delle circostanze ideali della sfera pubblica, in cui questi soggetti che discutono lo fanno non per promuovere i propri interessi personali, ma per migliorare la condizione generale, quindi siano anche dediti al compromesso reciproco per questo fine.

b. Un sistema di informazione mediatica libero e plurale

Il pubblico necessita di un numero di outlet notiziari che mantengano a cuore i privati e i loro interessi. Tutti mezzi di divulgazione tradizionali rientrano in questo punto, accompagnati da una serie di nuove piattaforme di scambio di informazioni: istruzione, giornali, programmi televisivi, siti internet etc... . La necessità è che questi ultimi siano protetti da interferenze di qualsivoglia tipo da poteri istituzionali o privati, poiché solo informazione senza bias permette uno sviluppo efficace del dibattito pubblico.

¹⁰ Habermas J.; Lennox S.; Lennox F. (1964) 'The Public Sphere: An Encyclopedia Article' New German Critique, No. 3., p. 49.

Come espresso nel “Credo del giornalista” ¹¹ :

“Credo che la soppressione delle notizie, per qualsiasi considerazione che non sia il benessere della società, sia indifendibile.

Credo che nessuno dovrebbe scrivere come giornalista ciò che non direbbe come gentiluomo; che la corruzione con il proprio portafoglio sia da evitare tanto quanto quella con il portafoglio di un altro; che la responsabilità individuale non possa essere elusa appellandosi alle istruzioni o ai dividendi altrui.”

In queste righe è rappresentato il ruolo tradizionale occupato dai media, quello di una guardia incorruttibile dedita al fornire gli strumenti adeguati al pubblico, agendo come contrappeso al potere istituzionale. In verità il tempo ha cambiato molto del contesto in cui questa definizione fu concepita, aggiungendo una serie di nuovi pericoli per l'integrità morale dei media tradizionali ¹² e offrendo una serie di nuovi outlet dalle caratteristiche completamente diverse.

c. Mezzi di accesso alle informazioni pubbliche

I soggetti privati devono poter attingere a un'ampia gamma di informazioni legate alla politica. A questo fine le istituzioni dovrebbero coltivare una cultura di trasparenza e facilitare in ogni maniera possibile la divulgazione di informazioni riguardo il proprio operato. Proprio per rispondere a questa necessità di trasparenza da parte delle istituzioni abbiamo osservato un cambiamento all'interno delle democrazie, sotto forma di una crescita delle leggi d'accesso. Questa estensione del diritto di accesso alle informazioni istituzionali si muove su tre linee distinte: un aumento del numero di istituzioni soggette a un diritto di accesso, la diminuzione dei casi in cui gli enti sono sotto obbligo di una legge sull'accesso sono giustificati a trattenere informazioni e, infine, la creazione di piattaforme ad hoc per la condivisione e consultazione di queste informazioni.

d. Una società civile dedita alla partecipazione

Alla base della sfera pubblica c'è una popolazione educata e competente, in cui prevale una cultura che incoraggia il dibattito e lo sviluppo personale, ponendo come principio fondamentale il compromesso.

La partecipazione democratica è una problematica molto complessa, in cui concorrono una miriade di fattori, da un lato più ampia è la pool di votati meno ogni singolo partecipante avrà potere e meno sarà interessato a utilizzarlo, dall'altro la restrizione del demos dona più influenza ad ogni singolo soggetto, ma va contro al principio fondamentale di liberale che

¹¹ Creato da Walter Williams nel 1914, in maniera da incapsulare i valori fondamentali della disciplina giornalistica. Una placca su cui è inciso il credo è appesa al National Press Club, presso Washington D.C.

¹² James C. ‘Rethinking Media and Democracy’ preso da “The Political Communication Reader” (Negrine R., Stanyer J. 2007) p. 28

incoraggia la partecipazione dei cittadini nella loro totalità alla vita politica nazionale¹³. Oltre a questo problema ad oggi le persone all'interno delle democrazie occidentali hanno sviluppato un'avversione verso le loro istituzioni¹⁴, spesso percependo il loro operato come incompetente, creando una certa apatia o addirittura revulsione per la partecipazione politica. Nella sezione 3 approfondiremo con più precisione questa problematica, vedendo anche come potrebbe essere trasformata in una opportunità.

e. Luoghi di incontro e discussione

La sfera pubblica necessita di posti dove i soggetti privati possano aggregarsi e discutere. Queste località dovrebbero essere facilmente accessibili a tutti gli interessati, evitando barriere all'entrata non giustificabili oppure un posizionamento geografico che svantaggi gruppi di persone in una maniera mirata per escludere. Questi “luoghi di incontro” possono anche non essere fisici, prendendo la forma di forum online, trasmissioni televisive, piattaforme social media e molte altre, ognuna delle quali presenta una serie di occasioni e sfide uniche per la costituzione della sfera pubblica. Al fine di una migliore comprensione della varianza tra questi luoghi e come i soggetti interagiscono in essi è utile comprendere la teoria di costruzione degli spazi proposta da Henri Lefebvre¹⁵ che sarà ripresa in più dettaglio nei due capitoli successivi, proprio ai fini di mostrare le differenze tra i vari luoghi di discorso pubblico e come questi ultimi siano variati nel tempo.

Ogni democrazia dovrebbe quindi cercare, al meglio delle proprie capacità, di fornire gli elementi sopra citati per far fiorire la propria sfera pubblica. Questo perché il processo di incontro e discussione tra cittadini privati è la forma organica di funzionamento della democrazia, fungendo anche da contrappeso al potere istituzionale, garantendo così una forma di check contro i soprusi di potere. La necessità è quindi fornire ai privati gli strumenti per esercitare al meglio le loro capacità di discussione e, di conseguenza, sfruttare al meglio la loro influenza sul potere, nonché interessarsi alle dinamiche riscontrabili all'interno dei forum di dibattito dove questi ultimi si incontrano, in maniera da poter risolvere al meglio le problematiche riscontrabili su di essi.

¹³ Fishkin, J. S. (1993). *Democracy and Deliberation: New Directions for Democratic Reform*. University of Chicago, The University of Chicago Press, Ethics, #1, 104, pages 179

¹⁴ Warren, M. E. (2002). *What Can Democratic Participation Mean Today?* SAGE Publications, Political Theory, #5, 30, pages 681.

¹⁵ Come espresso nel testo “*The production of space*” con l’espressione di “triade concettuale” (pg. 33) tra pratica spaziale, rappresentazioni dello spazio e spazio rappresentazionale

2.2 Concetti sull'opinione pubblica

Con le caratteristiche della sfera pubblica chiarite, ora possiamo analizzare il prodotto ultimo di questi processi di discussione tra privati: l'opinione pubblica. Prendendo la definizione seguente:

“Quando si parla di opinione pubblica si fa riferimento sia alle persone che in quanto collettività giudicano gli accadimenti di un determinato momento, sia all’insieme delle idee che un gruppo umano (una città, una nazione e così via) ritiene giuste e vere in un particolare frangente.”¹⁶

Da queste parole possiamo trarre una conclusione importante: sotto questa luce il pubblico assume due significati correlati, ma differenti. Il primo è come sostantivo, cioè raggruppamento di soggetti accomunati da rappresentazioni mentali¹⁷ simili, intese come temi di interesse condivisi non tanto in opinioni a loro riguardo, ma in percezione di questi come importanti e, di conseguenza, centrali nell'opera della sfera pubblica. La seconda è invece come aggettivo, riferito a tutte le conclusioni raggiunte tra privati su temi di comune interesse, cioè il frutto del discorso riguardante le strutture mentali come precedentemente definite.

L'opinione pubblica è quindi rappresentativa sia delle persone coinvolte nella sfera pubblica, sia dei risultati ottenuti nelle discussioni al suo interno, permettendoci attraverso la sua analisi di estrapolare informazioni riguardanti l'ambiente di origine di tale “pubblico” e indirettamente diagnosticare possibili problematiche. Questo ci è utile poiché lo sviluppo tecnologico ha frammentato i cittadini tra diverse piattaforme online, ognuna delle quali possiede caratteristiche proprie, creando nuove e peculiari forme di dibattito, i quali rendono complesso ricostruire l'opinione pubblica.

In ambienti digitali osserviamo una serie di problematiche uniche, emerse proprio dallo sviluppo del Web e delle caratteristiche che la comunicazione prende su di esso. Prendiamo per esempio la ricerca di fonti utilizzate per supportare il proprio punto di vista, questo perché Internet dà ad ognuno accesso ad una grande mole di informazioni e permette ai singoli soggetti di selezionare ciò che rafforza la propria posizione scartando il resto, in più la bassa qualità riscontrabile nei contenuti online garantisce che anche le posizioni più stravaganti trovino un modico quantitativo di supporto. A peggiorare la situazione, vista la natura prettamente commerciale o ricreativa con cui alcune piattaforme sono state pensate, non è nei loro interessi essere luoghi di informazione fattuali, affidabili e senza bias, anzi potremmo addirittura affermare il contrario, in quanto la creazione di comunità intorno a certe opinioni favorisce la nascita di ambienti in cui i singoli utenti si sentono membri di una comunità, cosa che per loro può essere impossibile trovare nel mondo reale. Certe piattaforme favoriscono

¹⁶ Giacheri L. (2006), “Opinione pubblica”, Enciclopedia Treccani, [https://www.treccani.it/enciclopedia/opinione-pubblica_\(Enciclopedia-dei-ragazzi\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/opinione-pubblica_(Enciclopedia-dei-ragazzi)/)

¹⁷ Perrin A. J., McFarland K. (2011) ‘Social Theory and Public Opinion. Annual Review of Sociology’, 37, p. 88.

questo processo indirettamente a causa degli algoritmi che gestiscono l'offerta di contenuti agli utenti e il contatto tra loro, visto il loro obiettivo di favorire un'esperienza di comunità attraverso il raggruppamento di persone simili e l'esposizione di quest'ultime a contenuti ritenuti adeguati alla loro media consumption. L'effetto è la nascita di un ambiente con bassa esposizione a punti di vista diversi in cui si affermano processi dediti al rafforzamento di una posizione e al suo mantenimento, chiamate camere a eco, risultando in una base utenti fortemente unita come pubblico. L'uso ripetuto e abituale si trasforma, per i soggetti coinvolti in queste situazioni, in un fenomeno di auto-contenimento in cui la partecipazione al discorso pubblico di questi soggetti, specialmente in determinati temi, è volutamente fatta nella sua totalità all'interno di questi ambiti problematici, riscontrando solo qui il rapporto paritario e il riconoscimento di competenza, importanti per il coinvolgimento nella sfera pubblica.

La nascita di queste comunità estremamente omogenee in composizione e credenze evidenzia un fattore importante di queste piattaforme online: la possibilità di riunire soggetti attraverso grandi distanze. I pubblici che nascono in questa maniera sono senza localizzazione geografica, un elemento presente nella definizione tradizionale, e i membri sono selezionati in una maniera altrimenti impossibile negli ambienti comunicativi classici. In questo senso possiamo parlare di vere e proprie tribù caratterizzate da linguaggi, ritualità e rappresentazioni mentali, fondate intorno alla condivisione di determinate opinioni, dando nascita a pubblici che in contesti reali non avrebbero possibilità di diffusione. Con queste circostanze in alcune comunità emergono vari fenomeni descritti all'interno della teoria dell'inoculazione, un modello che descrive come si creano resistenze retoriche all'interno dei soggetti parte di un dibattito. Nei casi specifici delle piattaforme online¹⁸ il pubblico di appartenenza ricrea critiche alle proprie posizioni, ma indebolite sotto vari aspetti, creando un vaccino¹⁹ contro l'opposizione, preparando i soggetti all'esposizione all'esterno della camera a eco. Insieme a lunghi periodi di rafforzamento del proprio credo i "vaccinati" prendono parte a brevi discussioni in cui riscontrano i punti trattati nella loro preparazione aumentando la loro fiducia nell'in-group. Dove ciò non accade invece le piattaforme online permettono un facile allontanamento, evitando un'esposizione potenzialmente pericolosa con l'out-group.

Per concludere possiamo ora elencare le differenze nel pubblico formato nei luoghi fisici e online: la mancanza di localizzazione geografica, prevalenza di camere a eco, fenomeni di inoculazione che ostacolano la discussione efficace, selezionamento intenzionale delle fonti di riferimento (spesso caratterizzate da bias o bassa qualità), la presenza di algoritmi che modificano e controllano l'andamento del pubblico e l'emergere di comunità spesso esistenti solamente negli spazi digitali.

¹⁸ Zollo, F., Bessi, A., Del Vicario, M., Scala, A., Caldarelli, G., Shekhtman, L., Havlin, S., & Quattrociocchi, W. (2017). Debunking in a world of tribes. PLOS ONE, 12(7), Article e0181821. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0181821>

¹⁹ McGuire (1964) per il suo modello di resistenza usa un'analogia medica, notando come l'inoculazione persuasiva sia, per molti versi, parallela all'inoculazione medica.

2.3 Ieri, oggi e domani

Nei due paragrafi precedenti abbiamo spesso citato un contesto tradizionale e uno moderno riguardante la sfera pubblica, comparando caratteristiche tra i due e mostrando come la digitalizzazione dell'opinione pubblica abbia creato problematiche inaspettate nel processo di confronto tra privati. Allo scopo di approfondire quanto già esposto, in questo capitolo intendo mostrare con più precisione il confronto tra questi due ambiti, spiegando in che maniera gli strumenti digitali falliscono dove quelli classici funzionavano adeguatamente. In particolare intendo confrontare tre aspetti: la radicale separazione tra privati innata nella sfera pubblica digitale, la mancanza di common ground nella comunicazione tra gli interlocutori e la mancanza di formalità favorita dall'instant messaging.

Divisioni nel pubblico digitale

È evidente che nella comunicazione online esista una radicale separazione tra coloro che prendono parte a dibattiti. Questo distacco prende forma sia in una distanza spaziale (dovuto alla natura internazionale della user-base) sia in una temporale (la messaggistica online può avvenire con giorni o addirittura mesi di distanza tra una risposta e l'altra), a causa di questo nell'atto comunicativo si crea un vuoto dove, negli ambiti classici, si trovava la persona fisica con cui si interloquiva, portando a alienazione tra i due partecipanti e di conseguenza un processo di reciproca deumanizzazione da cui emergono tendenze alla scortesia, riluttanza al compromesso e un sentimento di radicale separazione.

Questa distanza tra interlocutori non è solamente presente negli ambiti di discussione digitale, basti pensare a un giornalista che scrive il suo articolo, esso opera in una maniera analoga: presenta un atto comunicativo ad un pubblico di cui sa relativamente poco, se non per una immagine mentale costruita attraverso informazioni contestuali, e la ricezione avviene in differita da quando l'informazione è stata scritta per via dei tempi di stampa. In maniera analoga le lettere che un tempo venivano scambiate tra privati risultano avere alcune caratteristiche in comune con la messaggistica digitale, avendo in aggiunta la possibilità di rispondere, diventando uno strumento di discussione e non solo di divulgazione (come il giornale precedentemente citato). Esiste una chiara differenza, però, nel rapporto tra gli interlocutori coinvolti: nell'esempio della lettera è naturale pensare che i coinvolti si conoscano e abbiamo un buon quantitativo di informazioni l'uno sull'altro, almeno gli indirizzi a cui spedire la missiva. Le piattaforme digitali non solo permettono scambi tra conoscenti, come nel caso classico, ma favoriscono anche il contatto e dibattito tra sconosciuti, ed è proprio in questi contesti che le problematiche sottolineate in precedenza riguardo alla separazione tra interlocutori emergono, mostrando come queste forme di contatto diretto tra perfetti estranei, che un tempo avvenivano vis-a-vis e spesso in contesti attrezzati per gestirla, ad oggi avvengono con un grado di separazione senza precedenti, con scarsa moderazione e tra soggetti con grandi differenze nelle loro forme mentali.

Assenza del “comune”

Se l'obiettivo ultimo della sfera pubblica, come luogo di dibattito tra soggetti privati competenti e altruisti, è il compromesso al fine di migliorare la condizione generale del proprio pubblico di appartenenza, allora la composizione mista data dalla distanza geografica offre due grandi problemi: meno common ground si ha con l'altro interlocutore più il compromesso risulterà difficile e la separazione favorisce una percezione di estraneità, privando i soggetti dell'ambito comune da migliorare insieme. E' vero che devono esistere delle differenze per spingere la discussione in una direzione costruttiva, ma è importante trovare un contesto condiviso che formi la base da cui i singoli soggetti partono. Mentre nei contesti comunicativi tradizionali le persone si trovano ad interagire con altri soggetti la cui forma mentis è simili alla propria (visto la natura geografica della sfera pubblica tradizionale), online questa vicinanza sociologica tra i soggetti che discutono è assente, risultando in una comunicazione il cui conflitto parte dalle stesse premesse che lo originano, separati da basi discorsive che normalmente sono coltivate all'interno di un ambiente locale, venendo meno a una parte della definizione di pubblico:

“insieme delle idee che un gruppo umano [...] ritiene giuste e vere in un particolare frangente.”

La diversità dei soggetti che utilizzano queste piattaforme diventa quindi un problema per la formazione del pubblico, in quanto il processo diventa conflittuale ben prima del confronto sulle problematiche, arenandosi nel discutere le premesse. Questo perché un qualche tipo di common ground tra interlocutori è necessario al corretto funzionamento di un qualsiasi atto comunicativo, l'avvicinamento tra i partecipanti e la conseguente ricerca di compromesso saranno difficili. In particolare c'è il rischio che si crei una percezione negativa tra i privati coinvolti, impoverendo la discussione attraverso una mancanza di rispetto e partecipazione sentita. L'apatia che emerge da questo tipo di confronto può spingere i partecipanti a abbandonare la discussione, molto facile nelle piattaforme digitali, dove la barriera di entrata e uscita dell'atto comunicativo è molto bassa, rendendo possibile troncare i rapporti comunicativi prima che questi possano giungere a qualsiasi tipo di conclusione. In più la bassa barriera di ingresso consente il prosperare di soggetti il cui scopo è la creazione di interferenze e fastidio per i partecipanti di confronti a loro esterni, in un fenomeno che è sostanzialmente inesistente nelle circostanze tradizionali. Il risultato è un dibattito ostile, polarizzato e in cui è assente la volontà di compromesso. Tutto ciò può far cadere utenti all'interno del circolo polarizzante delle camere a eco, nella ricerca di soggetti che possiedono un vissuto condiviso al proprio, creando tribù che facilitano l'arroccamento individuale su certe posizioni grazie a fenomeni dell'inoculazione. Questo si presenta come un circolo vizioso, per cui i dibattiti ostili facilitano la formazione di interlocutori polarizzati che a loro volta alimenteranno ulteriore tossicità²⁰ nei loro futuri atti comunicativi.

²⁰ Con il termine tossicità si intende (come definito da Perspective API) "un commento maleducato, irrispettoso o irragionevole che potrebbe far sì che qualcuno abbandoni una discussione"

Forme inadeguate al dibattito

L'ultimo punto su cui intendo soffermarmi è la mancanza di formalità che si può osservare all'interno del dibattito online, intensa come la cogenza logica, la forma retorica e la qualità dei contenuti presentati all'interno del messaggio che si vuole comunicare.

La formalità è generalmente superiore all'interno dei dibattiti in ambito tradizionale, specialmente in campi di rilevanza pubblica come la politica. Lo svolgimento di questi confronti avviene in luoghi che promuovono sia una forma comunicativa di un certo livello sia competenza da parte dei partecipanti. Vista la natura straordinaria dei contesti in cui tali temi vengono discussi, gli interlocutori si presentano con una preparazione tale da essere nella migliore condizione possibile per sostenere il confronto. Le piattaforme digitali offrono due sfide a questo approccio tradizionale, prima tra tutti la mancanza di controlli su ciò che viene scritto previo invio crea messaggistica la cui forma comunicativa risulta essere lacunosa e il contesto giornaliero e banale in cui queste discussioni avvengono incoraggia una generale incompetenza da parte degli interlocutori coinvolti.

Per la natura della messaggistica istantanea, promossa da piattaforme social, osserviamo che i soggetti coinvolti in tali scambi scelgono di usare una forma di linguaggio informale simile al parlato quotidiano²¹, abbassando gli standard grammaticali e argomentativi, inoltre certi contesti vengono permeati da una natura performativa, cambiando in maniera radicale come i soggetti si rapportano dialetticamente; in particolare si può osservare un'abbondanza di linguaggio mirato a masse di ascoltatori, piuttosto che non singoli individui, promuovendo atteggiamenti di auto-promozione e ricerca di approvazione. Questo tipo di approccio egoistico all'atto comunicativo mina la concezione perfetta della sfera pubblica di Habermas²², facendo ulteriore danno alle operazioni del pubblico digitale.

Il secondo punto di cui discutere è la promozione dell'incompetenza che i social media e piattaforme affini sembrano favorire al loro interno. Più che essere un problema strutturale vero e proprio, l'incompetenza è principalmente dovuta al contesto in cui i singoli privati dibattono con gli altri, questo accade in circostanze assolutamente ordinarie, in cui è raro che i soggetti coinvolti siano preparati in maniera adeguata a intraprendere una discussione. Questo fa sì che chi entra all'interno di un dibattito digitale lo fa senza avere accesso diretto o memoria adeguata delle fonti su cui basa la sua opinione, creando un dibattito confuso in cui la qualità e la vera natura dei riferimenti teorici è dubbia. Questo è un danno al corretto funzionamento della sfera pubblica digitale: non solo la confusione crea posizioni incorrette o basate sul nulla, ma la mancanza di queste fonti abbassa la qualità del discorso e, di conseguenza, del risultato ottenuto²³. Devo comunque far notare che anche approcci formalmente migliori dal punto di vista di una costruzione basata su prove non risolvono

²¹ mnendu R & Bhati N (2025) The Impact of Social Media on Language and Communication Trends. International Journal of Social Impact, 10(3), p. 227. DIP: 18.02.027/20251003, DOI: 10.25215/2455/1003027

²² Indicata come una condizione in cui i soggetti coinvolti fanno del loro meglio per dibattere per risolvere le problematiche in una maniera consona agli interessi generali, non al benessere personale

²³ Heide-Jørgensen T. et al. ,(2025) "Understanding the success and failure of online political debate: Experimental evidence using large language models.", Sci. Adv., 11, p. 3 DOI:10.1126/sciadv.adv7864

totalmente i problemi osservati all'interno di questi ambiti comunicativi, anche se lo migliorano, come affermato dalle parole che seguono:

“I nostri risultati dimostrano tuttavia importanti limiti all'utilizzo di approcci più costruttivi al dibattito politico online. In particolare, dimostriamo che un discorso di alta qualità non è più persuasivo di un discorso di bassa qualità [...] mentre le argomentazioni sono generalmente efficaci nell'influenzare le convinzioni delle persone, come dimostrato dalla ricerca, la presentazione discorsiva o la qualità dell'argomentazione non sembrano svolgere un ruolo significativo in questo processo.”²⁴

Mostrandoci come non basti solamente uno sforzo individuale al miglioramento della propria formalità, bensì un cambiamento strutturale a come questi dibattiti sono svolti da tutti i soggetti.

In questo capitolo abbiamo mostrato come esistano delle problematiche innate nella struttura dei sistemi digitali di dibattito utilizzati attualmente, offrendo una serie di sfide che negli ambiti tradizionali erano assenti e evidenziando la radicale differenza delle meccaniche di comunicazione tra il mondo analogico e quello digitale. Queste differenze ci permettono di capire come la comunicazione si sia evoluta con il passare da un contesto all'altro, ma possiamo osservare che il discorso politico, definito come il dibattere di soggetti su temi da loro sentiti come importanti per la comunità, avviene sempre più online, e come descritto in precedenza per alcuni nella sua totalità in maniera digitale²⁵. Questo rende i problemi della sfera pubblica digitale, a pieno titolo, problemi delle democrazie tecnologicamente avanzate e richiedono un occhio di riguardo visto che propongono sfide senza precedenti, oltre che essere soggette a un ritmo di innovazione che rischia di crearne di nuovi e inaspettati. Parlare di ciò è utile poiché ci permette di estrarre nozioni di ordine generale sulla vita all'interno delle comunità sull'internet, ma le differenze sostanziali da piattaforma a piattaforma creano ambienti con dinamiche differenti, ognuno meritevole di studi più approfonditi, mostrandoci come l'intero fenomeno non sia affatto omogeneo nelle sue cause e manifestazioni. Per questo nella sezione 2 cercheremo di studiare più attentamente gli attributi negativi dei singoli luoghi digitali, osservando come le sfere pubbliche che si originano dentro di essi si comportino. In base alle differenze emerse dal trasferimento dall'ambito tradizionale, possiamo comparare con più attenzione le caratteristiche del mondo pre e post internet come ecosistemi generali.

²⁴ Heide-Jørgensen T. et al. (2025) “Understanding the success and failure of online political debate: Experimental evidence using large language models.”, Sci. Adv., 11, p. 8 DOI:10.1126/sciadv.adv7864

²⁵ Stromer-Galley J. (2002). “New Voices in the Public Sphere: A Comparative Analysis of Interpersonal and Online Political Talk.” Javnost - The Public, 9(2), p. 30. <https://doi.org/10.1080/13183222.2002.11008798>

Capitolo 3: Il vecchio mondo dell'informazione

Molte volte fino ad ora ho diviso la storia della sfera pubblica in due periodi dalle caratteristiche distinte, per fare ciò ho utilizzato come spartiacque l'avvento dell'internet come mezzo di comunicazione ampiamente diffuso. Questa scelta è dovuta al grande cambiamento che i mezzi di comunicazione digitali hanno generato ai rapporti comunicativi umani e di conseguenza alla sfera pubblica.

In questa seconda parte intendo delineare la storia della comunicazione nel mondo prima dell'invenzione di internet. In questo sforzo partirò da un'analisi storica riguardante le grandi innovazioni riguardo ai medium attraverso cui lo scambio di informazioni è avvenuto (i mezzi cartacei, i mass media etc...) in maniera da poter evidenziare come questi strumenti abbiano cambiato il paradigma comunicativo del loro tempo. Dopo di che delinearò le loro caratteristiche principali, descrivendone il funzionamento e l'effetto che hanno sulla sfera pubblica. L'obiettivo ultimo di questa parte è ricostruire un quadro comprensivo del mondo della comunicazione fino al ventesimo secolo, in maniera che nella parte seguente, totalmente dedicata al nuovo mondo della comunicazione, possa mostrare come i mezzi digitali siano unici, perfino a confronto dei loro predecessori e delle rivoluzioni da loro portate.

3.1 Prima di Internet

Per raccontare la storia dei mezzi di comunicazione classici è necessario parlare sia delle innovazioni tecniche che hanno permesso il loro avvento sia delle condizioni ambientali che hanno favorito la loro diffusione. Medium come il libro hanno dato modo alla comunicazione di avvenire in luoghi e momenti molto distanti da quelli dove erano originariamente possibili, scollegandola dagli ambiti pubblici in cui tradizionalmente avveniva. In questo possiamo individuare un filo comune che collega tutte le innovazioni comunicative: il loro effetto è di ampliare le finestre in cui lo scambio di idee può avvenire, sia geograficamente, creando nuovi luoghi di discussione, sia temporalmente, permettendo il confronto tra persone e idee altrimenti separate. Questo allargamento degli orizzonti attraverso nuovi mezzi di comunicazione può essere tracciato attraverso la storia di due principali tipi di innovazioni: il miglioramento dei mezzi di trasporto e i nuovi mezzi di comunicazione.

Per ricostruire la loro storia il punto di partenza da me scelto è l'avvento della stampa a caratteri mobili. Questo poiché Habermas riconosce come lo strumento fondamentale per la nascita della prima sfera pubblica, avvenuto nel diciottesimo secolo, sia stata una rete di istituzioni come case editrici e giornali attraverso cui informazioni potessero essere rese disponibili a un grande quantitativo di persone, favorendo così il dibattito tra privati. I prototipi di questi processi di diffusione descritti da Habermas sono osservabili nel primo periodo di avvento della stampa, in particolare si può puntare alla rivoluzione protestante luterana come il primo caso della stampa come strumento di "offensiva mediatica"²⁶, come espresso dall'autore Asa Briggs. Oltre a questo è anche importante ricostruire la sua storia,

²⁶ Briggs, A., & Burke, P. (2005). *A social history of the media : from Gutenberg to the Internet* (2nd ed.). Polity. p. 63

poiché ci dice molto su come le tecnologie riguardanti la comunicazione si sviluppino e diffondano.

La stampa e la Riforma Luterana

La stampa a caratteri mobili, che nel 1455 inizierà la sua ascesa ai vertici delle tecnologie comunicative, ha origini ben più antiche dei prototipi creati da Gutenberg qualche anno prima. Invenzioni simili a quella del orefice tedesco possono essere incontrate 400 anni prima in Cina, più precisamente nel 1040. Un inventore cinese dal nome di Bi Shen²⁷ crea una macchina molto simile usando caratteri in porcellana invece che di metallo e ancora prima esempi di stampa a caratteri fissi per testi religiosi possono essere riscontrati andando indietro fino al secondo secolo D.C.²⁸. Abbiamo anche prove successive all'invenzione di Bi Shen, con esempi nei secoli successivi di stampa a caratteri mobili di testi di un certo spessore, come ad esempio la storia del magistrato Wang Chen che, intorno al 1297, pare abbia incaricato un artigiano di incidere più di 60.000 caratteri su blocchi di legno mobili per pubblicare alcune opere di carattere agricolo. Anche in Corea esempi di tipografia ben prima di Gutenberg possono essere trovati, con la creazione nel 1403 di un set di 100'000 caratteri in bronzo per l'utilizzo nelle macchine di stampa. Nonostante queste innovazioni asiatiche notiamo però che la prima volta in cui si assiste alla creazione di grandi quantitativi di documentazione stampata per la distribuzione è in seguito all'innovazione di Gutenberg, mentre nell'estremo oriente invenzioni analoghe rimarranno di impatto marginale. L'assenza di una rivoluzione della stampa in Asia ci dovrebbe far riflettere su cosa si possa osservare di differente in queste due storie.

Le differenze tra oriente e occidente permettono quindi di analizzare qualcosa oltre il semplice aspetto tecnico delle innovazioni comunicative: l'ambiente che le accoglie. L'innovazione della stampa prende piede in Europa e non in Cina poiché nelle due zone geografiche esisteva un approccio differente verso le invenzioni tecniche. Zhou He, ricercatore presso l'università di San Jose in California, svolse un'analisi comparativa dei due ambienti culturali durante l'avvento della stampa a caratteri mobili²⁹ e in quest'ultima individua alcuni punti chiave per la differenza di destino che la tipografia incontra. Primo elemento di differenza è la dinamicità delle culture in analisi, la Cina tradizionale era un'area particolarmente resiliente a cambiamenti al paradigma regnante, ciò era in buona parte dovuto al taoismo e ai suoi dettami che intimavano contro il cambiamento:

*“Il Cielo non cambia; così anche il Tao non cambia.”*³⁰

²⁷ Bi Shen è una figura misteriosa di cui sappiamo relativamente poco. Tutte le prove trovate su di lui sono vengono da un passaggio del libro Appunti di Shen Kuo, un rinomato uomo di lettere e scienze dell'epoca di Bi.

²⁸ Lechêne, R. (2025, October 17). *printing*. *Encyclopedia Britannica*.
<https://www.britannica.com/topic/printing-publishing>

²⁹ Zhou He. (1994). Diffusion of movable type in China and Europe: Why were there two fates? *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 53(3), 153-173.

³⁰ Detto molto noto in Cina del confucionista Tung Chung-shu (179-104 a.C.)

Oltre a queste conoscenze tecniche come quelle di Bi Shen erano ritenute di basso livello, questo perché le più alte cariche di governo erano ricoperte da persone le cui capacità si estendevano in campi come letteratura, filosofia, storia e soprattutto la calligrafia. La società cinese era quindi avversa a discipline materialiste, soprattutto se il frutto di questi lavori era un oggetto la cui unica utilità era la produzione economica e il distanziamento dall'arte della scrittura.

L'Europa d'altro canto era in un periodo di profondo fermento culturale. Con l'avvicinarsi della fine del Medioevo una serie di nuovi elementi si stavano sviluppando all'interno di una società in rapida evoluzione: una nuova ondata di commercio, arte e secolarismo stava iniziando a fiorire e avrebbe portato frutto dei decenni successivi con l'inizio del rinascimento. L'economia iniziava a mostrare i primi aspetti del mercantilismo e materialismo che avrebbe poi caratterizzato i secoli successivi, un crescente numero di persone possiede libri e a sa leggere grazie a istituzioni locali che alfabetizzavano un numero crescente di persone e energetici movimenti rivoluzionari si iniziavano a sviluppare sia in accademie che nelle strade. Questa attenzione alle invenzioni materiali, volontà popolare di un confronto di idee e il crescente tasso di alfabetizzazione prepararono la tempesta perfetta per far sì che la stampa trovasse una audience pronta a usufruirne.

Da notare come esposto all'interno del testo "A social history of the media from Gutenberg to the Internet"³¹ che la stampa si adattò anche ai luoghi dove tradizionalmente la comunicazione verbale avveniva, ad esempio le taverne divennero anche luoghi di distribuzione degli stampati. Possiamo quindi vedere che con questo nuovo supporto alla comunicazione le persone, capaci e volenterose, accrescevano le finestre di comunicazione a loro disponibili: mentre precedentemente gli unici momenti in cui un soggetto poteva esporsi a nuove idee era la sua presenza fisica all'interno della taverna (come riportato nell'esempio del testo precedentemente citato) con le persone a loro volta presenti, l'esistenza degli opuscoli o testi stampati ampiamente accessibili ha permesso di comunicare le proprie idee a chi non c'era e di approfondire la propria conoscenza anche all'infuori dei contesti locali, abbattendo barriere temporali e geografiche.

In vero questo genere di scambio di informazioni privo di contatto umano esisteva da tempo, la scrittura era diffusa e di libri ne erano stati scritti tanti, ma la cosa che rende la stampa a caratteri mobili monumentalmente rivoluzionaria è la scala e la rapidità con cui questi oggetti potevano essere prodotti. La creazione di libri nei monasteri medievali era un processo lento e minuzioso, fatto da specialisti il cui allenamento in lettura, scrittura e a volte traduzione dei testi da replicare poteva richiedere grandi spese di tempo e risorse. Considerando poi come solo una piccola parte della popolazione fosse capace di leggere o scrivere, ciò riduceva il numero di persone con le capacità per usufruire del prodotto finito. Prima che la stampa prendesse piede la parola scritta era una merce costosa, raramente incontrata dalle persone comuni che spesso non ne avrebbero neppure potuto fare uso. Questo tipo di produzione scritta era impossibilitata, per la sua natura elitaria, ad avere un impatto sulle forze sociali o a smuovere la statica e stratificata società medievale.

³¹ Briggs, A., & Burke, P. (2005). *A social history of the media : from Gutenberg to the Internet* (2nd ed.). Polity. p. 65

Come detto la stampa viene introdotta in Europa nel momento perfetto per avere un impatto duraturo sul mondo occidentale. Questi cambiamenti si svilupparono attraverso vari campi in cui la stampa ebbe effetti radicali su come la comunicazione avveniva. Una zona a subire un'importante mutazione fu il rapporto con i testi religiosi attraverso gli avvenimenti della rivoluzione luterana. La storia di Martin Lutero e dello scisma portato dalle sue tesi all'interno della chiesa cattolica è lunga e complessa, ma per la nostra analisi ci basti considerare una importante posizione sostenuta dal frate di Wittenburg: il sacerdozio di tutti i credenti. Sulle basi di questa tesi Lutero credeva che la parola di Dio dovesse essere a disposizione di tutti i fedeli, senza necessità di mediazioni o di recarsi in un determinato luogo. La naturale conseguenza di questa posizione era la necessità di produrre non solo nuove traduzioni della Bibbia, rese leggibili per il popolo laico, ma anche un grande quantitativo di documentazione, sia le copie di questi nuovi testi sacri in quantitativi adeguati a soddisfare le nuove necessità sia documentazione per convincere e coinvolgere le persone in maniera che essi potessero prendere parte al movimento contro lo status quo della Chiesa. Queste due necessità, a cui solo la stampa avrebbe potuto fare fronte, ebbero un effetto di "privatizzazione"³², spostando la discussione di tematiche religiose dalla chiesa e dal sacerdote ai singoli cittadini, ora più consapevoli e coinvolti. Così nei primi periodi del movimento le discussioni, che ebbero luogo inizialmente in Germania e successivamente in altre zone europee, riguardanti i ruoli e i poteri del Papa e la definizione della religione ebbero un ruolo fondamentale nel dare origine al pensiero critico e all'opinione pubblica nella sua prima iterazione.

L'ambiente della Riforma divenne il primo grande conflitto ideologico in cui la stampa giocò un ruolo essenziale. In questa luce la Riforma tedesca contribuì all'ascesa di una proto sfera pubblica. Gli autori di opuscoli usarono strategie di persuasione consapevoli, cercarono di rivolgersi a un vasto pubblico e incoraggiarono la critica alla Chiesa. Così inizia l'ascesa di una sfera pubblica in gran parte religiosa e legata all'emergere di un nuovo medium comunicativo.

La nascita del giornale

Il secondo ambito di interesse per la diffusione della stampa riguarda lo sviluppo dei primi giornali, secondo mezzo di comunicazione nato dall'avvento della stampa e forse il più importante. Quando Gutenberg aprì la prima tipografia a Mainz nel 1439 il suo sforzo fallì, ma la sua invenzione presto prese piede fino a tal punto che appena 40 anni dopo 110 negozi di simile natura avevano aperto in tutta Europa, un'ondata che nei tre secoli successivi avrebbero portato all'avvento del giornale in termini simili a quelli da noi compresi. Le principali tematiche discusse in questi testi riguardavano questioni economiche o politiche, questo perché, come esposto da Marshall T. Poe, per molto tempo il contesto commerciale aveva messo particolare enfasi sull'importanza dell'alfabetizzazione e un occhio di riguardo alle condizioni in cui svolgere affari. A dimostrazione di ciò possiamo fare riferimento alla Firenze del XIV e XV secolo, dove scuole specializzate insegnavano la scrittura e l'aritmetica,

³² Briggs, A., & Burke, P. (2005). *A social history of the media : from Gutenberg to the Internet* (2nd ed.). Polity. p. 61

sulla base di esempi commerciali, ai ragazzi destinati a diventare mercanti o contabili. L'emergere del mercantilismo nel XVI secolo rese solo più acute queste necessità, specialmente considerando il quantitativo di documenti che le nuove tratte marittime producevano: cataloghi, contratti, ordini, programmi di consegna, documenti di transito, inventari, documenti fiscali, estratti conto bancari e preventivi di investimento. Per questi specialisti la stampa offriva una serie di benefici difficili da ignorare come ad esempio facilitare la produzione e duplicazione dei documenti sopra citati e ottenere informazioni rapidamente riguardo alle condizioni nei mercati, facendo sì che da questa necessità di informazioni emergesse il giornale³³.

La stampa rese possibile di produrre giornali a basso prezzo e in quantità sufficienti, anche grazie alla crescente produzione di carta, rendendo possibile anche a un artigiano di leggere regolarmente un giornale stampato. In realtà i contenuti delle pagine di uno di questi stampati sarebbero stati ben diversi da quelli dei successori che nei due secoli successivi avrebbero preso piede ovunque in Europa. Nonostante la reperibilità le complesse notizie inizialmente riportate nelle pagine dei giornali li rendevano di natura elitaria e assai complicati per una persona comune. Come esposto da Heiko Droste³⁴ bisogna contestualizzare quale fosse il panorama pubblico nel diciassettesimo secolo per comprendere a pieno le origini del giornalismo. Nonostante un crescente livello di alfabetizzazione buona parte delle persone capaci di comprendere le notizie riportate nei primi giornali stampati erano di elevato status sociale e questi soggetti avevano un accesso informazioni diverso dall'artigiano comune sopracitato, quindi all'interno delle notizie si sentiva la mancanza di contestualizzazione, spesso richiedendo diverse informazioni in storia, geografia e politica per poter comprendere a pieno cosa si stava leggendo:

"I trattati dell'epoca raccomandavano non solo di leggere i giornali regolarmente, ma anche di avere a portata di mano libri di storia, politica, genealogia e geografia per poter comprendere di cosa si trattasse la notizia."

Habermas vede nella nascita del giornale il momento nevralgico per lo sviluppo della sfera pubblica e sicuramente questo strumento ebbe un ruolo centrale nel coinvolgere la popolazione nei dibattiti riguardanti questioni di natura pubblica, però è necessario porre più attenzione a come l'evoluzione dello strumento abbia permesso l'inizio di un processo graduale, i cui risultati emergeranno in maniera significativa solo secoli dopo.

Heiko Droste sostiene che la natura elitaria sia da tenere in considerazione quando si crea un'analisi dei giornali e del loro ruolo nella formazione della prima proto sfera pubblica, proprio perché ben pochi attraverso di essi sarebbero stati in grado di formare delle opinioni funzionali a sostenere un dibattito. Consigliare il possesso e il consulto di trattati, nonché rimanere aggiornati regolarmente evidenzia come pochi potessero effettivamente fare uso

³³ Poe, M. T. (2010). *A History of Communications: Media and Society from the Evolution of Speech to the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press. p. 109

³⁴ Droste, H. (2019). How Public Was the News in Early Modern Times? In H. Droste & K. Salmi-Niklander (Eds.), *Handwritten Newspapers: An Alternative Medium during the Early Modern and Modern Periods* (Vol. 26, pp. 29–44). Finnish Literature Society. <http://www.jstor.org/stable/j.ctv11991n1.4>

delle finestre comunicative offerte da queste nuove produzioni letterarie. Questa stessa peculiarità, la difficoltà nell'essere interpretato, permetteva però ai giornali di avere un ruolo educativo, specialmente per membri della piccola nobiltà in corso di istruzione che aspiravano a entrare in posizioni di potere. Abilità come analisi critica, comprensione del testo e libero dibattito sui contenuti potevano essere facilmente allenate su questo genere di materiali scritti, ora che erano abbondanti e facilmente reperibili, permettendo di sviluppare capacità utili in persone che sarebbero andate a ricoprire cariche pubbliche. L'enfasi posta su queste nuove doti comunicative, facilmente addestrabili utilizzando i giornali, fece sì che persone appartenenti allo strato più basso della nobiltà e un crescente numero di soggetti con interessi economici all'estero si interessassero agli eventi contenuti nelle pagine dei giornali e alle capacità allenate durante la loro consultazione, gettando le basi di una cittadinanza allenata alla discussione e al consumo dei media.

In conclusione il giornale ha avuto un ruolo centrale per la nascita della sfera pubblica, ma è necessario mostrare le differenze tra le prime iterazioni prodotte per le élite e invece quello che si diffonderà nel diciannovesimo e ventesimo secolo, evidenziando la lenta evoluzione della nicchia comunicativa occupata dai giornali e l'assestamento del loro uso come strumento di incitazione al dibattito pubblico.

La nuova mobilità del 1800

Il secondo momento centrale per la storia dei mezzi di comunicazione di cui intendo parlare inizia con la rivoluzione industriale: non solo come abbiamo detto in precedenza il giornale prende la forma classica da noi riconosciuta, ma le grandi innovazioni legate al trasporto di merci e persone cambiano radicalmente il modo in cui il mondo viene percepito, tutto questo grazie a una grande invenzione: il treno.

La repentina evoluzione delle possibilità di viaggio disponibili nel periodo del 1800 ebbe effetti sulle scelte di vita disponibili alle persone, in particolare una nuova attività prese piede: il turismo. I soggetti coinvolti in questa nuova pratica sono centrali per comprendere la storia che intendo raccontare, collegati come sono ai mezzi di trasporto e alle innovazioni comunicative tipiche del tempo.

Il treno è una delle innovazioni centrali per lo sviluppo della modernità, in particolare gli effetti che quest'ultimo ha avuto nel periodo compreso tra il terzo decennio del diciannovesimo e l'avvento del ventesimo secolo. La storia della ferrovia è spesso collegata agli effetti che quest'ultima ha avuto sui metodi produttivi, diventando una delle forze motrici della rivoluzione industriale, abilitando per la prima volta la mobilitazione di grandi quantitativi di materiali grezzi per la lavorazione. In parallelo al treno come forza produttiva possiamo però narrare la storia della ferrovia come potente forza sociale. Nel 1855 14 stati in Europa possedevano reti ferroviarie e tratte ferrate potevano essere trovate in tutti i continenti abitati, in questo periodo possiamo osservare la popolarizzazione del turismo usufruendo di questo network di connessioni. Ueli Gyr³⁵ racconta come Thomas Cook, un benestante investitore, vede la possibilità di creare un business offrendo alla popolazione la possibilità di acquistare viaggi di gruppo. L'offerta era rivolta a una clientela eterogenea, da capi di stato

³⁵ Gyr, U. (2010). *The History of Tourism: Structures on the Path to Modernity* Tourism. p. 6

alla classe media e perfino agli operai. Cook, ispirato da chiare motivazioni socio-politiche, voleva utilizzare la possibilità di viaggi in giornata, resi possibili dai nuovi mezzi di trasporto, per invogliare i lavoratori a lasciare la miseria delle città industrializzate e rifugiarsi nel verde della campagna. Oltre a persone come Cook, il cui lavoro favoriva la mobilitazione di grandi gruppi di persone, nelle stazioni si potevano trovare pubblicazioni simili alle guide da viaggio a cui siamo familiari oggi. Questi libri, facilmente acquistabili da individui, offrivano preziose informazioni su come muoversi sia con i mezzi di trasporto sia una volta arrivati alla propria destinazione. Questo nuovo tipo di letteratura ha le sue radici un secolo prima, ma agli inizi dell'ottocento nuove case editrici vengono fondate con lo scopo specifico di fornire questo tipo di servizio e con l'introduzione di formati standard tra i vari testi divenne molto semplice trovare le informazioni su varie mete turistiche e sulle maniere per intraprendere i viaggi, così da favorire anche il turismo individuale.

La figura del turista si sviluppa durante il 1800 diventando centrale per raccontare la storia delle prime ferrovie, ma non solo, in verità questa grande mobilità favorì anche lo sviluppo di nuovi luoghi di discussione, a volte perfino tra soggetti diversi, e rafforzò il processo di "privatizzazione" dei problemi pubblici, estendendo il lavoro iniziato dai giornali.

Parlando di queste nuove spinte comunicative il ruolo centrale lo ricopre la carrozza ferroviaria, che creò un nuovo tipo di spazio, uno democratizzato in cui persone di diversa provenienza potevano parlare tra loro in modo pubblico per poche ore, all'interno di un ambito liminale. La studiosa Amy Richter parla di questo fenomeno, chiamandolo "intimità della estraneità", descrivendo come l'anonimato coltivato all'interno di questi spazi dedicati ai viaggi favorisse, nelle poche ore condivise, un confronto tra persone di ceti e storie molto diverse:

"Cullati in un senso di privacy dall'opprimente anonimato del viaggio in treno, i passeggeri rivelavano il loro "vero io" in pubblico"

In queste condizioni il treno diventa uno spazio comunicativo senza precedenti, ove persone che altrimenti non si sarebbero mai incontrate possono discutere, in anonimato e liberamente. Non solo però il treno diventa luogo di incontro e scambio discorsivo, ma anche la destinazione è rilevante, permettendo ai turisti di incontrare nuove idee e visioni del mondo in luoghi lontani da quelli da loro regolarmente abitati, donando ancora più materiale al pubblico dei viaggiatori per pensare e rafforzare la loro emancipazione come privati singoli pronti al discorso informato, soggetti necessari per il corretto funzionamento della sfera pubblica. Oltre allo sviluppo intellettuale e culturale dei singoli individui, la coordinazione dei viaggi tra stazioni di partenza e arrivo incoraggiò lo sviluppo di nuovi strumenti per comunicare rapidamente, il risultato si ottenne con l'avvento dell'elettricità e l'invenzione del telegrafo, uno strumento che rivoluzionò la capacità di comunicare sulle lunghe distanze, queste ultime create grazie alla continua crescita delle reti ferroviarie.

In conclusione il treno non solo rafforzò il soggetto privato rendendolo più indipendente e creando nuovi ambiti comunicativi in cui quest'ultimo potesse allenare le proprie capacità comunicative, ma le lunghe distanze dei viaggi necessitarono lo sviluppo di tecnologie allo scopo di creare nuove finestre comunicative per fare fronte alle sfide create dalla mobilità su lunghe distanze.

I Mass Media

L'ultimo periodo di crescita dei mezzi di comunicazione classici riguarda l'avvento della radio e della televisione, in totale conosciuti come i Mass Media e definiti da McQuail come strumenti comunicativi progettati per mettere in atto forme di comunicazione "aperte, a distanza, con tante persone in un breve lasso di tempo". Come detto nella parte precedente l'avvento delle ferrovie e dell'elettricità permise l'invenzione e l'adozione del telegrafo, i cui principi saranno utilizzati per la creazione dei prototipi dei primi Mass Media che poi nel 1900 presero piede nella vita quotidiana delle persone.

L'avvento delle invenzioni che nella loro totalità possiamo definire "media audiovisuale"³⁶ riguarda l'ottimizzazione di una serie di tecnologie esistenti al fine di fare fronte alla richiesta crescente di intrattenimento da parte della popolazione generale. Marshall T. Poe sviluppa la tesi per cui all'interno delle società occidentali la popolazione ha sempre posseduto la passione per l'intrattenimento e il desiderio di avere accesso all'arte "audiovisiva", ma nei secoli precedenti non c'era maniera di poter esaudire questo desiderio del popolo, i prodotti erano pochi e costosi, pezzi come statue e quadri potevano essere ottenuti solamente dalle élite, mentre opere teatrali, che fossero svolte all'interno di un anfiteatro ad Ateneo nel Globe Theatre di Londra, potevano solo ospitare un numero limitato di audience.

"Anche nei casi in cui la buona arte era accessibile, esistevano limiti reali alle dimensioni del pubblico che poteva ammirarla. Stadi, ippodromi, anfiteatri e circhi potevano essere solo così numerosi e grandi [...] Le luci splendenti di Uruk, Atene, Roma e Londra stuzzicavano gli appetiti, ma non riuscivano a placarli."

La visione di Poe include anche un primato di questa forma di comunicazione, affermando che il consumo di media audiovisivi è la più diffusa, anche quando l'accessibilità a altri media di informazione e comunicazione sono disponibili, poiché nell'essere umano esiste una pressione evolutiva a sfruttare i sensi della vista e dell'udito per guadagnare vantaggi e informazioni, mentre mezzi come la lettura sfruttano parti meno "animalistiche" del cervello. Questa spiegazione fornita da Poe risulta, alla mia analisi, meno convincente e prende secondo posto alla tesi più interessante riguardo all'introduzione di un nuovo paradigma economico e con esso nuove necessità comunicative. Mentre nelle società capitaliste mercantili il principale metodo di produzione di ricchezza era il movimento di merce da luoghi di produzione, dove il prezzo di acquisto era basso, a luoghi di consumo dove poteva essere venduta per un profitto, la società industriale aveva creato nuove maniere per produrre ricchezza. Gli atti comunicativi richiesti quindi subirono un cambiamento, dalla stampa di notizie per studiare i mercati e tracciare le rotte, alle finestre comunicative per cercare e convincere i singoli cittadini a diventare acquirenti di prodotti e servizi. Si può dire che lo sviluppo di radio e televisione è legato indissolubilmente alla nascita del marketing e del

³⁶ Poe, M. T. (2010). *A History of Communications: Media and Society from the Evolution of Speech to the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press. p. 152

mercato libero. Con queste considerazioni diviene evidente come i Mass Media siano nati dall'incontro perfetto tra un crescente desiderio di intrattenimento e un paradigma economico nuovo che cercava di estendere le finestre comunicative di transazione.

Con la tempesta perfetta di fattori per "trascinare" nell'esistenza la radio e la televisione una serie di figure professionali iniziarono il loro lavoro per superare le sfide tecniche esistenti. L'invenzione della radio è complessa da raccontare, principalmente perché attribuire a una singola figura il primato di avere creato il primo prototipo funzionante non è facile, tradizionalmente la persona a cui viene dato l'onore è Guglielmo Marconi, vista la patente del 1896 riguardante la creazione di apparecchiature per il funzionamento di un "telegrafo senza fili". I prototipi di Marconi in quel periodo trovarono successo nel trasmettere e ricevere anche su lunghe distanze (5 km circa), risultando nella prima radio effettivamente funzionante. Il lavoro di Marconi però poggia su una miriade di ricerche precedenti come quelle svolte da Hertz e James Clerk Maxwell riguardanti la ricezione delle onde radio e nel periodo contemporaneo alla patente di Marconi molti altri inventori stavano lavorando a macchine simili. Chiunque tra David E. Hughes (1879), Nikola Tesla (1893), Oliver Lodge (1894), Jagdish Chandra Bose (1894) e Alexander Popov (1895) potrebbero essere ragionevolmente definiti gli "inventori" della radio in una forma o nell'altra. Qualsiasi sia, di questa miriade, il punto da cui vogliamo far partire questo nuovo strumento ciò che è oltre ombra di dubbio è l'evoluzione che la tecnologia ebbe nei trent'anni successivi alla sua invenzione. Il mondo delle telecomunicazioni fu subito sbalordito e eccitato dalla scoperta di Marconi, ma il suo potenziale reale fu riconosciuto dalla più larga parte della popolazione solo quando si diffuse nella vita di tutti i giorni. Solo piccoli nuclei di appassionati esistevano prima della generale adozione della radio, Asa Briggs parla degli "Hams", radioamatori che crearono nuove istituzioni per offrire "programmi" ad altri appassionati, ciò fece nascere una rete di comunicazione a livello nazionale e internazionale, la maggior parte delle quali utilizzavano il codice Morse. La Prima Guerra Mondiale aiutò la radio, affinando la tecnologia per uso bellico, le permise di diventare portatile e conveniente. Il risultato fu che, dopo una battuta d'arresto data dalla grande depressione, negli anni trenta la radio divenne onnipresente nella vita di tutti i giorni.

Gli anni trenta del ventesimo secolo sono il periodo in cui la crescita della radio da forma a quella che, per la prima volta nella storia, sentirei di definire sfera pubblica in termini analoghi a quelli odierni. La radio diventa un veicolo attraverso cui non solo fonti reputabili potevano dare notizie, in maniera analoga alle funzioni svolte dai giornali, ma il popolo poteva sentire se stesso e per la prima volta nella storia persone distanti e sconosciute tra loro potevano comunicare:

“Hai chiesto qualcosa di diverso alla radio, ed eccola qui... un programma inedito che ti offre uno spaccato di ciò che la persona media sa davvero e di ciò che pensa.”³⁷

³⁷ Prima trasmissione in rete di Vox Pop, da Columbus Circle a New York, 7 luglio 1935

Jason Loviglio³⁸ parla di questo sviluppo nell'utilizzo della radio, in particolare la progressione che si può osservare dai primi anni trenta fino al dopoguerra, una trasformazione in cui il discorso pubblico osservato all'interno della radio si evolve sia con il cambio di format dei programmi che si potevano ascoltare sia nella scelta degli ospiti rappresentativi della "voce popolare". Questi tre periodi (post grande depressione, bellico e postbellico) ci mostrano come la scelta di cosa venga rappresentato come popolare sia fidi chi fa da host dei programmi, a sua volta spinto da ciò che viene visto come giusto o accettabile nel momento di trasmissione. Il caso studio portato da Loviglio è la trasmissione Vox Pop, il cui cambio di focus per lui è indicativo sia della artificialità del pubblico creato dai programmi radio, sia del cambio di preoccupazioni durante i tre periodi sopracitati: dalle interviste agli uomini comuni per raccontare la storia della grande depressione alle promozioni patriottiche della seconda guerra mondiale concludendo con i concorsi e i quiz a premi, emblematici del consumismo e conformismo degli anni 50. La storia della rappresentazione popolare della radio è legata indissolubilmente ai valori capitalistici sempre più dominanti e a dei governi nazionali sempre più statalisti. Diviene apparente che è impossibile raccontare la storia della radio e della prima sfera pubblica su larga scala senza riconoscere il predominio sempre crescente delle reti e delle agenzie pubblicitarie e la pesante influenza del governo sulle trasmissioni durante la guerra.

Quest'analisi storica della radio come strumento di manifattura del popolare viene anche discusso da Habermas, evidenziando come, al contrario della sfera pubblica del diciottesimo secolo, quella del ventesimo fosse intrisa di interessi commerciali. Questa nuova entità, la sfera pubblica commerciale, è la prima manifestazione della mancanza delle condizioni necessarie al corretto funzionamento del discorso pubblico, la produzione artificiale di pubblico e normalità è incompatibile al dibattito razionale e mediato. Programmi come Vox Pop e simili diventano quindi la piaga della sfera pubblica genuina, creatori di problemi fittizi e di rappresentazioni calcolate piuttosto che promotori di cultura e pensiero critico.

La progressione dei Mass Media seguì la tecnologia e presto la radio venne soppiantata come principale mezzo di comunicazione dalla televisione la cui storia è a sua volta ricca di trasformazione e artificiose creazioni del pubblico, ma per i fini del nostro discorso basti dire che le trasformazioni nelle relazioni pubbliche create dalla radio e dai suoi programmi continuarono con la televisione. Il paradigma comunicativo rimase costante per i successivi quarant'anni con questi strumenti comunicativi utilizzati per fini di manifattura di consenso, percezione del pubblico e ritorno economico, tutto controllato da network e gruppi di interesse politici.

Questi tre momenti rivoluzionari che ho discusso sono essenziali per capire come la comunicazione si evolva e come queste trasformazioni abbiano effetti sulla sfera pubblica. In generale i mezzi di comunicazione vengono creati viste delle mancanze nelle possibilità di dialogo e informative percepite come necessarie dal pubblico: abbiamo visto come la stampa prenda piede per le necessità della Riforma Luterana e di una crescente alfabetizzazione, come il telegrafo sia creato dalle distanze nate per via delle ferrovie e come la radio rispondesse alla necessità di un pubblico, ora più che mai annoiato e informato, di

³⁸ Loviglio, Jason. (2002). *Radio Reader: Essays in the Cultural History of Radio*. Chapter 5

intrattenimento e comunicazione. L'ambiente non solo fa nascere nuovi mezzi di comunicazione ma cambia le relazioni tra i mezzi esistenti e chi ne usufruisce, il giornale per esempio dovette cambiare radicalmente per provare a fare fronte alla televisione (in operazioni simili a quelle che oggi osserviamo visto l'impatto dell'internet). In conclusione i mezzi di comunicazione "reagiscono" all'ambiente e alle necessità di chi li utilizza, evolvendosi e creando nuove invenzioni dove ciò non è possibile. Nel mondo classico della comunicazione ciò avviene in linee parallele dove ogni mezzo di comunicazione ha effetti sugli altri ma in generale questi rimangono separati tra loro, questo perché ognuno di essi fa fronte a necessità differenti del pubblico.

3.2 I mezzi di comunicazione classici

Avendo delineato i principali nodi storici del vecchio mondo della comunicazione è ora possibile analizzare i singoli strumenti comunicativi creati da queste grandi rivoluzioni, il loro utilizzo e le necessità comunicative a cui rispondono. Per fare ciò ognuno di essi sarà descritto usando una serie di caratteristiche seguendo in parte il ragionamento percorso da Marshall T. Poe³⁹: volume, accessibilità, persistenza e ricercabilità. Oltre a quelle già nominate intendo aggiungerne un'altra al fine di mettere in luce una caratteristica importante dell'internet come mezzo di comunicazione: la rispettabilità. Infine farò una distinzione tra due categorie di mezzi dalla natura differente: i mezzi discorsivi e quelli informativi. Ho scelto di svolgere questa distinzione tra i mezzi di comunicazione poiché le caratteristiche sopra citate si applicano in maniera diversa a seconda dello scopo principale che lo strumento ricopre. Il libro, per esempio, è un mezzo informativo, il cui obiettivo è dare alle persone che lo utilizzano nuove informazioni, ma non facilita direttamente il confronto tra privati, poiché non si può parlare con un testo scritto. Detto questo il libro, vista la sua particolare missione comunicativa, avrà alcune categorie particolarmente rilevanti, mentre altre lo saranno meno. Per la persona che lo utilizza sarà importante la persistenza, al fine di mantenere le informazioni il più a lungo possibile mentre il volume di transazioni comunicative non sarà particolarmente importante poiché l'unico rapporto che si può avere con un libro è 1 a 1. Il caso opposto vale per il telefono, dove le singole conversazioni non hanno importanza tale da dover essere conservate sul lungo termine ma l'individuo vuole avere accesso a un volume di atti comunicativi verso diversi soggetti per poter comunicare con chi desidera. Prima di descrivere i singoli mezzi di comunicazione intendo dare le definizioni di tutte le categorie che intendo usare, al fine di facilitare la comprensione della mia analisi:

Volume: Il quantitativo di transazioni comunicative tra soggetti differenti che lo strumento facilita attraverso il proprio utilizzo. Un valore basso indica un network di possibili comunicatori ristretto, mentre un valore alto indica un grande quantitativo di interlocutori contattabili.

³⁹ Poe, M. T. (2010). *A History of Communications: Media and Society from the Evolution of Speech to the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press. pp. 11-25

Accessibilità: La facilità con cui un soggetto medio può accedere agli atti comunicativi disponibili attraverso il medium. Un basso valore indica una barriera di entrata alta limitando quante persone possano accedere al mezzo, per costo o capacità richieste. Al contrario uno strumento facilmente utilizzabile avrà una accessibilità molto alta.

Persistenza: Quanto le informazioni scambiate durino dopo che l'atto comunicativo è stato concluso. Mezzi le cui informazioni non vengono archiviate per la conservazione a lungo termine avranno una persistenza bassa, al contrario avremo un valore alto di persistenza

Ricercabilità: La possibilità di un determinato ente di trovare informazioni o interlocutori desiderati. Uno strumento con una ricercabilità bassa indica una intrinseca difficoltà del mezzo nel permettere di scegliere i propri interlocutori. Dove invece il selezionamento dei riceventi della propria comunicazione è facile avremmo un risultato alto.

Rispettabilità: Quanto l'atto comunicativo svolto sia affidabile e, di conseguenza, la qualità delle informazioni ottenute. La possibilità di diffondere informazioni parziali, faziose o false abbasserà la rispettabilità di un medium.

Definite le caratteristiche che faranno da metri di valutazione, l'ultimo passaggio prima di iniziare la mia analisi è descrivere le due classificazioni riguardanti lo scopo dei mezzi comunicativi con più chiarezza. Come detto in precedenza le categorie sono: mezzo informativo o comunicativo

Mezzi Informativi: La comunicazione che avviene attraverso questo mezzo è unilaterale, cioè la persona che ne usufruisce non parla attivamente con nessun altro privato. Il fine dell'utilizzo è ottenere nuove informazioni o abilità al fine di migliorare la propria capacità di valutazione e ragionamento.

Mezzi comunicativi: Questi mezzi facilitano la connessione tra soggetti privati differenti, permettendo il confronto tra persone altrimenti separate da distanza o tempo. Di per sé lo strumento non offre nessuna nuova informazione all'utilizzatore, ma l'atto discorsivo che ne nasce può esporre l'utente a nuovi dati o visioni del mondo.

Il libro

Categoria: Informativo

Volume: Medio-basso, la comunicazione avviene utente verso copia del libro e la produzione dei testi è generalmente incentrata un'alta qualità informativa, piuttosto che di un grande network di utenza, anche se il pubblico di lettori può essere piuttosto ampio.

Accessibilità: Media, a seconda dei contenuti i libri possono variare molto per quanto riguarda la fruibilità delle informazioni che si possono ottenere, detto questo generalmente esistono abbastanza testi al fine di preparare un percorso di crescita per arrivare alla comprensione di materiali più difficili

Persistenza: Alta, i libri richiedono accorgimenti per il mantenimento ma è intrinseco nel medium la permanenza. Sono resilienti come oggetti, con possibilità di riproduzione delle copie e le informazioni contenute al loro interno possono essere utili lungamente dopo che questi sono stati scritti

Ricercabilità: Medio, Esistono una serie di strutture dedicate al ricerca e recupero di testi, detto questo la possibilità di ottenere ciò che si cerca possono variare molto a seconda delle edizioni ricercate, dall'età del libro voluto e dalle linee logistiche da cui approvvigionarsi per ottenerlo

Rispettabilità: Medio-alta, generalmente i libri possono essere interpretati come medium rispettabili, anche se le crescenti possibilità di stampa offerte dal mondo dell'editoria hanno dato modo anche a autori meno reputabili di utilizzare il medium per esporre le proprie idee, cautela è consigliata ma non per forza necessaria.

Il giornale

Categoria: Informativo

Volume: Alto, i giornali nascono come medium per comunicare a grandi quantitativi di persone, creando un network continuo di interazioni

Accessibilità: Alta, i giornali sono un mezzo di utilizzo quotidiano e hanno un interesse a esporre le notizie in una maniera facile e digeribile, in maniera da coinvolgere un maggiore quantitativo di soggetti possibili, anche grazie a incentivi economici riguardo l'acquisto delle copie.

Persistenza: Medio-Bassa, la maggioranza dei contenuti dei giornali riguardano argomenti e eventi di importanza immediata, e vista la natura di questo tipo di esposizione il giornale più importante è generalmente l'ultimo uscito, detto questo come i libri sono abbastanza resilienti, anche se meno viste le differenze di produzione, e alcune copie sono particolarmente rilevanti anche su grandi distanze di tempo.

Ricercabilità: Bassa, per la natura regolare dei giornali e l'utilizzo comune che si fa di questi ultimi, all'infuori di strutture dedicate alla conservazione dei periodici diviene difficile ottenere copie di un singolo volume ricercato.

Rispettabilità: Alta, pietra miliare della sfera pubblica il giornale è, o almeno dovrebbe essere, la più rispettabile delle fonti. Anche quando si sospetta di parzialità o di oscurazioni, l'ecosistema giornalistico permette di accedere a più testi al fine di comparare diverse rappresentazioni delle stesse notizie al fine di ottenere un quadro generale dell'accaduto

La posta e il telefono

Categoria: Comunicativo

Volume: Alto, lo scopo principale di questa famiglia di strumenti è permettere la connessione tra il possessore e qualsivoglia tipo di privato o specialista quest'ultimo necessita. Lo sviluppo tecnologico del mezzo ha reso il volume possibile sempre più alto, come anche l'abbassamento dei costi di produzione degli apparecchi per renderli più facili da ottenere per il pubblico generale

Accessibilità: Alta, l'unico muro all'accessibilità che possiamo incontrare nell'utilizzo di questo gruppo di strumenti riguarda l'interlocutore che andiamo a contattare, che magari richiede una serie di informazioni più specifiche, ma generalmente la comunicazione rimane a livelli facilmente accessibili a tutti.

Persistenza: Bassa, i singoli atti comunicativi svolti attraverso il mezzo sono di natura transiente, una volta concluse le singole parti della discussione avvenuta non sono mantenute in nessun luogo per essere conservate. In questo caso la ripetibilità delle comunicazioni è più importante del mantenimento di una singola istanza

Ricercabilità: Alta, una serie di strumenti esterni esistono per permettere di scegliere chi contattare, permettendo di far avvenire esattamente la comunicazione da noi desiderata.

Rispettabilità: Bassa, lo strumento di per sé non garantisce in nessuna maniera la rispettabilità delle singole transazioni comunicative che avvengono attraverso il proprio utilizzo, oltre a questo l'alto volume di comunicazioni che avvengono attraverso il mezzo garantisce che la maggior parte di esse non siano di alta qualità informativa.

La fotografia

Categoria: Informativo

Volume: Medio, permette anche utilizzi privati come mezzo di comunicazione, favorendo sforzi su piccola scala. Altrimenti la fotografia è indissolubilmente legata alla giornalistica, una cooperazione che garantisce alcune applicazioni ad alto volume dello strumento

Accessibilità: Media, alcune immagini necessitano di informazioni contestuali per essere comprese, in alcuni casi queste possono essere molto rilevanti, detto questo la fotografia è facilmente accessibile a livelli basilari.

Persistenza: Medio-alta, Accorgimenti speciali sono necessitati dalle condizioni fisiche dell'oggetto, in particolare gli esempi più vecchi richiedono diverse attenzioni per mantenere la loro fruibilità.

Ricercabilità: Bassa, esempi storici di foto sono molto facili da trovare, ma solitamente per cercare certe foto bisogna fare appoggio ad altri medium comunicativi.

Rispettabilità: Alta, i contenuti di una foto sono sostanzialmente incontrovertibili, una volta che il contesto è stato compreso in buona misura si ha la certezza di ciò che vediamo come se lo stessi osservando con i nostri occhi.

Il cinema

Categoria: Informativo

Volume: Alto, si attesta in maniera simile al giornale, cioè destinato a un grande numero di fruitori. Non esistono possibilità per la produzione privata e i network di piccole dimensioni sono quindi fortemente sfavoriti.

Accessibilità: Medio-alta, i prodotti audiovisivi di questo tipo di solito richiedono contesto per essere compresi, le scelte del regista permettono una migliore comprensione di ciò che osserviamo, detto questo non sono per forza necessarie per rapportarsi con il mezzo, comunque ottenendo risultati seppur meno accurati.

Persistenza: Medio, a seconda del periodo di produzione e dei supporti su cui il prodotto è registrato la conservazione può risultare più o meno complessa. Oltre a questo una serie di strumenti specifici esterni, per esempio proiettori di diversi modelli, sono necessari per poter usufruire del mezzo.

Ricercabilità: Media, la maniera più semplice di osservare un film è durante il periodo della sua prima proiezione, attraverso il cinema. Nel caso si voglia guardare qualcosa fuori dalle sale cinematografiche bisogna recuperare un qualche supporto fisico che contenga il particolare oggetto che si vuole guardare, il che può essere anche impossibile per alcune delle opere più vecchie.

Rispettabilità: Medio-alta, i costi mantengono le possibilità di produzione strettamente nelle mani di specialisti con capacità alte, anche se interessi commerciali e la preferenza di un prodotto più intrattenente che informativo può macchiare la qualità delle informazioni contenute.

La radio e la televisione

Categoria: Informativo e comunicativo, a seconda dell'utilizzo.

Volume: Alto, i Mass Media contano il volume di transazioni possibili come il maggiore punto di forza della loro struttura, creati per connettere network di persone senza precedenti, su livelli nazionali e internazionali

Accessibilità: Alto, con interessi economici e sociologici i Mass Media sono il mezzo più accessibile tra tutti.

Persistenza: Variabile, all'interno dei Mass Media la persistenza varia a seconda dei programmi che vogliamo guardare: documentari e programmi di discussione possono avere una persistenza alta, offrendo informazioni simili a quelle osservabili all'interno di libri, mentre spettacoli il cui principale scopo è l'intrattenimento hanno poco di permanente nei risultati dei loro atti comunicativi. In generale possiamo dire che la variabilità tende sul basso, visto il continuo ruotare della programmazione anche nei casi più alti di persistenza

Ricercabilità: Media, il quantitativo di programmi e la struttura fatta per essere attraente al più alto numero di utenti possibili fa sì che esista programmazione per un grande quantitativo di soggetti diversi, anche se trovare esattamente ciò che si cerca, specialmente se è qualcosa di più specifico o di qualità, può risultare molto difficile

Rispettabilità: Medio-bassa, esistono istanze di alta rispettabilità nella programmazione televisiva, operazioni in cui soggetti dal comprovato curriculum discutono di argomenti in cui sono esperti in maniera da offrire informazioni al pubblico, la maggioranza rimane però intrattenimento dalla bassa qualità comunicativa e da cui è difficile trarre effettivamente informazioni di un certo spessore

In conclusione lo sviluppo del mondo classico della comunicazione è stato marchiato da periodi di grandi cambiamenti sociali, per fare fronte a ciò vari soggetti hanno iniziato a sviluppare maniere nuove di comunicare conformi alle necessità del proprio tempo. Le innovazioni tecniche hanno risposto all'innato bisogno dell'essere umano di parlare con altri soggetti, le necessità specifiche delle società contemporanee e i mezzi tecnici disponibili. In particolare la progressione ha portato a un continuo allargamento degli orizzonti

comunicativi, aumentando sempre di più i momenti, i luoghi e le maniere in cui i soggetti potessero informarsi e discutere, questo aumento di esposizione alle discipline discorsive ha creato un pubblico sempre più abile e volenteroso di comunicare. In sede ultima la sfera pubblica è il risultato di un processo di continua espansione non solo delle informazioni, ma delle possibilità di esercitare la propria conoscenza. Detto questo la progressione dei mezzi di comunicazione non ha come obiettivo definitivo il perfezionamento della sfera pubblica, almeno nell'accezione per cui è una forza centrale per il funzionamento delle democrazie, anzi, gli ultimi sviluppi, come detto da Habermas, danneggiano il suo funzionamento, iniziando un processo peggiorativo: la comunicazione aumenta di volume ma peggiora di qualità. Questo dovrebbe far riflettere se una comunicazione e informazione sempre più larga dovrebbe portare a una sfera pubblica più forte e quindi a democrazie più capaci.

3.3 La sociologia dell'informazione

Dopo aver svolto le analisi riguardanti lo sviluppo, la natura e l'impatto che i mezzi di comunicazione hanno avuto sulla sfera pubblica, l'ultima parte da trattare riguardante l'evoluzione del vecchio mondo della comunicazione è la trasformazione dei luoghi dove si comunica. Il termine luogo normalmente viene associato a spazi fisici, misurabili e tangibili, in questo possiamo attribuirgli una qualità cartesiana: quantificabile e descrivibile in termini di coordinate. In vero la materialità del luogo, seppur evidente, è secondaria quando lo si vuole vedere come subordinato all'atto comunicativo e, più in generale, alle attività umane. Prendiamo come esempio uno stadio, il nome evoca una serie di immagini quando viene nominato, attività che sono percepite come consone ad avvenire all'interno di questo determinato posto. Se però osserviamo i suoi attributi architettonici e lo scopo per cui è stato creato, vediamo la sua capacità di accogliere un grande quantitativo di persone e il centro focale creato dalla sua costruzione. Visti gli attributi materiali quest'ultimo potrebbe essere usato per una miriade di applicazioni comunicative differenti: eventi religiosi, comizi politici, programmazioni televisive etc..., qualsiasi attività che necessiti di ampi spazi per ospitare una audience e un palco centrale, eppure lo stadio ospita solo alcune delle attività che materialmente potrebbe. Nella potenza evocativa del luogo e nella sua applicazione incontriamo una dimensione del luogo scollegata dalla mondana materialità, come descrive Heidegger i luoghi non sono percepiti come vicini o lontani meramente attraverso le misurazioni fisiche della loro distanza, ma in relazione alle operazioni svolte dal sé, dando ai luoghi e gli oggetti che li abitano una concezione soggettiva, non in senso di arbitrarietà o non-oggettività bensì come matrice necessaria per la loro definizione. In questo osserviamo come nessun luogo o oggetto ha una interpretazione nulla, uno stato completamente neutro e oggettivo da cui partire per un'analisi scollegata dalla percezione dell'essere, ogni spazio è umano, pieno di simboli, strategie e regole legate all'esserci di chi svolge attività al loro interno.

Precedentemente ho citato alcuni spazi dove soggetti discutevano di persona, le taverne della germania riformista e i vagoni del treno vittoriano, in vero i luoghi della comunicazione sono tanto importanti quanto i mezzi con cui si comunica, sia da un punto di vista banalmente pratico sia, come ho appena spiegato, per l'aspetto psicologico e sociologico che li permea.

All'interno dell'articolo "Communication spaces"⁴⁰ ai luoghi vengono associati dei modelli di comportamento legati a una particolare comprensione culturale. Queste sono le norme comunemente condivise, cioè ciò che è usuale e appropriato, che fanno da guida alle pratiche comunicative. Nell'articolo viene quindi riportata la tesi di Heidegger secondo cui lo spazio cartesiano è una versione privativa e astratta dei luoghi comunicativi. Per Heidegger, il concetto cartesiano di spazio è quindi secondario rispetto alle attività e alle pratiche umane contenute al suo interno.

Da questi ragionamenti possiamo quindi estrapolare una differenziazione tra spazio comunicativo, legato alla materialità e alla definizione cartesiana, e luogo comunicativo, inteso come lo spazio a cavallo tra fisico e fittizio dove le norme comunemente condivise guidano gli atti comunicativi tra privati. Tramite questa analisi diviene necessario quindi riflettere su come la progressione dei mezzi di comunicazione, in particolare l'estensione delle finestre comunicative da loro generata, abbia avuto effetto sul rapporto tra i luoghi e gli spazi della comunicazione e quali siano le conseguenze di questo cambio di rapporto.

Il più antico mezzo di comunicazione a disposizione degli esseri umani è la parola, il template alla base di tutte le elaborazioni fino ad ora analizzate. La caratteristica principale della parola è la necessità di poter sentire l'interlocutore con cui si comunica, questo necessita la presenza fisica dei due in relativa vicinanza. Negli atti verbali risulta evidente quindi che spazio e luogo comunicativi sono in perfetto allineamento, non esiste l'uno senza l'altro. Il problema di questa maniera di comunicare è le difficoltà che impone su coloro che desiderano prenderne parte: trovare un luogo adeguato, organizzare un tempo per incontrarsi e muoversi fino al luogo prestabilito e tornare da dove si proviene. Questo costo di tempo e risorse rende i network comunicativi verbali molto ristretti dal punto di vista di volume, un fatto che è direttamente causato dallo stretto collegamento tra luoghi e spazi comunicativi: se le norme sul come comunicare sono contenute in uno spazio, allora è evidente che quest'ultimo possiede un primato come canale preferenziale per gli atti comunicativi e di conseguenza le persone con possibilità di raggiungerlo lo faranno per poter far sentire la propria voce. Con gli avanzamenti tecnologici e sociali, i network comunicativi hanno subito una crescita costante: con l'aumentare delle possibilità di viaggiare e la creazione di enti la cui influenza si estendeva su ampi spazi geografici la necessità di recarsi in un determinato spazio per comunicare non era più sostenibile. I luoghi sono però essenziali come medium per gli atti comunicativi, non possono quindi scomparire. Con l'avvento dei mezzi di comunicazione a distanza quest'ultimi sono stati adattati alla privazione di un effettivo spazio, di conseguenza il luogo è spogliato dei suoi aspetti materiali e rimane l'essenza dei simboli che fanno da base per l'atto comunicativo e la formazione delle aspettative riguardanti i risultati di essi.

Questa trasformazione è evidente in certi atti di comunicazione a distanza, i quali spingono a usare approcci differenti alla comunicazione e incoraggiano certi approcci in una maniera simile agli spazi comunicativi, seppur lo "spazio" sia puramente fittizio. Un esempio di questo processo può essere il chiamare al telefono un collega del lavoro, anche se ognuno di noi si trova nella rispettiva casa durante l'atto comunicativo, quindi siamo privati di uno spazio condiviso, la comunicazione avviene comunque in un luogo simbolico, poiché i

⁴⁰ Healey, P.G.T., White, G., Eshghi, A. *et al.* Communication Spaces. *Comput Supported Coop Work* 17, 169–193 (2008). <https://doi.org/10.1007/s10606-007-9061-4>

coinvolti adoperano gli stessi simboli, significati e norme che vigono in ufficio, creando una replica metafisica dello spazio fisico dove transazioni di natura simile dovrebbero avvenire. Non è quindi più necessario pensare ai luoghi della comunicazione come strettamente legati allo spazio materiale, di conseguenza non sono diventati vittima delle trasformazioni tecnologiche, ma sono stati estratti dalla realtà. La loro necessità li ha resi malleabili, che siano i momenti di una chiamata via telefono oppure le ore spese a scrivere una lettera, in quei momenti dove l'atto comunicativo avviene in una maniera estesa oltre le costrizioni fisiche del mondo reale, nasce un luogo liminale per la sola durata dello scambio.

Avendo elencato le differenze tra spazi e luoghi della comunicazione posso ora mostrare un aspetto che i due condividono, sia che la comunicazione avvenga in uno spazio oppure sia estrapolata in un luogo liminale: la localizzazione dell'atto comunicativo entro un panorama di simboli e significati ha lo scopo di creare una concordanza tra i parlanti per poter discutere. Con questo intendo dire che i membri che partecipano all'atto comunicativo devono, almeno in parte, condividere un'intesa su che tipo di transazione si sta per svolgere. A questo scopo gli spazi fungono da ancora, la loro locazione geografica limita il pubblico che può prendere parte a transazioni comunicative al loro interno, questo fa sì che tutti i partecipanti abbiano, almeno in parte, una maniera simile di interpretare l'atmosfera del luogo, facilitando così la mediazione dell'atto comunicativo attraverso le norme comunemente condivise. Questo processo evocativo nei soggetti accade perché gli spazi comunicativi sono costruiti all'interno dell'ambiente sociale che ne ha creato la simbologia e, di conseguenza, l'ha inserita all'interno di posizioni strategiche al fine di essere evocativa per i membri del gruppo. Gli stessi spazi diventano mezzi comunicativi, delineando ai membri di un determinato gruppo le proprie regole. Una cattedrale, ad esempio, può sicuramente ispirare stupore e meraviglia in chiunque, come opera d'arte e meraviglia architettonica, ma solo persone che hanno una conoscenza della religione cristiana possono cogliere, all'interno della costruzione, i simboli che determinano che tipo di comportamento mantenere e che clima le transazioni comunicative avranno all'interno. Gli atti di comunicazione assumono un doppio aspetto sociologico, il primo collegato ai rapporti sociali e comunicativi che questi ultimi ospitano e secondariamente come mezzo di comunicazione per l'identità della comunità locale.

La necessità di localizzazione crea delle difficoltà nei network estesi della comunicazione a distanza, dove soggetti dalle diverse rappresentazioni simboliche possono comunicare. Una problematica che si aggrava con la crescita delle possibilità di comunicazione, poiché la rete include un crescente numero di soggetti dalle disparate norme comunicative, privati della concordanza simbolica necessaria per creare un accordo, quindi le basi per poter comunicare con successo.

L'essenza della comunicazione è sociale e intersoggettiva: non esiste atto comunicativo che abbia successo se non attraverso un processo di cooperazione tra i parlanti, con una base di comprensione reciproca da cui sviluppare un processo che coinvolge sia le intenzioni del parlante che lo sforzo dell'ascoltatore, il tutto mediato all'interno di un luogo che, con i suoi simboli, accoglie e facilita il processo:

“Su questo aspetto, in virtù del quale il progetto austiniano di teoria degli atti linguistici suggerisce all'analisi pragmatica un modello «a due posti»

(parlante-interlocutore) e che si differenzia radicalmente dal concentrarsi di tanti studi di pragmatica sulle sole intenzioni del parlante”⁴¹

La comunicazione è quindi un fenomeno in cui prendono parte forze sociali e culturali. L'estensione delle possibilità comunicative garantito dall'avanzamento tecnologico non hanno quindi portato solo miglioramenti, poiché l'allontanamento degli interlocutori nel campo della simbologia degli spazi aumenta la difficoltà nello stabilire i luoghi di concordanza necessari per poter comunicare.

Nonostante quanto descritto, gli impedimenti creati dalla distanza non sono l'unico fattore di cui tenere conto. Possiamo anche dire che l'avvento di nuovi mezzi di comunicazione possa formare all'interno della popolazione nuovi simboli e significati attraverso il suo operato di connessione comunicativa, non solo adattare quelli precedenti. Esiste una relazione reciproca tra media e utenti: i primi contribuiscono a costruire la vita e la memoria pubblica e a loro volta i secondi contribuiscono a definire i campi di applicabilità dei nuovi mezzi. Esiste una relazione bidirezionale nel mondo classico della comunicazione in cui le forze dei media e degli utilizzatori si compongono in delicati equilibri, nati attraverso processi di creazione involontaria. Come esposto da Janet Abbate⁴² gli utenti non sono solo 'consumatori' di una tecnologia, ma partecipano attivamente alla definizione delle sue caratteristiche. Questi processi non sono però sempre consapevoli: i singoli privati si trovano in un rapporto spontaneo con il pubblico. Le forze che definiscono l'utilizzo dei media sono sparse nello spazio e spontanee nel loro operato, non esiste un'intenzionalità generale in questo processo di adattamento. I singoli soggetti sono sia creatori che recettori delle formazioni ideologiche e culturali che affiorano nella sfera pubblica, ma non sono necessariamente a loro volta perfettamente concordi con la totalità dei risultati di questo processo.

Le caratteristiche descritte in questi capitoli, riferiti al vecchio mondo della comunicazione, sono osservabili oggi, nel nuovo mondo. detto questo bisogna avere cautela nell'analisi di tali fenomeni, questo perché l'internet presenta caratteristiche assolutamente uniche, offrendo sfide senza precedenti ai processi comunicativi fino ad ora descritti, principalmente perché la rete creata attraverso di esso è la più grande a cui abbiamo assistito nella storia dell'umanità e il processo di costruzione sia dello strumento, che delle relazioni che avvengono su di esso, hanno delle caratteristiche incomparabili.

Capitolo 4: Il nuovo mondo dell'informazione

Con una visione di insieme dei processi del vecchio mondo dell'informazione e delle tecnologie che lo hanno definito è il momento di parlare dell'ultimo sviluppo nel mondo della comunicazione: Internet. Una tecnologia dalla potenza strabiliante, la sua rapida diffusione e evoluzione lo hanno portato a essere uno strumento comunicativo radicalmente diverso da tutti quelli precedentemente descritti, non solo effettiva potenza ma anche per il suo effetto

⁴¹ Sbisà, M. (2009). Linguaggio ragione interazione. Per una pragmatica degli atti linguistici. EUT Edizioni Università di Trieste. <http://hdl.handle.net/10077/3390>

⁴² Abbate, Janet. 1999. *Inventing the Internet*. Cambridge: MIT Press.

trasformativo su come ad oggi ogni essere umano si rapporta con ogni altra forma di media e tecnologia comunicativa. L'Internet non solo è lo sviluppo finale, ad oggi, del processo di estensione delle finestre comunicative, permettendo a chiunque, ovunque e in qualsiasi momento di mettersi in contatto con un altro privato, ma è anche il principale mezzo con cui ci rapportiamo a tutte le tecnologie classiche comunicative, avendo permanentemente cambiato la maniera in cui questi medium sono utilizzati, creati e interpretati. Questo doppio effetto rivoluzionario sarà descritto in questa sezione, al fine di spiegare al meglio perché la divisione su cui si basa questa analisi, quella tra il vecchio e nuovo mondo della comunicazione, è necessaria.

4.1 La nascita di Internet

L'internet si è rivelata una delle invenzioni più rivoluzionarie mai create dall'umanità. Eli M. Noam alla fine degli anni novanta lo definì il contributo principale alla storia della comunicazione apportato dal ventesimo secolo. Questa analisi si rivelò accurata, tanto che il ventunesimo secolo fu chiamato l'inizio dell'era digitale. Gli effetti che l'internet ha avuto sulla maniera in cui le persone comunicano tra loro sono innumerevoli e saranno discussi più approfonditamente nella sezione successiva, però per comprendere come mai questi cambiamenti abbiano preso la forma che osserviamo oggi è necessario raccontare la storia di come internet sia nato.

La creazione dell'internet affonda le sue radici negli anni sessanta del novecento e rispose alle necessità belliche di un mondo nelle grinfie della guerra fredda. Come abbiamo visto nel paragrafo 3.1 le innovazioni tecnologiche riguardanti la comunicazione si sviluppano quando la società sente che, per un motivo o per l'altro, i mezzi già a disposizione sono insufficienti o inadeguati agli scopi di chi vuole comunicare, in quest'ottica la prima domanda che bisogna porsi è quali siano queste nuove necessità create dalla guerra fredda per cui l'internet è stato sviluppato, osserviamo quindi che le principali sono tre: Resilienza del network, velocità e estensione.

Una rete di nodi paritari

Il primo dei tre punti, la resilienza, è specificamente una preoccupazione nata sotto l'ombra del terrore atomico. Nel periodo della guerra fredda l'introduzione delle armi atomiche aveva cambiato come le guerre potevano essere combattute, vista la distruttività di tali ordigni non si poteva scendere sul campo di battaglia, quindi la guerra fredda era svolta tra guerre proxi e schermaglie su terreno psicologico, il cui scopo era creare terrore su larga scala senza utilizzare effettivamente la forza. Churchill definì questo approccio "l'equilibrio del terrore", ma il termine con cui la maggior parte delle persone è familiare venne coniato poco dopo, quando l'arsenale statunitense di armi nucleari raggiunse misure sufficienti a resistere a un primo colpo ed essere in grado di contrattaccare. Le superpotenze avevano raggiunto il punto di "distruzione assicurata", disse il Segretario alla Difesa statunitense Robert McNamara nel 1968, fu poi il critico Donald Brennen ad aggiungere "reciproco" risultando nella frase inglese mutually assured destruction (MAD).

Finché MAD esisteva le possibilità di uno scambio atomico erano estremamente basse, quindi l'attenzione di tutti gli esperti si spostò su come mantenere il prospetto della distruzione reciproca, facendo sì che il terrore di tale devastazione tenesse a bada gli arsenali atomici. Una delle conclusioni, frutto di queste deliberazioni strategiche, fu l'importanza di una catena di comando non solo risoluta ma resiliente. Il timore era che la dottrina della MAD potesse venire meno se il prospetto strategico avesse permesso ad un primo attacco di impedire una ritorsione. Scenari simili erano stati pensati in precedenza e misure di sicurezza prese, solitamente dare ai direttori dei siti missilistici giurisdizione nel caso di un collasso delle strutture di comunicazione. Tali contromisure erano però rischiose: falsi allarmi e problemi localizzati avevano portato, alcune volte spaventosamente vicino, a scambi involontari. La necessità era quindi di avere comunicazioni chiare e centralizzate, per raggiungere questo fine il principale punto debole fu trovato nei mezzi di comunicazione tradizionali: una serie di colpi adeguatamente posizionati avrebbero potuto rendere muta la Casa Bianca, distruggendo le infrastrutture necessarie a mobilitare messaggi. Apparecchiature come pali telefonici e relay radio erano bersagli facili e la rigida struttura con cui i messaggi venivano trasportati attraverso di essi faceva sì che un solo colpo in qualsiasi parte della catena potesse compromettere l'intero network, impedendo l'invio di informazioni. Questa considerazione riguardo alla rigidità dei sistemi tradizionali guidò molte delle scelte di design, dal punto di vista militare, dell'Internet. La risposta a questa prima problematica fu la creazione di una rete tra sistemi indipendenti, l'idea era di far sì che qualsiasi messaggio si muovesse su Internet non dovesse prendere una via prestabilita, bensì ogni snodo (computatore) decidesse il punto successivo dove mandare il messaggio a seconda di disponibilità e velocità. Questo design rendeva ogni nodo parte del network di comunicazione sostanzialmente paritario, una rete orizzontale che, nel caso di una parte compromessa, potesse rapidamente prendere delle deviazioni per aggirare i blackout, sostanzialmente azzerando il rischio che un solo attacco potesse disattivare l'intera rete.

Computazione e comunicazione veloce

La seconda necessità, la velocità, emerge in due maniere, la prima riguarda il programma SAGE (Semi-Automatic Ground Environment), il quale fu avviato nel 1954 con lo scopo di tracciare e intercettare aerei nemici ad alta velocità. L'obiettivo era quello di utilizzare una serie di radar per raccogliere informazioni in tempo reale, per poi combinarle e analizzarle dando agli operatori umani risultati su questa enorme mole di dati in brevi lassi di tempo, in maniera che decisioni potessero essere prese. Il problema principale per il progetto SAGE era le capacità computative e la struttura dei calcolatori disponibili. I computer erano macchine enormi e lente, con la necessità di interi team e librerie di sostegni analogici per arrivare a risultati. Il costo delle macchine le rendeva rare e la mancanza di schermi o sistemi di output all'infuori del risultato finale rendeva difficile rapportarsi ai processi intermedi che avvenivano all'interno della macchina. La risposta a questi problemi fu il TX-0, acronimo di Transistorized Experimental computer zero, uno dei primi computer completamente transistorizzati.

La costruzione del TX-0 iniziò nel 1955 in luce dei limiti incontrati nelle tradizionali macchine IBM, superandoli incorporando circa 3.600 transistor, una tecnologia adatta per la

computazione ad alta velocità, rendendo il TX-0 e il suo discendente diretto, il PDP-1, piattaforme pionieristica per la ricerca. Per il MIT, questo fu il primo computer a fornire una console di sistema che consentiva l'interazione diretta, a differenza dei computer precedenti, che richiedevano l'uso di schede perforate come interfaccia primaria. I membri del Tech Model Railroad Club del MIT, i primissimi hacker, sfruttarono l'interattività offerta dalla console e si adoperarono in processi di ottimizzazione dei programmi che venivano fatti funzionare su queste macchine per rendere sempre più veloci le processazioni. Così i singoli computer che componevano i network del primordiale internet iniziarono a prendere aspetti simili a quelle che vediamo oggi, allontanandosi dalle enormi e lente forme dei loro predecessori, creando collegamenti veloci, indipendenti e facilmente operabili e migliorabili da utenti. Questa capacità di elaborazione dati relativamente veloce e la possibilità di scambiare i risultati tra sistemi indipendenti fece sì che oltre alle applicazioni militari, come SAGE o la protezione della MAD, i laboratori di ricerca universitari potessero fare uso di queste innovazioni per poter elaborare dati e modelli complessi e velocizzare le loro ricerche, non che potersi connettere con altri laboratori al fine di condividere risultati e nuovi dati. Fu proprio questa possibilità di connettersi e scambiare informazioni che guidò la ricerca di Paul Baran, il quale pensò di poter rendere più efficiente lo scambio di informazioni se questi ultimi potessero essere tagliati in parti più piccole. Baran si rese conto che i messaggi spezzettati in piccoli "pacchetti" di informazioni potevano viaggiare più rapidamente, ogni parte tracciando un percorso indipendentemente l'uno dall'altro tra i nodi della rete distribuita fino a raggiungere la loro destinazione e essere ricostituiti in un messaggio completo. Ciò significava che diversi tipi di trasmissione, come voce e dati, potevano essere mescolati e che diverse parti dello stesso messaggio potevano evitare colli di bottiglia nella rete, scegliendo percorsi individuali tra i vari computer che componevano la totalità della rete. Ciò che Baran e, con un orizzonte applicativo più piccolo nel Regno Unito, Donald Davies intuirono divenne la base della comunicazione internet contemporanea e, insieme agli sforzi degli hacker del MIT, divenne la base per la cultura di ottimizzazione e velocità che pervade l'internet oggi.

Un network globale

L'ultimo punto riguardante lo sviluppo dell'internet è l'estensione. Ancora una volta la diffusione di nuovi mezzi di trasporto, come le prime linee aeree commerciali, avevano allargato gli orizzonti della comunicazione umana e in un processo analogo allo sviluppo del telegrafo per gestire il treno, un nuovo sistema di comunicazione globale doveva essere creato per gestire questa ulteriore espansione degli orizzonti comunicativi umani. Proprio in quest'ottica osserviamo un distacco radicale con le tecnologie passate, visto che l'estensione di queste nuove connessioni prese forma su scala internazionale. La prima connessione di questo tipo, la cui natura era straordinaria, avvenne tra ARPANET negli Stati Uniti e NORSAR vicino a Oslo nel 1973. L'anno prima, alla dimostrazione pubblica di ARPANET al Washington Hilton Hotel nell'ottobre del 1972, un gruppo di ricercatori aveva mosso i primi passi verso una cooperazione internazionale formale su Internet. Il loro lavoro in quei due anni permise la formazione dell'International Network Working Group (INWG), inizialmente composto da ricercatori di ARPANET, rappresentanti del National Physics Laboratory (NPL) nel Regno Unito e del progetto di rete francese Cyclades. L'INWG avrebbe continuato a

tenere riunioni regolari e si sarebbe evoluto da un gruppo iniziale di 25 partecipanti fino a includere diverse centinaia di studiosi nella mailing list negli anni '90, connettendo una miriade di soggetti in un'area che comprendeva ambedue le sponde dell'Atlantico. Proprio attraverso queste mailing list le email nacquero come primo strumento per la connettività globale, inter-rete e multi-piattaforma. Nel 1983, CSNET iniziò a fornire canali di connessione per la posta elettronica dalle reti affiliate internazionali. Successivamente, i sistemi di posta elettronica consentirono a reti diverse di scambiarsi e-mail negli anni '90; reti di vario tipo iniziarono a proliferare, insieme a sforzi sempre più importanti nel consentire loro di intercomunicare. Ciò che stava emergendo era un Internet globale, formato da network e protocolli differenti in una moltitudine di luoghi in giro per il mondo. Il primo grande sforzo per standardizzare la comunicazione tra network differenti e gestire le diversità in formati nel primo internet partì intorno al 1980 al CERN, dove, al tempo, lavoravano circa 10.000 persone, ognuna con hardware e software diversi e buona parte della ricerca veniva svolta tramite e-mail e scambio di file, coordinando parti di molti progetti diversi. Tim Berners-Lee iniziò a lavorare per 6 mesi il 23 giugno 1980 al CERN, dove sviluppò ENQUIRE come strumento organizzativo personale per fare fronte alle difficoltà create dalle diverse tecnologie presenti nel luogo di ricerca. Purtroppo ENQUIRE mancava di una serie di parti fondamentali per funzionare come ad esempio la compatibilità con diverse reti, formati di disco, formati di dati e schemi di codifica dei caratteri, un muro che aveva fermato sforzi simili in precedenza poiché rendeva qualsiasi tentativo di creare un protocollo intersistema per trasferire informazioni un compito scoraggiante e generalmente impraticabile. Berners-Lee tornò al CERN nel 1984 e utilizzò estensivamente il suo sistema nonostante le limitazioni, riconobbe che era necessario un qualcosa di simile alla sua creazione, ma accessibile a tutti gli utenti della rete e non solo per uso personale. C'era la necessità che le persone fossero in grado di creare schede indipendentemente dagli altri e di collegarsi ad altre schede senza aggiornare il materiale a cui si erano collegati. Questa idea è la grande differenza tra ENQUIRE e quello che sarebbe poi diventato noto come il World Wide Web. Il fallimento di Berners-Lee fu che ENQUIRE non era adatto ad altre persone e ad un uso su di un ampio bacino di utenti. Un altro problema era che i collegamenti esterni, ad esempio a database esistenti fuori dai confini locali, non erano consentiti e che il sistema non era abbastanza potente da gestire un numero sufficiente di connessioni. ENQUIRE non fu lo strumento rivoluzionario per unificare il disparato primo internet, ma la necessità di sistemi come lui ci mostrano quanto questa nuova tecnologia fosse diffusa nel mondo, con decine di iterazioni e protocolli differenti e quanto la loro intercomunicazione fosse desiderata.

La “cultura” del primo Web

Queste tre preoccupazioni furono i principali assi di sviluppo dei sistemi internet e hanno avuto un duraturo effetto sulla struttura e cultura che si è formata negli ultimi tre decenni sul Web. Le scelte fatte al fine di aumentare la resilienza del network in vista di attacchi atomici favorirono, vista la natura paritaria dei nodi del network, una cultura democratica dell'internet, dove ogni utente si potesse individuare come parte di una comunità di pari all'interno del network, favorendo rapporti a rete paritetica. Questo clima tra i soggetti connessi dall'internet, misti alla volontà di ottimizzazione e velocizzazione i processi

elaborativi sulla rete, creò comunità di privati volte allo studio e creazione di nuove tecnologie informatiche e l'estensione globale del network che, una volta standardizzato grazie al protocollo World Wide Web, prese misure sconfinata e iniziò a ospitare i luoghi comunicativi più popolati disponibili sul panorama mondiale. La logica progressione di questo approccio, quando la tecnologia si diffuse grazie all'abbassamento dei prezzi dei computer, fu la nascita del Web 2.0, in cui le informazioni e i contenuti divennero plastici e mutevoli, aperti e infinitamente adattabili dagli utenti. Tim O'Reilly delineò un nuovo approccio allo sviluppo software che esemplificava la plasticità delle informazioni sul web, questo metodo richiama il ciclo di sviluppo software convenzionale, fatto di versioni progressive, dalla prima pre-alpha alla versione beta. O'Reilly pensava che il software non avesse più modo di raggiungere una versione definitiva. Quest'ultimo avrebbe dovuto invece incorporare costantemente idee e perfezionamenti provenienti dalla comunità globale degli utenti di Internet, in un processo di continuo miglioramento guidato dalla creazione di contenuti fatta dai peer. Questa ricerca continua di contenuti, opinioni e aiuti per il perfezionamento software cambiarono il tipo di piattaforma che il web ospitava. Al contrario dei predecessori sul Web 1.0, la prima generazione di siti in cui le persone erano limitate alla visualizzazione passiva e caricamento di contenuti senza interazioni dirette, un sito Web 2.0 consente agli utenti di interagire e collaborare attraverso il dialogo su piattaforme comunicative digitali. Alcuni esempi di funzionalità del Web 2.0 includono siti di social networking o siti di social media, blog, wiki e siti di condivisione video e di immagini.

Le preoccupazioni ingegneristiche della guerra fredda favorirono lo sviluppo rapido del web, grazie alla sua adozione da scienziati come mezzo veloce di comunicazione, e la formazione di una cultura paritaria tra gli utenti risultando in un ambiente perfetto per il dialogo tra privati. Apparentemente il Web 2.0 dovrebbe essere la conquista finale nel percorso della sfera pubblica, il network perfetto: altamente esteso, contenente informazioni facilmente ottenibili, facilitatore di dialogo tra privati e privo degli interessi economici che avevano rovinato i Mass Media tradizionali, eppure penso di poter affermare con certezza che il dibattito politico è peggiorato per colpa di Internet. Alcune delle ragioni sono state discusse in precedenza, come ad esempio la delocalizzazione degli scambi comunicativi o l'effetto camera ad eco, ma il fallimento di questo straordinario strumento necessita di essere raccontato più attentamente, anche perché esistono potenzialità irrealizzate che fanno ancora sperare nella nascita della sfera pubblica perfetta.

4.2 Nuove piattaforme di discussione

La nascita del Web 2.0 ha permesso a internet di divenire un luogo di discussione oltre che di divulgazione, trasformando l'utilizzo che gli utenti facevano dello strumento. Agli inizi del ventunesimo secolo la diffusione delle tecnologie informatiche, favorito da un abbassamento drastico dei prezzi, rese il Web 2.0 disponibile a una grande fetta della popolazione e la crescita nel numero di utenti corrispose in una diversificazione nelle piattaforme disponibili agli utenti online. Siti come Youtube, MySpace e Facebook nascono in questo periodo, facendo fronte a un crescente desiderio di comunicazione delle masse che stavano iniziando

ad entrare a far parte dell'universo digitale. La storia della nascita di queste piattaforme è necessaria per comprendere come l'internet si sia sviluppato nei due decenni successivi e di come i problemi insiti nella struttura del network siano stati esacerbati dall'esplosiva crescita della user-base e dai prospetti economici che tali quantitativi di persone portano con loro. La trasformazione dei siti web è importante da discutere in questo ambiente poiché attraverso lo studio di questo periodo possiamo creare la genealogia dell'internet contemporaneo. La storia del Web 1.0 ci ha permesso di ricostruire la struttura del sistema internet, ma la storia del web 2.0 ci permette di comprendere come la socialità online sia stata costruita.

La rivoluzione Social Media

Come ho espresso più volte i media si sono evoluti insieme al pubblico che li utilizza, così come con la più ampia economia, mostrando un complesso ecosistema di necessità, tecnologie e interessi. Queste complesse relazioni del mondo media sono espressamente sociali come ho esposto nel capitolo 2.3 e le tecnologie, come il telefono e la televisione, si sviluppano all'interno di routine comunicative o pratiche culturali inserite insieme alle tattiche quotidiane degli utenti. I mezzi di comunicazione diventano parte integrante della vita quotidiana in maniera organica, occupando spazi vuoti all'interno della vita degli individui. Secondo Lisa Gitelman, questi processi di integrazione sono strutture di comunicazione socialmente realizzate, formate dall'unità di tecnologia e significati attribuiti ad essa e dove la comunicazione è una pratica culturale, sociale e ritualizzata. La nascita delle piattaforme social media mostra un cambio in questo processo di integrazione. Con lo spostamento di una parte sempre maggiore di attività quotidiane in ambienti online, la crescente user base dei primi anni duemila non ha semplicemente canalizzato le proprie operazioni su di queste piattaforme, ma i creatori di queste ultime hanno programmato sistemi specifici, con l'obiettivo di servire interessi spesso all'infuori dalla facilitazione comunicativa.

Il principale di questi era sfruttare le informazioni nate da questa crescente interconnettività, trovando maniere di raccogliere e incorporare i dati per usarli in algoritmi per incoraggiare forme specifiche di socialità e renderla redditizia sul mercato. Piattaforme come Facebook, Twitter, YouTube e LinkedIn hanno utilizzato questa strategia con grande successo, inserendosi nelle attività di gruppi pre-esistenti sull'internet, collegando il loro brand a un determinato tipo di attività svolta online. Con la nascita di questi colossi abbiamo assistito ad una trasformazione della cultura digitale, da una partecipativa e paritaria a una incentrata sulle piattaforme e sugli interessi velati dei loro creatori, creando una socialità "piattaformata"

⁴³.

Questo passaggio ha spostato l'enfasi dalle comunità di interessi condivisi alla raccolta di dati e la creazione di servizi personalizzati. Mentre prima i siti web erano generalmente gestiti come canali per l'attività sociale e incoraggiavano uno sviluppo organico di connessioni e cooperazione, spesso mirato al miglioramento dei luoghi digitali di convivenza stessi (come espresso nella visione di Tim O'Reilly discussa nel capitolo precedente), le nuove piattaforme hanno trasformato l'Internet, rendendolo più facile da usare ma più difficile da modificare,

⁴³ van Dijck, Jose, *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media* (New York, 2013; online edn, Oxford Academic, 24 Jan. 2013), <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199970773.001.0001>

escludendo una parte essenziale del Web 1.0. Il risultato di questa privazione è descritto da Jonathan Zittrain⁴⁴, denominata nella sua opera come il processo di “appliancization”, per cui l’Internet e gli spazi contenuti in esso sono stati sottoposti da parte di alcune aziende ad un processo per trasformarlo in un luogo più protetto, proprietario e con codice sorgente chiuso. Dalla fine degli anni '90 una vasta gamma di piattaforme hanno iniziato a offrire strumenti web che hanno dato vita a nuove forme di comunicazione, esclusive ai loro domini. L'obiettivo delle organizzazioni che gestivano queste piattaforme era di appropriarsi di una determinata comunità online con le proprie tecnologie, facendo sì che il loro marchio diventasse il marcatore di una specifica attività.

Marchi come X, YouTube, MSN e Skype sono diventati sinonimi di microblogging, condivisione video, chat e videoconferenza, nuove interazioni comunicative che queste piattaforme hanno sviluppato o contribuito a riprogettare. Il massimo successo si ottiene quando il nome della propria azienda si collega ad una determinata attività: il primo esempio di tale fenomeno di codifica e branding nel mondo online è l'evoluzione del “googling”, oggi sinonimo di ricerca online.

Interessi economici nel Web 2.0

Le piattaforme Online sono oggetti dinamici che vengono modificati in risposta alle esigenze dei loro utenti e agli obiettivi dei loro proprietari, in un processo diverso da quello osservato nelle “culture” digitali del web 1.0, un’attività unilaterale finalizzata a interessi economici in reazione alle piattaforme concorrenti e alla più ampia infrastruttura tecnologica ed economica nel quale queste ultime si sviluppano. Questa considerazione ci mostra un’altra radicale differenza tra il vecchio e il nuovo mondo della comunicazione: lo sviluppo dei mezzi di comunicazione, in questo caso le singole piattaforme e i loro strumenti, non sono guidati dai loro utilizzatori in un processo dal basso, bensì dai loro creatori, allontanandoli dalle loro basi sociali per renderli più proficui. Questo processo di sviluppo blocca la nascita di processi sociali in maniera spontanea, peggiorando le dinamiche di interazione, già impoverite dalla scomparsa degli spazi.

Questo processo di evoluzione porta grandi difficoltà nell’interpretare l’Internet come un mezzo di comunicazione al pari di quelli tradizionali, visto che lo studio della sua evoluzione ha caratteristiche radicalmente differenti da quelli descritti in 3.1, portando a una diversificazione tra le piattaforme dalla spiccata specializzazione. Descrivere l’Internet come uno strumento unico è uno sforzo poco proficuo, visto che le dinamiche comunicative al suo interno sono collegate alle singole scelte di design e agli strumenti disponibili all’interno di specifici ecosistemi social. Al fine di rendere l’analisi del nuovo mondo della comunicazione nella prossima sezione più proficua qui di seguito delinearò delle distinzioni tra varie piattaforme digitali, seguendo lo schema proposto da Jose Van Dijck in *“The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media”*: per primi i “siti di social network” (SNS), il cui scopo è il contatto interpersonale tra soggetti privati o gruppi di individui con interessi in comune, che questi siano personali, professionali o culturali. Esempi di questa tipologia

⁴⁴ Zittrain, Jonathan. (2009). The Future of the Internet and How to Stop It. The Future of the Internet - And How to Stop It.

sono Facebook, X, LinkedIn e Bluesky. Secondariamente i siti per i "contenuti generati dagli utenti" (UGC), il cui scopo è incoraggiare la creazione e la condivisione di contenuti da parte della userbase attraverso software e strumenti di proprietà della piattaforma. Siti UGC noti sono YouTube, Wikipedia, Soundcloud e Instagram. Meno importanti per le analisi svolte in questa tesi, ma comunque rilevanti nel più ampio panorama delle piattaforme digitali, sono i trading e marketing (TMS) e i siti di gioco e intrattenimento (PGS) tra cui figurano piattaforme come Amazon, Ebay, Craigslist e tanti altri. Questa divisione non è totalmente esaustiva, questo perché alcuni siti UGC includono piattaforme di trading e marketing (Marketplace per Facebook) oppure integrazioni per promuovere attività di vendita su siti esterni (gli shop di Instagram), come detto in precedenza i confini e applicazioni di queste piattaforme sono in continua evoluzione e competizione, cercando di rubare percentuali di mercato l'una all'altra, introducendo funzionalità appartenenti ad altre categorie. Nonostante le linee di demarcazione tracciate non siano così nette, ciò che è veramente importante da capire da queste distinzioni è lo scopo principale della piattaforma in analisi poiché, tenendo a mente gli interessi specifici dei gestori di tali siti, possiamo comprendere l'origine di scelte di design e di conseguenza l'origine di molti dei comportamenti diffusi in ambito comunicativo che andrò ad analizzare nella sezione successiva.

In conclusione la storia del dialogo online nasce con molte delle caratteristiche che osserviamo nella più generale storia della comunicazione. Questo cambia con l'avvento del Web 2.0 e l'aumento degli interessi economici portato dai crescenti numeri di utenti monetizzabili all'interno dell'ecosistema internet. Questo sradicamento dei mezzi comunicativi dalle masse crea un sistema che non risponde alle necessità sociali o culturali della comunicazione, favorendo lo sviluppo di problematiche all'interno del dibattito tra privati. Questo si aggiunge a quelle già presenti nel mondo classico della comunicazione, anche loro esacerbate dai nuovi contesti digitali.

Sezione 2: La nuova sfera pubblica

Avendo analizzato approfonditamente il vecchio mondo della comunicazione è ora il momento di spostare il focus della mia analisi su Internet e l'ecosistema comunicativo ad esso collegato. Lo scopo di questa sezione è mettere in evidenza i problemi che l'avvento del Web ha creato all'interno della sfera pubblica e come il trasferimento della comunicazione dai Mass Media tradizionali a quelli digitali sia stato guidato da uno sfrenato ottimismo, le cui conseguenze sono un sensibile peggioramento del dibattito democratico.

Capitolo 5: Cyberdemocrazia

Per molto tempo Internet è stato visto come un strumento dalle grandi potenzialità, indissolubilmente legato alla democrazia. Il suo ruolo come garante dei sistemi democratici è stato esaltato in tanta letteratura accademica all'inizio del millennio, ritenendo che l'alba dell'era digitale avrebbe portato a un mondo più libero, capace e democratico.

Queste speranze sembrano, a oggi, essere state mal riposte, ma per comprendere al meglio il perché di questo fallimento è bene inquadrare le teorie riguardanti il ruolo che Internet ha nei sistemi democratici e come le piattaforme su di esso contenute abbiano cambiato la forma del dibattito pubblico

5.1 Tecnologia liberativa o oppressiva?

Come discusso in precedenza è evidente come gli strumenti di comunicazione cambino i paradigmi di potere del loro tempo, in questo Internet non è differente, la sua nascita ha portato ad una serie di sviluppi all'interno della sfera politica e sociale. La domanda centrale è capire quali siano gli effetti che questo nuovo mezzo di comunicazione ha avuto sulle istituzioni politiche e sul loro funzionamento, in particolare la mia analisi si vuole concentrare sull'idea largamente condivisa durante l'infanzia di Internet, che quest'ultimo fosse una forza positiva nello sviluppo e nascita di sistemi e ideali democratici.

Due teorie diverse

Il dibattito sugli effetti che Internet ha sui sistemi politici si struttura attorno a due posizioni principali: Internet come tecnologia liberativa oppure come tecnologia oppressiva. La prima posizione è in linea con le teorie dell'inevitabilità democratica, che inquadrano Internet come una spinta democratizzante, il quale rafforza la possibilità degli individui di costruire la propria identità e permette la nascita di gruppi indipendenti, teoricamente facilitando la creazione di enti dissidenti contro governi dittatoriali e offrendo canali per far sentire la propria voce all'infuori dei confini nazionali, permettendo di cercare legittimazione sullo stage internazionale. D'altro canto Internet può essere utilizzato come tecnologia oppressiva, facilitando l'operato di tirannidi nel controllo e repressione della propria popolazione, risultando un'interessante inversione riguardo ciò che ci si potrebbe intuitivamente aspettare.

Il confronto tra queste due posizioni è però difficoltoso, principalmente a causa dell'ampio numero di variabili in gioco quando si parla di analizzare la relazione tra Web e forme di governo. Quindi parlare di Internet come un'influenza unica sulle nazioni è in parte sbagliato, troppo può cambiare in ogni determinata situazione per poter dare un giudizio sulla totalità dei processi⁴⁵. Detto questo è importante cercare, nella miglior maniera possibile, di comprendere come il Web cambi i rapporti tra il pubblico e le istituzioni, e se i risultati così ottenuti siano desiderabili all'interno di un'ottica democratica liberale.

Tecnologia liberativa

La teoria legata a Internet come tecnologia liberativa può essere divisa in due parti principali, la prima riguarda la capacità del Web di potenziare i sistemi democratici già esistenti, mentre la seconda evidenzia la possibilità dei mezzi digitali di farne nascere di nuove, facendo cadere stati illiberali.

Nel primo caso uno dei campi di miglioramento solitamente citati è la possibilità di creare forum di discussione digitali, permettendo a grandi quantitativi di cittadini, che altrimenti non avrebbero modo di parlarsi, di comunicare tra loro a discapito delle distanze che li separano⁴⁶. Oltre a estendere le possibilità comunicative, Internet può essere anche visto come un promotore di istruzione, facilitando l'opera di raccolta di informazioni, lo sviluppo di competenze pertinenti ai problemi sentiti per i singoli privati e rafforzando le capacità analitiche, tutti aspetti essenziali per il corretto funzionamento della sfera pubblica.

Nel secondo caso Internet offre alle persone la possibilità di organizzarsi per realizzare collettivi, comunità o enti. Questo processo contribuisce a una struttura "multicentrica"⁴⁷, togliendo il primato agli stati nazionali come unici luoghi decisionali. Ciò significa che le persone possono scegliere tra un maggior numero di gruppi come loro guida, oltre al proprio Stato-nazione, consentendo ai cittadini di costruire la propria identità più liberamente attorno a tematiche da loro percepite come importanti. La formazione di gruppi dissidenti contro stati illiberali all'interno della loro popolazione è facilitata, portando al disgregamento della base ideologica dei regimi autoritari e alla nascita di nuove democrazie. Questo grazie al fatto che i luoghi digitali di comunicazione non possiedono spazi comunitari su cui far valere i tradizionali metodi di repressione e il network transnazionale favorisce il trasferimento di informazioni togliendo il monopolio culturale alla tirannide.

Un'importante teoria per capire meglio questo rapporto è il "Dictator's dilemma"⁴⁸, la cui storia si ricollega alla caduta dell'Unione Sovietica. Il dilemma cerca di analizzare l'origine

⁴⁵ Kneuer, Marianne. (2025). E-Democracy. 10.1007/978-3-658-37373-3_23.

⁴⁶ Barth, T.D., Schlegelmilch, W. (2014). Cyber Democracy: The Future of Democracy?. In: Carayannis, E., Campbell, D., Efthymiopoulos, M. (eds) Cyber-Development, Cyber-Democracy and Cyber-Defense. Springer,

⁴⁷ Rosenau, J., & Johnson, D. (2002). Information technologies and turbulence in world politics. In J. E. Allison (Ed.), Technology, development, and democracy (pp. 55-78). Albany: State University of New York Press.

⁴⁸ Kedzie, Christopher R. (1997). Communication and democracy : coincident revolutions and the emergent dictator's dilemma / Christopher R. Kedzie. Santa Monica, CA (1700 Main St., P.O. Box 2138, Santa Monica 90407-2138) : RAND

delle aspirazioni democratiche delle nazioni dell'est Europa, nate in concomitanza con la disgregazione dell'URSS. La necessità di una nuova teoria per spiegare il fenomeno osservato nell'ex blocco sovietico nasce poiché, fino a quel punto, il pensiero dominante riguardo alla nascita di sistemi democratici aveva posto una forte enfasi sullo sviluppo economico come precursore necessario per l'avvento di realizzate democrazie. Questa credenza era stata documentata in India negli anni sessanta, sottolineando come un'economia sana proteggesse le istituzioni da estremismi politici. Il problema in questa teoria nel caso sopracitato riguardava la traiettoria percorsa dell'Unione Sovietica: una parabola economica discendente stava creando sempre più forti aspirazioni democratiche. Sicuramente parte di questo fenomeno è riconducibile all'indebolimento del potere che Mosca aveva sui suoi territori, ma un ruolo essenziale nello sviluppo delle tante nuove democrazie in est Europa è stato preso dalla crescente libertà di circolazione delle informazioni⁴⁹. La tesi di Kedzie riguarda proprio questo aumento sensibile di contatti con l'occidente come una forza democratizzante: l'idea alla base del dilemma è che in un mondo globalizzato, al fine di rimanere competitivi sul palco internazionale, i governi necessitano di avere dei confini permeabili dal punto di vista delle informazioni, rinunciando a una parte del controllo che si possiede sul popolo della propria nazione. Di conseguenza un dittatore deve scegliere attentamente cosa fare: rimane in isolamento rispetto alla comunità internazionale da potere assoluto sulle informazioni, ma indebolisce drasticamente le potenzialità economiche della nazione (Nord Corea), ma aprendo troppo il flusso delle informazioni il rischio è far crollare le basi ideologiche del proprio consenso (Unione Sovietica).

Tecnologia Oppressiva

Come detto Internet offre un dilemma agli stati non democratici, di conseguenza un immaginario dittatore deve muoversi con cautela riguardo all'implementazione di nuove tecnologie comunicative. Se effettivamente Internet fosse esclusivamente una tecnologia liberativa allora il calcolo sarebbe estremamente rischioso, rendendo sfavorevole un'implementazione su larga scala, eppure è evidente che anche in stati illiberali abbiamo osservato, negli ultimi trent'anni, un'alta penetrazione digitale⁵⁰. Questa implementazione mostra come il "Dictator's Dilemma" abbia in realtà delle soluzioni favorevoli allo stato dittatoriale e dei metodi per arginare le proprietà più "pericolose" di questa nuova tecnologia comunicativa. Questo approccio, applicato per utilizzare Internet come tecnologia repressiva, è chiamato Tecno-Autoritarismo, definito come un regime dedito ad analizzare e influenzare il comportamento dei cittadini, delle aziende e di altre forze politiche e gruppi di interesse subnazionali attraverso sorveglianza digitale. Questi sistemi sono avanzati, diffusi e in tempo

⁴⁹ Shane, Scott, *Dismantling Utopia: How Information Ended the Soviet Union*, Ivan R. Dee, Inc., Chicago, Illinois, 1994.

⁵⁰ Rød, E. G., & Weidmann, N. B. (2015). Empowering activists or autocrats? The Internet in authoritarian regimes. *Journal of Peace Research*, 52(3), 338-351.

reale, favoriti dallo scambio di informazioni tra aziende private e agenzie governative, fornendo a queste un accesso completo e regolare ai dati raccolti dai Internet provider ⁵¹. Possiamo prendere come esempio di ciò il Golden Shield Project, creato dalla Cina, come un'implementazione dell'internet in un ottica tecno-autoritaria ⁵². Nato concettualmente nel 1997, tre anni dopo l'avvento di Internet in Cina, la base ideologica del progetto può essere espressa dalla seguente citazione di Deng Xiaoping⁵³, basata su di un detto tipico cinese:

“Se apri la finestra per l'aria fresca, devi aspettarti che qualche mosca entri.”

Internet era una necessità per mantenere competitiva la crescente economia cinese, ma la leadership del partito comunista percepiva possibili pericoli riguardanti il circolo sregolato di informazioni all'interno del mondo digitale, così decisero di creare un sistema per controllare il flusso di dati sull'Internet. Di particolare interesse per questa analisi è il sottosistema soprannominato "il Grande Firewall", utilizzato come termine da WIRED in un articolo del 1997⁵⁴. Lo scopo di questo strumento è bloccare i contenuti impedendo l'instradamento degli indirizzi IP verso siti ritenuti pericolosi. Oltre a questo lavoro di bloccaggio, un'altra funzione riguarda la capacità del firewall di avvelenare le cache DNS quando vengono richiesti siti specifici, cioè permette di dare informazioni false durante il direccionamento verso un determinato indirizzo, facendo sì che i DNS portino al nulla o, in alternativa, ad altri contenuti. Questo processo è diverso dalla costruzione di Intranet localizzati, come per esempio il progetto Nord Coreano, in cui viene costruito un Internet alternativo, scollegato totalmente dal Web principale. L'operato cinese è un fine sistema di controllo dedicato a utilizzare tutti i benefici della rete monitorando attentamente possibili attività dissidenti. Non solo però possiamo osservare sforzi per il controllo di Internet e delle informazioni su di esso contenute, possiamo anche vedere come il Web sia diventato un strumento di oppressione. Nel caso cinese vengono utilizzati "punteggi di credito sociale", basati sulla totalità dei dati di sorveglianza raccolti e calcolati sulle basi delle norme e i comportamenti approvati dal regime. Questo sistema consente la piena partecipazione all'economia e alla società solo a coloro che hanno un buon punteggio, mentre i comportamenti che si discostano da queste norme incorrono a perdita di punti e comportano sanzioni automatiche, come ad esempio condizioni di prestito peggiori, minori opportunità di lavoro e esclusione dagli appalti pubblici. Gravi violazioni possono portare all'esclusione totale da servizi pubblici o processi di e-governance⁵⁵.

⁵¹ [https://www.treccani.it/vocabolario/neo-tecnoautoritarismo_\(Neologismi\)/](https://www.treccani.it/vocabolario/neo-tecnoautoritarismo_(Neologismi)/)

⁵² Goldsmith, Jack L.; Wu, Tim (2006). Who Controls the Internet?: Illusions of a Borderless World. New York: Oxford University Press. p. 91. ISBN 0-19-515266-2.

⁵³ [https://www.treccani.it/enciclopedia/deng-xiaoping_\(Dizionario-di-Storia\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/deng-xiaoping_(Dizionario-di-Storia)/)

⁵⁴ Barne, Geremie R.; Ye, Sang (6 January 1997). "The Great Firewall of China". Wired. Archived from the original on 1 January 2016.

⁵⁵ Caren Morrison (2016). How China Plans to Blacklist Financially Unstable Citizens, Fortune, 30 November 2015.

Tramite questa analisi emerge che Internet non sia, a priori, uno strumento a favore della democrazia e come possa essere impugnato da sistemi illiberali per promuovere le loro agende di repressione. La strada verso la Cyberdemocrazia non è quindi semplice come venne pensato nei primi periodi del Web e la relazione tra il digitale e il liberale non è lineare o ovvia. Questa percepita semplicità ha però informato la penetrazione e implementazione dell'Internet all'interno delle politiche e istituzioni delle democrazie occidentali, portando a effetti problematici nel funzionamento della sfera pubblica. Nelle due parti successive di questa sezione è mia intenzione analizzare le potenzialità, problematiche e effetti negativi che Internet ha nelle società democratiche, cercando di delineare, con più precisione, le pericolosità insite nella metodologia con cui Internet sia stato utilizzato e implementato, processi guidati dall'ottimismo delle istituzioni e dei privati, e come effettivamente il dibattito contemporaneo sia sostanzialmente modificato, in genere per il peggio.

5.2 I nuovi mezzi di comunicazione

Ho illustrato nella sezione precedente come le tecnologie comunicative siano influenzate dai loro utilizzatori, in questo frangente Internet è un'anomalia poiché esso non si adatta organicamente alle necessità dei propri utenti, tale processo di modifica avviene attraverso l'intervento dei proprietari della piattaforma, che considerano una serie di fattori all'infuori della funzionalità comunicativa mediandola con i desideri della propria user base, facendo sì che la struttura dei luoghi digitali siano costruiti dall'alto verso il basso. In luce di questo voglio ora scendere nei dettagli del diverso ecosistema delle piattaforme di discussione digitali, più comunemente conosciute come Social Media. Intendo analizzare i principali luoghi digitali di discussione e come la loro progettazione dall'alto influenzi gli atti comunicativi che avvengono al loro interno.

All'inizio del Web, Internet non pareva dissimile, nel suo utilizzo, rispetto alle altre tecnologie comunicative, con questo intendo che il Web 1.0 presentava le caratteristiche di sviluppo che ho associato ai mezzi del vecchio mondo della comunicazione, in particolare l'elemento che ritengo importante da evidenziare, poi perso con l'avvento del Web 2.0, è la convivenza tra la tecnologia comunicativa e le pratiche quotidiane da essa incoraggiate. Come espresso da José van Dijck, le tecnologie comunicative si sono evolute nel loro utilizzo come parte delle pratiche sociali quotidiane dei loro utilizzatori, tecnologie come il telefono si sono sviluppate insieme a routine comunicative o pratiche culturali, come il chiacchierare al telefono, in un rapporto vicendevole che ha sia direzionato gli sviluppi successivi della tecnologia sia il rapportarsi degli utenti a essa. In questo senso le tecnologie del vecchio mondo della comunicazione sono generiche, cioè non incoraggiano particolari comportamenti nei loro utenti, offrono solo nuove finestre comunicative, come poi queste debbano essere usate viene definito dai singoli privati nelle necessità esistenti nelle loro vite. Esiste in questo una differenza forte tra le Chat Rooms del Web 1.0, anch'esse luoghi generici in cui ogni tipo di interazione comunicativa poteva avvenire, e le piattaforme social del Web 2.0, queste ultime non possiedono la struttura presente nelle prime, sono quindi differenti dalle tecnologie generiche. Il termine usato all'interno del saggio per questo nuovo tipo di rapporto

utente-tecnologia è programmato, questo perché la natura delle interazioni che avvengono all'interno di una piattaforma non è più generata dagli utenti, in un processo di sviluppo organico, la piattaforma permette alcuni tipi di atti comunicativi impedendone altri. si può osservare un cambio di natura dei servizi digitali in seguito di questa evoluzione: dalla fornitura di un servizio di pubblica utilità alla fornitura di un servizio personalizzato e commercializzabile.

Le caratteristiche importanti da osservare al fine di comprendere questi cambiamenti nell'analisi delle piattaforme diventano le seguenti: che tipo di comunicazione è permesso, come queste limitazioni mostrano le intenzioni dei designer del sito e come i due punti precedenti concorrono nel danneggiare la comunicazione organica tra utenti. Emersi questi tre punti di seguito intendo analizzare alcune delle piattaforme digitali più popolari, mettendo in luce come la loro struttura particolare sia problematica.

Facebook

Nel maggio 2010, Mark Zuckerberg definì la missione di Facebook come la costruzione di un Web in cui "la normalità fosse social" per "rendere il mondo più aperto e connesso"⁵⁶. L'idea centrale del design di Facebook è creare connessioni, in particolare avvicinare persone con interessi simili. In questo sforzo la piattaforma ha creato due strumenti per guidare l'azione dell'algoritmo: i "mi piace" e gli "amici". In generale la struttura di Facebook non dovrebbe sorprendere nessuno che sia entrato in contatto con qualsiasi piattaforma social media, in una forma o nell'altra questi due elementi sono presenti praticamente ovunque in siti analoghi come per esempio Instagram. In questo Facebook, con il suo ruolo di apripista, ha fatto da template standard per buona parte delle altre piattaforme.

L'ottimizzazione del Social Media è quindi fatta nell'ottica di presentare agli utenti nuovi contenuti o persone, a questo scopo i "mi piace" fungono da catalogo per delineare quali siano gli interessi dell'utente, in questa maniera è possibile vedere quali altri contenuti siano adiacenti alle passioni del singolo privato e consigliarli. In una maniera simile gli "amici" creano uno standard da cui poi la piattaforma estrapola caratteristiche al fine di consigliare persone nuove, accomunando soggetti sulla base di interessi comuni, vicinanza geografica o amicizie condivise. Facebook in particolare è pioniere nell'utilizzare i dati riguardanti gli interessi dei propri utenti per ottenere un ritorno economico, oltre che per connettere persone, vendendo a piattaforme pubblicitarie gli interessi degli utilizzatori della piattaforma per proporre pubblicità mirate, in una maniera analoga a come Facebook propone nuove conoscenze.

L'effetto di questa struttura di incontro tra persone simili è in parte già stato discusso nel fenomeno delle camere a eco, Facebook non fa particolari differenze su quali siano gli interessi che un soggetto ha, questo fa sì che sulla piattaforma una serie di movimenti anti scientifici possano proliferare, venendo consigliati agli utenti, aiutandoli a trovare nuovi membri. Anti-vaxxers, terra piattisti e fedeli di complotti di ogni genere trovano in Facebook

⁵⁶ Dan Fletcher, "How Facebook Is Redefining Privacy," Time, May 20, 2010. Available at <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1990798,00.html>. Last checked June 7, 2012

uno strumento di reclutamento e divulgazione, con la piattaforma che storicamente ha fallito nel combattere questo ciclo di disinformazione⁵⁷

Twitter

Prima di discutere la struttura di Twitter è mio dovere premettere che tutto ciò contenuto nella sezione che segue è riferito alla piattaforma prima dell'acquisizione fatta da Elon Musk e la conseguente trasformazione del sito in X.

Twitter iniziò con la volontà di diventare una piattaforma dedicata alla comunicazione nella sua forma più basilare, l'idea era catturare l'identità delle vecchie board di discussione del Web 1.0, sostanzialmente ritornando a essere una tecnologia comunicativa generica. In realtà questa tendenza creò diversi problemi a Twitter sul lungo termine, principalmente con difficoltà per la monetizzazione. Oltre a queste problematiche l'identità della piattaforma era immaginata come un luogo di scambio comunicativo rapido, continuo e diversificato. L'idea era creare uno strumento di comunicazione che potesse scomparire, senza offrire interferenze o modifiche all'atto comunicativo in sé.

Con il tempo necessità economiche spinsero Twitter a inserire una serie di funzioni che fermarono questa aspirazione, come per esempio il “trending”, una pagina in cui gli algoritmi di Twitter scelgono i temi più discussi sulla piattaforma, mostrandoli agli utenti insieme a una selezione di messaggi legati all'argomento. In secondo luogo l'introduzione della certificazione dell'account, una feature che permetteva a soggetti di particolare rilevanza pubblica di ottenere dei benefici, come per esempio la possibilità di essere monetizzati, o di apparire più spesso all'interno dei messaggi selezionati. Elementi che hanno pilotato la discussione all'interno della piattaforma verso argomenti ritenuti come rilevanti dagli algoritmi più che dalle persone e verso interlocutori importanti, anche se non sempre competenti. Un altro problema legato all'architettura digitale di Twitter è la lunghezza dei messaggi, limitata tradizionalmente a 140 caratteri, incoraggiando brevità, in un fenomeno comunicativo simile all'ottimizzazione per il “soundbite”, discusso di seguito in questa sezione, danneggiando la completezza degli atti comunicativi. Ultima caratteristica è la gravitazione degli utenti verso pochi soggetti dediti al microblogging, in particolare un piccolo gruppo, circa il 10% degli utenti, rappresenta oltre il 90% dei messaggi scritti. Oltre a questo solo una piccola percentuale delle relazioni sulla piattaforma risulta reciproco, con il 68% degli utenti che non è seguito da nessuna delle persone che egli segue, indicando come la piattaforma si sia mossa verso un utilizzo informativo, dove la gran parte degli utenti si avvicina alla piattaforma per conoscere opinioni o commenti di pochi account certificati, non per conoscere nuove persone o per parlare con i propri conoscenti. Spesso gli utenti che risultano attirare grandi quantitativi di persone hanno fatto della notorietà su Twitter un loro obiettivo:

⁵⁷ Soojong Kim and Jisu Kim. 2023. The Information Ecosystem of Conspiracy Theory: Examining the QAnon Narrative on Facebook. *Proc. ACM Hum.-Comput. Interact.* 7, CSCW1, Article 150 (April 2023), 24 pages. <https://doi.org/10.1145/3579626>

“L'influenza non si ottiene spontaneamente o accidentalmente, ma attraverso uno sforzo concertato, come limitare i tweet a un singolo argomento”⁵⁸

Indicando che le persone che diventano famose su Twitter e hanno grandi seguiti sono più concentrati alla fama offerta dalla piattaforma, che effettivamente risultare figure competenti o smuovere il dibattito pubblico in direzioni proficue.

Youtube

Dopo la sua creazione nel 2005, YouTube fu pensato come una piattaforma d'intrattenimento alternativa alla televisione, principalmente incentrata sulla produzione e la condivisione di video amatoriali autoprodotti. Questa era un'alternativa estremamente radicale, offrendo attraverso nuove tecnologie, un cambiamento del paradigma nel settore televisivo tradizionale e una pletora di nuovi contenuti. Evidenziare la differenza tecnologica rispetto alla televisione fece parte di uno dei principali sforzi che Youtube fece nella sua infanzia. Mentre il broadcasting tradizionale era regolato da agenzie centrali che controllavano la fornitura e la distribuzione dei segnali, oltre che i tipi di contenuti trasmessi, YouTube offriva uno spazio creativo più libero, dove un minor numero di regolazioni e costi di pubblicazione nulli avrebbero permesso a tutti di creare contenuti audio video. Questa narrativa era in parte un inganno: anche se Youtube non possedeva effettivamente controllo sul contenuto guardato dai suoi utenti, come una tradizionale emittente televisiva aveva, ciò non significava che ci fosse una totale assenza di mediazioni, al contrario, esisteva un'infrastruttura digitale di motori di ricerca e algoritmi di ranking integrati nell'interfaccia della piattaforma, impegnati in un'opera di selezione e filtraggio dei contenuti, creando canali preferenziali attraverso cui gli utenti vengono indirizzati verso certi tipi di contenuti, ad esempio i video "più popolari" o dove risulta più facile inserire pubblicità. In altre parole, i principi di ranking e popolarità governano l'architettura della piattaforma YouTube, pilotando gli utenti verso contenuti approvati dalla piattaforma.

Questa selezione dei contenuti dietro alle quinte creò un interessante fenomeno per cui intorno al 2007 si può osservare una significativa trasformazione degli utenti, da un comportamento attivo a un comportamento passivo, evidenziando una trasformazione dei privati sulla piattaforma da creatori di contenuti a semplici consumatori. Gli spettatori che non avevano mai caricato un singolo video o non avevano mai commentato diventarono la maggioranza degli utenti del sito, visto che sforzi creativi nuovi dovevano confrontarsi con l'infrastruttura nascosta di algoritmi e classifiche, rendendo difficile effettivamente creare contenuti, portando alla morte di buona parte delle attività effettivamente "social" della piattaforma, diventando semplicemente un programma di video streaming on demand, incentrato sulla diffusione di intrattenimento.

⁵⁸ Cha, M., H. Haddadi, F. Benevenuto, and K. P. Gummadi. 2010. Measuring user influence in Twitter: The million dollar fallacy. Proceedings of the Fourth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media. <http://pdfcast.org/pdf/measuring-user-influence-in-twitter-the-million-followerfallacy>.

In conclusione l'architettura delle piattaforme digitali crea problematiche per gli atti comunicativi che avvengono al loro interno, forzando gli utenti in certi comportamenti e utilizzi, che siano gli algoritmi di Youtube che forzano gran parte degli utenti a diventare spettatori passivi di contenuti o il trending di Twitter a concentrare la user base intorno a pochi, vocali account. Questo processo è nuovo e diverso da come lo sviluppo delle tecnologie comunicative avveniva nel vecchio mondo della comunicazione, evidenziando come il controllo esercitato dalle corporazioni sulle piattaforme danneggi e soffochi il dibattito organico, creando effetti dannosi alla sfera pubblica⁵⁹.

Capitolo 6: I rischi

L'utilizzo di Internet pone una serie di rischi al funzionamento della democrazia, tali effetti sono in buona parte dovuti all'incauta implementazione delle piattaforme di discussione nel dibattito pubblico, oltre che le metodologie di ricerca browser delle informazioni che dovrebbero guidare i giudizi dei privati. Nei seguenti capitoli tre rischi specifici sono presentati, mostrando alcune sfide che Internet pone alle necessità della sfera pubblica e come quest'ultime stiano danneggiando il funzionamento delle nostre democrazie. In particolare i problemi discussi in questa parte del testo hanno relativamente poca letteratura, in quanto sono emersi di recente come punti contenziosi dell'ecosistema digitale e le loro conseguenze potrebbero essere risolte celermente come concretizzarsi in problematiche ben più grandi in futuro. Proprio per il grado di incertezza legato alla natura novella di quanto discusso di seguito sento adeguato separarli dai casi del capitolo 2, i quali hanno subito una ricerca approfondita e i cui effetti sono ben più sentiti oggi.

I punti principali discussi in questo capitolo riguardano: la qualità delle informazioni nel mondo digitale e la competenza di coloro che le diffondono, il crescente sentimento di avversione verso esperti in campi di ricerca osservabile sul Web e nel panorama politico contemporaneo e la confusione nel dibattito contemporaneo, principalmente dovuta al cambio di dinamiche interne al pubblico di privati.

6.1 Informazioni affidabili e divulgatori certificati

Internet è il più grande archivio di informazioni mai esistito nella storia dell'umanità, uno strumento dalle potenzialità sconfinite e sempre accessibile, capace di insegnare qualsiasi capacità o dare ogni informazione voluta a chiunque, se questo soggetto possiede le capacità di base per poter svolgere una ricerca. Opposto a questi benefici esiste il dubbio riguardante l'affidabilità sia delle informazioni contenute sul Web che la competenza dei soggetti che le comunicano, rendendo meno ovvio come lo strumento possa essere utilizzato ai fini di migliorare la qualità del dibattito pubblico. In luce di questo contrasto tra informazioni affidabili e disinformazione intendo strutturare questa parte dedicandola a definire cosa può essere ritenuto come informazione affidabile e come Internet offra delle sfide uniche a questo

⁵⁹ van Dijck, Jose, *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media* (New York, 2013; online edn, Oxford Academic, 24 Jan. 2013), <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199970773.001.0001>, accessed 3 Mar. 2026.

processo di valutazione qualitativa. È quindi necessario distinguere le informazioni ricercabili nel Web in due categorie: affidabili e non attendibili. Una tecnologia informativa è utilizzabile fintanto che offre ai suoi utenti informazioni attendibili su cui basare giudizi. Utilizzando l'analisi di Anton Vedder e Robert Wachbroit⁶⁰ Intendo definire le informazioni affidabili come ciò che, attraverso una base di dati sufficiente e di consenso tra soggetti competenti, giustifica una persona a credere a ciò che viene esposto. In quest'ottica possiamo individuare due categorie principali di criteri per valutare l'affidabilità di un'informazione: i criteri di contenuto e i criteri genealogici.

I criteri di affidabilità

I criteri di contenuto sono una serie di indizi riguardanti la qualità dei dati insiti all'interno della stessa informazione ricercata. Le analisi più basilari svolgibili in questo senso possono richiedere pochi minuti, riscontrando all'interno dei contenuti delle contraddizioni, detto questo nella maggior parte dei casi non si può basare una valutazione dell'affidabilità su questo approccio, possiamo solo escludere ciò che è pienamente fuori dal reame delle possibilità. Un processo più attendibile di analisi dei contenuti è legato alle prove offerte, la metodologia di ricerca utilizzata e la progettazione sperimentale. La differenza sostanziale tra queste due analisi dei contenuti è che, rispetto ai giudizi di buon senso, questo secondo approccio, seppur molto attendibile, richiede un certo livello di conoscenze pregresse, nonché una capacità di analisi di alto livello, permettendo solo a persone effettivamente competenti nel campo delle informazioni, coloro che con tutta probabilità hanno meno bisogno di definirne l'affidabilità, di determinare la qualità di ciò che viene letto.

Il secondo approccio per definire l'affidabilità di informazioni riguarda i criteri genealogici. Il primo di questi riguarda l'autore dell'informazione, constatando se quest'ultimo è competente nell'ambito dove sta comunicando. Al fine di stabilire l'abilità di un soggetto all'interno di un determinato campo di ricerca esistono istituzioni che conferiscono credibilità, come le università, visto il loro scopo di insegnare le capacità necessarie per creare contenuti affidabili, oltre che certificare che i soggetti istruiti al loro interno abbiano autorevolezza nei loro campi.

Un altro aspetto genealogico utile per valutare la qualità di informazioni trovate su Internet è l'identificazione delle fonti utilizzate per la ricerca, permettendoci di tracciare uno storico della provenienza dei dati utilizzati. Una lista di fonti completa e esaustiva aiuta l'affidabilità, poiché il lavoro di ricerca poggia su decine, a volte centinaia, di altri sforzi simili, garantendoci che quanto viene detto proviene da una base statistica e metodologica solida, in parte evitando il rischio che gli autori possano imporre i loro bias nell'analisi. Un problema specifico del mondo digitale legato a questo approccio è che spesso informazioni nel Web non presentano documentazioni legate alle loro fonti, limitandosi a presentare citazioni o dati fuori contesto. Questo è particolarmente pericoloso perché di primo acchito, dà la parvenza di una solidità metodologica, ma non esiste maniera di constatare se ciò che viene citato è consistente con l'articolo di provenienza, o addirittura se tale documentazione esiste.

⁶⁰ Vedder, A. & Wachbroit, Robert. (2003). Reliability of Information on the Internet: Some Distinctions. *Ethics and Information Technology*. 5. 10.1023/B:ETIN.0000017738.60896.77.

Infine l'ultimo metodo genealogico, il migliore, è la Peer Review, un processo svolto da esperti nel campo, i quali controllano, attraverso rigoroso metodo di analisi, l'affidabilità delle informazioni, con ciò che viene controllato in questa maniera spesso pubblicato su riviste accademiche sotto forma di articoli⁶¹. Un processo simile al Peer Review ma più diffuso nel mondo digitale è il Fact checking a cui sono soggetti gli articoli di giornale, le riviste e contenuti su diversi social media, con case editrici e siti che assumono personale allo scopo di assicurarsi che i dati da loro diffusi siano corretti. Questi tipi di analisi sono però poco diffusi, con le informazioni online nella maggioranza dei casi non controllate affatto e con enti autorevoli, un tempo più dedicati a questo tipo di certificazioni, che non verificano più i fatti o lo fanno meno, guidati dall'erosione dei modelli economici a sostegno del giornalismo e un crescente disinteresse da parte delle corporazioni.

Questi tipi di analisi, con vari esperti come garanti, ci permettono di avere, in buona misura, la certezza di ciò che leggiamo e che l'autore sia reputabile. La Peer Review e il Fact Checking danno l'onere dell'analisi di uno scritto a esperti con capacità adeguate allo sforzo, ricostruendo la qualità della genealogia di uno scritto, assicurandosi l'assenza di bias o interessi nascosti da parte degli autori.

Condizioni uniche digitali

Quasi tutte le istituzioni credibili che producono scritti sottoposti a Peer Review hanno una presenza online sotto forma di almeno un sito web, questo apparentemente mostra come il problema dell'affidabilità delle informazioni non sia differente tra il mondo digitale e quello reale: come le persone si rapportano alle informazioni nella realtà, cioè fidandosi di una serie di istituzioni esperte, allo stesso modo dovrebbero fare nel Web, gravitando verso siti e soggetti rispettabili. In realtà questo processo di distinzione incontra una sfida particolare all'interno del mondo digitale, come espresso da Harry Bruce nel suo articolo⁶². Una parte importante del rapporto che i soggetti hanno con le informazioni da loro cercate riguarda l'approccio mentale con cui cercano, con questo intendo dire che in un momento precedente all'analisi razionale esistono pregiudizi nella maniera in cui le informazioni vengono presentate, legati al luogo simbolico di ricerca delle informazioni, i quali possono rendere più o meno scettici rispetto a ciò che viene letto. Nell'articolo di Bruce egli analizza una ricerca precedente, in cui attraverso uno studio di magnitudo si cercava di ricostruire quali metafore fossero sentite come più consone per descrivere Internet. In quello studio due rappresentazioni risultano le più calzanti, secondo il campione di prova, il primo riguarda Internet come rete, interconnessione, connettività, mentre il secondo gruppo, più rilevante per l'analisi da me svolta, invece come biblioteca organizzata, luogo di informazioni e l'importanza come archivio informativo, questo dimostra come esista un preconconcetto di rispettabilità riguardante Internet, mettendo in evidenza come sia un luogo al pari di una libreria o un qualsiasi spazio fisico che conserva conoscenza. Proprio questa similitudine

⁶¹ Bruckman, A. S. (2022). *Should You Believe Wikipedia?: Online Communities and the Construction of Knowledge*. Cambridge: Cambridge University Press.

⁶² Bruce H. Perceptions of the Internet: what people think when they search the Internet for information. *Internet Res.* 9(3): 187-199 (1999)

spinge ad abbassare la guardia quando si svolgono analisi approfondite riguardo all'accuratezza delle informazioni nel reame digitale, dando un certo grado di rispettabilità a ciò che si legge su Internet, anche se immeritato. Un'altra conseguenza derivata da questo preconconcetto cognitivo è che i comunicatori che si trovano su Internet ricevono rispetto superiore a quello che avrebbero in contesti tradizionali. Con questo intendo che, rispetto a altre tecnologie comunicative, Internet possiede una bassa "Barrier to Entry", permettendo a molte persone di esporre il proprio punto di vista, anche con qualifiche basse o addirittura nulle. Per chiarire ulteriormente, Barrier to Entry è un termine preso in prestito dalla teoria economica, in tale ambito intende una serie di difficoltà che impediscono a un soggetto di entrare in un mercato a causa di costi o rischi elevati. Questa barriera all'entrata ferma nuovi partecipanti e soffoca sforzi creativi all'interno dell'ecosistema. L'utilizzo del termine all'interno di questa tesi mantiene lo spirito essenziale della definizione ma vuole mettere in risalto la facilità con cui Internet permette la costruzione di sforzi comunicativi piuttosto che economici. Nel caso dei mezzi nel vecchio mondo della comunicazione che possedevano bassa rispettabilità generalmente erano per uso personale, come il telefono, mentre tecnologie con un network ampio presentavano una serie di costi e di necessità tecniche che andavano ad escludere soggetti incompetenti dal poterli usare e, di conseguenza, raggiungere ampi gruppi di persone con i loro messaggi. Esempi come la televisione e la radio richiedono apparecchiature troppo costose per un privato e gli studi che possiedono tali tecnologie hanno una reputazione legata alla rispettabilità del prodotto che rilasciano, quindi hanno un interesse nel mantenere alta la qualità delle informazioni da loro rilasciate. In conclusione nel vecchio mondo della comunicazione gli strumenti che permettono di influenzare grandi quantità di persone hanno alte Barrier to Entry che indirettamente alzano gli standard di affidabilità. Internet in questo senso è un'anomalia, praticamente chiunque può permettersi l'equipaggiamento e le capacità per scrivere un blog o produrre un video e nonostante questi costi molto bassi è possibile ottenere un ampio network di ascoltatori.

In conclusione Internet offre delle sfide particolari alla ricerca di informazioni, specialmente di informazioni affidabili con cui informare i propri giudizi nel dibattito pubblico: i pregiudizi positivi sulla struttura dell'internet garantiscono un grado di affidabilità agli occhi della popolazione generale che altrimenti alcuni dati non avrebbero, le fonti digitali spesso rendono difficile tracciare i marcatori genealogici per valutare l'affidabilità delle loro informazioni, il processo di Peer Review, il marcatore genealogico migliore per l'affidabilità, è praticamente assente fatta eccezione per le pubblicazioni accademiche, la facilità della comunicazione su Internet permette a soggetti di far sentire le proprie opinioni all'interno di temi in cui sono sostanzialmente incompetenti e di avere un impatto superiore sulla sfera pubblica di quello che avrebbero avuto nel vecchio mondo della comunicazione.

6.2 Anti-Intellettualismo

Il fenomeno dell'anti-intellettualismo è definito , utilizzando un articolo di Eric Merkley ⁶³, come un "sospetto generalizzato e una sfiducia nei confronti di intellettuali ed esperti di qualsiasi tipo", influenzando il comportamento che i privati hanno riguardo la diffusione delle informazioni e generando, in modo significativo, alti livelli di errate concezioni scientifiche e, di conseguenza, atteggiamenti negativi verso la comunicazione e il consulto offerto da esperti ai fini di correggere tali errori. Questo fenomeno presenta tre componenti principali: l'anti razionalismo ovvero il rifiuto del pensiero critico come caratteristica desiderabile, una mentalità che svaluta approcci a lungo termine dando importanza a guadagno materiale a breve termine e l'anti-elitismo, ovvero il disprezzo verso gli intellettuali. Questa avversione verso gli accademici può avere diverse fonti: alcuni potrebbero percepire le informazioni offerte dagli esperti come in contrasto con la autorità religiose o politiche da loro preferite, potrebbero ritenere che il consulto offerto sia incompatibile con la loro conoscenza pratica e il "buon senso", oppure potrebbero non fidarsi della conoscenza offerta dalle istituzioni perché la considerano uno strumento di oppressione usato dalle élite sociali. La sfiducia generalizzata nell'autorità degli esperti è il problema principale dell'anti-intellettualismo, poiché abbassa il tasso di accettazione delle informazioni offerte dagli esperti da parte dei cittadini, permettendo a pensieri alternativi di informare le decisioni dei privati in campi di interesse pubblico, un fenomeno che può portare a effetti estremamente dannosi. Questa intrusione di forme di pensiero alternative, spesso mistiche, ha portato alla definizione del periodo contemporaneo come la "Post-truth" Era, in italiano tradotto con il termine post-verità, definita ⁶⁴ come la condizione, di crescente presenza nelle democrazie occidentali, in cui in una discussione relativa a un fatto o una notizia la verità viene considerata una questione di secondaria importanza, mentre ciò che veramente guida le decisioni dei privati e, di conseguenza, la formazione dell'opinione pubblica sono emozioni e sensazioni. In una discussione caratterizzata da "post-verità", i fatti oggettivi sono meno influenti rispetto ad appelli ad emozioni e convinzioni personali. Per spiegare meglio questo fenomeno utilizzerò una citazione presa da “Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the “Post-Truth” Era”⁶⁵

“Immaginate un mondo in cui non è la conoscenza degli esperti, ma un mercato di opinioni su Twitter a determinare se un nuovo ceppo di influenza aviaria emergente sia davvero contagioso per gli esseri umani, o se le emissioni di gas serra causino effettivamente il riscaldamento globale, come

⁶³ Merkley, E. (2020). “Anti-intellectualism, Populism, and Motivated Resistance to Expert Consensus.”, “ The Public Opinion Quarterly”, 84(1), 24–48. <https://www.jstor.org/stable/26952244>

⁶⁴ <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/post-truth>

⁶⁵ Lewandowsky S. , Ullrich K.H. Ecker, John Cook,” Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the “Post-Truth” Era”, Journal of Applied Research in Memory and Cognition, Volume 6, Issue 4, 2017, Pages 353-369, <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>.

afferma il 97% degli esperti del settore. In questo mondo, il potere risiede nelle persone più esplicite e influenti sui social media”

L'anti intellettualismo non è un fenomeno nuovo, anzi esistono esempi di disprezzo verso specialisti del sapere ben prima della diffusione del Web, Richard Hofstadter parlò nel suo testo "Anti-Intellectualism in American Life" (1963) della storia politica degli Stati Uniti, affermando che una serie di fattori nel corso della sua storia hanno concorso a produrre in molti americani un profondo pregiudizio contro gli intellettuali, percepiti come rappresentanti di un'élite aliena. Internet però ha un ruolo importante nella diffusione dell'anti-intellettualismo contemporaneo, in particolare nelle forme che hanno favorito l'avvento della post-verità.

La differenza sostanziale sta nel fatto che durante la gli anni Sessanta e Settanta del Novecento il pubblico aveva accesso a un insieme limitato di possibili informazioni, come detto in precedenza offerte da istituzioni che avevano interessi a apparire affidabili, mentre oggi ci troviamo in un mercato informativo dalle dimensioni sconfinite, in cui caos e conflitto sono spesso le forme più diffuse di interazione. A questo accrescimento del mercato informativo digitale dobbiamo anche affiancare la riduzione degli spazi mediatici offerti ai mezzi del vecchio mondo della comunicazione, spesso soppiantati da alternative Web viste come più attraenti. Gli effetti di questa offerta informativa digitale sono, in primo luogo, la creazione delle "camera di risonanza", già discusse nella sezione 1, che attraverso la flessibilità offerta dai social media hanno permesso a privati di sottrarsi al dibattito pubblico più ampio, circondandosi di persone e fonti conformi ad atteggiamenti e pregiudizi preesistenti, rafforzando posizioni contrarie a quelle accademiche nelle menti dei cittadini. Questo fenomeno è strettamente collegato alla proliferazione dei media online, e piattaforme come Facebook, perché forniscono contenuti personalizzati in base ai gusti e ai comportamenti dell'utente, facilitando così la creazione di bolle di percezione della realtà, tenute assieme da concezioni ideologiche del mondo e emozioni di simpatia tra i partecipanti. In secondo luogo, l'eterogeneità delle informazioni accessibili dal pubblico, favorito dalla possibilità di scegliere da una pletora di piattaforme differenti. La grande diversità di luoghi digitali dove un soggetto può reperire notizie, spesso con qualità che variano drasticamente, porta a radicali differenze tra le opinioni portate dai privati, con alcuni luoghi che in particolare rafforzano bias anti-intellettuali diffondendo disinformazione. Ad esempio, è stato dimostrato che le persone che dichiarano di informarsi attraverso l'emittente Fox News hanno una maggiore probabilità di essere disinformati su varie questioni, come l'inesistenza di un forte consenso scientifico sul cambiamento climatico⁶⁶, facendo sì che questi soggetti siano meno inclini a ascoltare esperti sul tema coinvolti su altre piattaforme.

In terzo luogo il frazionamento dei media e la creazione delle camere a eco attraverso le informazioni digitali ha creato un ecosistema pubblico dove l'appello all'estremismo è un approccio politico valido. Con questo intendo dire che esiste valore nel panorama politico contemporaneo nell'appellarsi fortemente sul piano emotivo alla propria base votanti in

⁶⁶ Ramsay C.; Kull S.; Lewis E.; Subias S. (2010). "Misinformation and the 2010 Election: A Study of the US Electorate". WorldPublicOpinion.org. The Program on International Policy Attitudes at the University Of Maryland.

maniera da galvanizzarli in momenti di estremismo politico. Un esempio di questo processo è la formazione del movimento MAGA⁶⁷ in America, dove Donald Trump ha in buona parte ignorato il pubblico dei moderati, concentrando i propri sforzi nel creare una base di votanti fedelissimi, il cui approccio nell'analisi della realtà ruota attorno a lui e rifiuta le posizioni opposte al movimento, anche se sostenute da soggetti affidabili e competenti o affiancate da prove materiali.

Rimanendo sul tema dell'anti-intellettualismo statunitense e gli effetti sul panorama politico, nel 2016, esso è apparso frequentemente nel discorso pubblico, con l'approccio di Donald Trump alla corsa presidenziale spesso basato sulla denigrazione e la messa in dubbio degli esperti, con delle ricerche sull'argomento che mostrano correlazione tra la sfiducia dei cittadini negli esperti e il sostegno per Donald Trump. Un fenomeno analogo può essere riscontrato nella decisione del Regno Unito di lasciare l'UE, dove il parlamentare e sostenitore della Brexit Michael Gove a più riprese attaccò esperti in campo economico, come ad esempio nell'estate del 2016, quando affermò che i cittadini del Regno Unito "ne avevano abbastanza degli esperti", riferendosi a una serie di report riguardanti i possibili danni economici che il Brexit avrebbe potuto portare alla nazione. Come illustrato negli esempi sopra riportati sembra che la sfiducia dei cittadini nei confronti degli esperti stia diventando un tema sempre più centrale all'interno dei dibattiti politici contemporanei, adottata con lo scopo di portare coloro che hanno atteggiamenti anti-intellettuali a schierarsi con la propria fazione politica. Con un crescente numero di soggetti a rischio di essere coinvolti in tali sentimenti anti-academia non ci dovremmo quindi sorprendere di come questo fenomeno si sia esteso dalle piattaforme digitali ai podi del dibattito presidenziale.

6.3 Confusione nel dibattito pubblico

La sfera pubblica contemporanea si trova davanti a un problema per il suo funzionamento, questo perché le caratteristiche dell'era "post-verità", nell'avvalorare posizioni alternative alla verità esposta all'interno delle fonti reputabili, creano un ambiente che rende difficoltoso poter discutere, poiché spesso le interpretazioni radicalmente diverse offerte dai divulgatori inaffidabili sono incompatibili tra loro e con ciò che invece è creato da esperti nel campo, rendendo impossibile trovare compromessi o creare analisi costruttive nella sfera pubblica. Nelle prossime pagine è mia intenzione analizzare alcune cause di questa confusione, esponendo come tali fenomeni rendano disfunzionale il dibattito pubblico e di conseguenza la democrazia.

Il primo punto di confusione nella sfera digitale pubblica contemporanea è l'assenza di una visione della verità come concetto di "verità oggettiva". L'epistemologia del punto di vista e il concetto di "esperienza vissuta" entrambi contribuiscono a questa visione della verità come qualcosa che è sempre e solo soggettivo o costruito intersoggettivamente, ma mai la verità in un senso oggettivo o, per lo meno, condivisibile su di un piano superiore alle singole esperienze⁶⁸. Tuttavia, senza un concetto di verità superiore alle singole soggettività come

⁶⁷ Chakraborty, Partha. (2024). Strategic Use of Social Media and Podcasts in Donald Trump's 2024 Presidential Campaign. *European Economics Letters*. Vol 14., 705-724.

⁶⁸ Wight, Colin. (2018). Post-Truth, Postmodernism and Alternative Facts. *New Perspectives*. 26. 17-29.

standard rispetto al quale sostenere le affermazioni dei privati, allora tutte devono essere accettate come valide. A mio avviso è necessaria una maniera di poter dividere informazioni tra ciò che è fattualmente corretto e ciò che è solo persuasivo.

Una distinzione classica in questo senso, risalente a Platone, è quella tra *Doxa*, intesa come credenza comune o opinione popolare, ed *Episteme*, cioè l'aspetto rigoroso e teorico della conoscenza. Platone avvertì contro la *Doxa*, ritenendo che l'opinione popolare fosse facilmente manipolabile, in un'affermazione che sembra predire i movimenti populistici del nostro tempo. Diviene evidente come esista un conflitto tra *Doxa* e *Episteme*, dove la prima rappresenta una minaccia alla vera conoscenza. In realtà la linea tra *Doxa* e *Episteme* è difficile da tracciare con chiarezza, specialmente in un panorama filosofico come quello contemporaneo, dove in buona misura il concetto di verità assoluta o oggettiva è venuto meno. Detto questo possiamo comunque dare un significativo grado di tangibilità alla verità, passando da un concetto filosofico aristotelico: l'*Endoxa*. Dove la *Doxa* implica l'opinione di un singolo l'*Endoxa* aggiunge la dimensione del consenso, indicando come ciò che parte come osservazione di un singolo possa diventare *Endoxa* o "credenze comuni", sottolineando come gli *Endoxa* siano opinioni, ma avvalorate con una certa autorevolezza. Attraverso questa analisi possiamo collegare l'*Endoxa* al concetto di informazioni affidabili discusso nella parte 2.1.

Possiamo dire che la scienza abbia abbracciato questa differenza tra *Endoxa* e verità, evidente dal fatto che nella ricerca scientifica raramente, se non mai, si parla di assoluta certezza, solo di consenso informato tra esperti. In quest'ottica la scienza diventa un processo di riduzione dell'incertezza, anche se è impossibilitata a raggiungere l'obiettivo della certezza. In alternativa, come hanno affermato Sophie Lewis e Allie Gallant ⁶⁹:

"Nella scienza, l'unica certezza è l'incertezza"

La scienza quindi dispone di una serie di solide procedure che le consentono di distinguere la credenza dalla conoscenza affidabile.

Nell'era della post-verità, alimentata dalla frammentazione della conoscenza nel reame digitale, possiamo però vedere come le credenze sembrano aver soppiantato le informazioni affidabili come forma di conoscenza dominante nel dominio pubblico. Questo ribaltamento tra *Endoxa* e *Doxa* è dovuto al fatto che il fascino del "senso comune" è la sua possibilità di garantire certezze a chi vi crede, mentre gli scienziati e esperti di altri campi offrono solamente diversi gradi di incertezza, un'alternativa inappetibile per il pubblico di privati contemporaneo. Queste certezze personali creano un campo discorsivo dove posizioni opposte non possono iniziare un processo discorsivo di analisi, poiché ognuno dei partecipanti è convinto di possedere la verità.

La successiva domanda da porre è come si è arrivati alla dominanza della *Doxa*, di conseguenza alla "post-verità". Individuarne le fonti, cioè da dove nasce e chi è responsabile della sua produzione. Per fare ciò non possiamo però solo analizzare il campo istituzionale, poiché Non c'è nulla di nuovo nel fatto che politici dicano bugie o facciano propaganda. Il

⁶⁹ Lewis, Sophie and Allie Gallant (2013), 'In Science, the Only Certainty Is Uncertainty'.

machiavellismo incapsula questo fatto, indicando la convinzione di Machiavelli che tutti i leader potrebbero, a un certo punto, aver bisogno di mentire. In questo senso la disinformazione non è una stranezza all'interno dell'ambito politico, anzi Leo Strauss coniò il termine "nobile bugia" per riferirsi a una menzogna o falsità consapevolmente propagata da un'élite per mantenere l'armonia sociale o per promuovere un programma. Non possiamo neppure puntare alla presenza di disinformazione nel reame pubblico, anche le informazioni false o ingannevoli non sono nulla di nuovo all'interno della sfera pubblica, in parte è il motivo per cui Habermas mette come necessità della sfera pubblica delle informazioni veritiere e imparziali, poiché il problema della disinformazione pubblica non è nulla di nuovo. Le fonti del sentimento "Post-Verità" non riguardano l'ambito della produzione di disinformazione, non c'è nulla di nuovo in tale spazio, né al livello istituzionale né al livello popolare.

La "post-verità" non è frutto di un cambio nei metodi di produzione delle informazioni ma in quello della ricezione, Ciò che è cambiato è il modo in cui il pubblico reagisce e assimila le informazioni presentate. La definizione di post-verità chiarisce questo nuovo rapporto

"Circostanze in cui i fatti oggettivi sono meno influenti nel plasmare l'opinione pubblica rispetto agli appelli alle emozioni e alle convinzioni personali"⁷⁰

Il pubblico è cioè diventato più disposto a recepire informazioni inaffidabili e a basare i suoi giudizi su di esse. Il motivo di questa accettazione verso informazioni poco affidabili è da ricondurre a due fattori importanti: il concetto di "fatti oggettivi" è stato messo in discussione nella opera di autori quali Michel Foucault e Ludwig Wittgenstein, rendendoli sempre contestabili. In questo non intendo dire che questi autori hanno arrecato irreparabili danni al funzionamento democratico con le loro opere, ma che i loro pensieri sono stati diffusi all'interno della società contemporanea, visto la loro importanza all'interno di campi specialistici, a tal punto che il pubblico ha iniziato a carpirne pezzi, senza però assorbire appieno il significato. Il risultato è un dibattito pubblico in cui la destabilizzazione dell'opera filosofica post-moderna è stata fraintesa dai privati a un livello inconscio, creando una sfera pubblica in cui la relatività dei fatti e dell'analisi riguardante essi è stata portata a estremi radicali. Secondariamente il dibattito pubblico su questioni politiche controverse è precipitato in una posizione in cui i cittadini si preoccupano meno della verità racchiusa nelle affermazioni e più di essere d'accordo con esse⁷¹. Ciò è legato all'anti-intellettualismo nei privati, cioè al calo dei livelli di fiducia nelle istituzioni della società, e nella loro crescente fedeltà a gruppi digitali che raccolgono persone dalle credenze simili, coinvolte in un processo di produzione della verità piuttosto che di analisi di fatti.

Il secondo punto che genera confusione nel dibattito pubblico è la creazione di atti comunicativi in cui i partecipanti sono protetti dall'assoluto anonimato. Questo è concesso nel mondo digitale grazie alla possibilità offerta dalle piattaforme di discussione online di condividere un quantitativo ristrettissimo di informazioni agli interlocutori con cui si

⁷⁰ <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/post-truth>

⁷¹ Kuang Y (2025) Cyber anti-intellectualism and science communication during the COVID-19 pandemic: a cross-sectional study. Front. Public Health 12:1491096. doi: 10.3389/fpubh.2024.1491096

interagisce. Questo anonimato dei parlanti fornisce una distanza tra le vite personali dei soggetti coinvolti, riducendo una serie di possibili rapporti comunicative subalterni all'atto parlato. Questo tipo di interazioni online impone un processo di oggettivazione, visto che l'anonimato copre ogni aspetto del parlante eccezione fatta per la storia che viene rivelata attraverso il nostro atto comunicativo. Questo fenomeno fa sì che l'interlocutore con cui si parla non sia nulla se non la posizione che sta esponendo, questo è particolarmente problematico se non si concorda con esso e se le posizioni si basano su letture incompatibili, poiché si crea un'alienazione del soggetto con cui si parla, visto solo come la posizione "a noi nemica", facilitando l'avvenire di atti comunicativi aggressivi.

La confusione nel dibattito pubblico che scaturisce dalle piattaforme digitali è quindi causata da: una costruzione della "verità" in cui una serie di visioni alternative e incompatibili creano interpretazioni dei fatti, creando un processo di fabbricazione della realtà intorno a camere a eco e comunità di soggetti concordi, rafforzando i legami di appartenenza a tali piattaforme ma impoverendo e radicalizzando il discorso all'interno del più ampio ambito politico. Secondariamente l'anonimato peggiora l'aggressività generata da queste posizioni incompatibili poiché facilita il processo di deumanizzazione dell'interlocutore, spogliandolo di tutte le caratteristiche e riducendolo a un io cartesiano, coincidente con la posizione "esterna" o peggio "nemica".

La democrazia necessita di una sfera pubblica funzionante, per ciò i privati devono avere accesso a informazioni adeguatamente affidabili e capacità sufficienti per analizzarle, nonché luoghi comunicativi adeguati dove parlarsi in maniera pacifica. Internet sembra soddisfare questi punti, dando possibilità a tutti di ottenere informazioni e imparare capacità con una facilità senza precedenti, uno strumento che dovrebbe essere il culmine del liberalismo illuminista, in particolare per quanto riguarda la necessità di istruzione. Un maggiore accesso all'istruzione e alle informazioni dovrebbe portare a una popolazione altamente istruita e a una democrazia perfettamente funzionante. In questo passaggio giace il paradosso della post-verità: anche se sotto ogni metrica viviamo in un mondo, almeno per quanto riguarda le democrazie occidentali, più istruito e con un accesso senza precedenti a ogni campo del sapere, sembra che si stia assistendo a una regressione in termini di pratica democratica. Più le società hanno potenziale informativo e comunicativo, più la democrazia sembra disfunzionale. Oltre a questo le piattaforme digitali dovrebbero offrire luoghi perfetti dove condividere le proprie opinioni, facilitati dall'assenza di distanze e dall'immediatezza della comunicazione, ma queste diventano arene per atti conflittuali, privati di una base simbolica condivisa e di una verità perseguibile oltre le singole rappresentazioni personali. Ancora una volta il legame tra Internet e democrazia sembra essere sovvertito.

Capitolo 7: Le conseguenze

Come detto all'inizio del capitolo 1, nelle seguenti pagine intendo analizzare dei fenomeni la cui esistenza può essere tracciata prima del mondo digitale, ma che hanno subito evoluzioni interessanti nel passaggio sulle piattaforme online. Queste trasformazioni fanno sì che ad oggi si possano osservare cospicui effetti sul dibattito pubblico, con un quantitativo di letteratura più esteso a sostenere le problematiche esposte di seguito.

L'analisi si svolgerà principalmente intorno alle pratiche politiche favorite dall'avvento dei Mass Media, prima, e di Internet, poi, cercando di spiegare come il Web abbia cambiato il processo di comunicazione istituzionale verso i privati per il peggio

7.1 Clip Farming

Il termine clip farming ⁷² è preso dalle tradizioni di intrattenimento di alcune delle piattaforme digitali, in particolare è diffuso nel contesto di Twitch, dove viene usato per indicare l'atto di fare o dire qualcosa di scioccante o drammatico in maniera calcolata, per istigare una reazione forte da parte del pubblico di osservanti. Il clip farming è una tattica dibattuta nel mondo dello streaming, utilizzata come maniera di velocizzare la propria crescita come creator, poiché il materiale ottenuto attraverso questa istigazione del pubblico osservante viene ritagliato e condiviso su altre piattaforme per, nuovamente, istigare reazioni forti in pubblici esterni al proprio, creando una tendenza a affermare o fare cose scioccanti semplicemente per creare controversia. Il motivo per cui intendo utilizzare questo termine all'interno dei reami del dibattito pubblico e della politica è perché stiamo osservando, oramai da qualche decennio, come buona parte del dibattito politico si stia direzionando verso la creazione di clip ottimizzate per creare forti reazioni, al giorno di oggi sulle piattaforme digitali, mentre anni addietro sulle piattaforme dei Mass Media del vecchio mondo della comunicazione, come televisione e radio.

Per riuscire a comparare accuratamente il fenomeno del clip farming nella sua forma originaria, cioè quella usata dai content creator delle piattaforme di intrattenimento, e le trasformazioni constatabili nell'approccio dei politici alla comunicazione con le masse è necessario estrarre alcune caratteristiche essenziali del fenomeno, per poi cercarle all'interno della comunicazione istituzionale contemporanea. In parte il processo di evidenziare le parti centrali del clip farming è stato svolto nel dare la definizione, ma per chiarire meglio le componenti che costituiscono il fenomeno che andrò a cercare sono di seguito elencate: in primo luogo ci deve essere un forte appello, o attacco, all'emozionalità dei soggetti che ascoltano, al fine di creare reazioni forti. Il secondo punto è la brevità delle interazioni, solitamente di qualche decina di secondi e sempre sotto il minuto, in maniera da poter risaltare nel ciclo digitale dei contenuti, il quale favorisce ciò che può essere visto in pochi secondi, poiché la lunghezza eccessiva porta i soggetti nel panorama online a abbandonare informazioni ⁷³. L'ultimo punto essenziale del clip farming è la volontà del soggetto di creare la clip, cioè la presenza di intenzionalità da parte del creatore, con l'obiettivo di creare il maggior numero di interazioni nel minor tempo possibile. In parole povere il soggetto deve voler produrre un contenuto ottimizzato per brevità e controversia, o citabilità. Questi tre elementi sono guidati dalla ricerca di viralità nel Web, cioè un grande numero di interazioni con i contenuti prodotti, anche se queste interazioni non sono sempre positive.

⁷² <https://dictionaryblog.cambridge.org/2026/02/02/new-words-2-february-2026/>

⁷³ Brady WJ, Gantman AP, Van Bavel JJ. Attentional capture helps explain why moral and emotional content go viral. *J Exp Psychol Gen.* 2020 Apr;149(4):746-756. doi: 10.1037/xge0000673. Epub 2019 Sep 5. PMID: 31486666.

Avendo definito queste caratteristiche: appello emotivo, brevità e intenzionalità, la domanda diventa se sono riscontrabili nel dibattito politico oltre che nell'intrattenimento digitale. La risposta è affermativa, ma ciò che fa riflettere è che queste tendenze esistono nella sfera politica da ben prima della diffusione di Internet, con alcuni esperti li individuano per la prima volta negli anni settanta⁷⁴, in un processo legato alla creazione dei così chiamati "soundbite" televisivi. Nel periodo tra la fine degli anni sessanta e l'inizio degli anni novanta negli Stati Uniti i frammenti riguardanti i dibattiti o discorsi politici si sono andati restringendo: partendo da quarantatre secondi nel 1968 fino a una durata di a malapena dieci secondi nel 1989⁷⁵. Ad oggi i frammenti di comunicazione politica condivisa all'interno di programmi televisivi o siti di reportage possono arrivare a essere solo sette secondi. Secondo il famoso etimologo William Safire, il termine "soundbite" entrò per la prima volta nel gergo americano nel 1980, in realtà l'ottimizzazione al "soundbite" può essere attribuita all'avvento della televisione, vent'anni prima del punto stabilito da Safire. Anche se il "soundbite" nacque con lo sviluppo della televisione, come strategia per massimizzare l'effetto della nuova tecnologia comunicativa, il termine prese piede solo nel 1988, quando la campagna presidenziale statunitense lo portò nell'immaginario pubblico. Questo perché buona parte del mondo media aveva sviluppato dimestichezza, se non con l'espressione, almeno con il processo di riduzione, visto che questo tipo di trasformazione era in corso da già vent'anni. Newsweek spiegò che nel 1988 i conduttori dei notiziari trasformarono "soundbite" in un termine familiare, principalmente perché le elezioni del ottantotto furono soprannominate la campagna "la battaglia dei soundbite", tanta fu la diffusione del termine che per la fine degli anni '80, il "soundbite" era diventato la normalità nella comunicazione dei Mass Media. George Will spiegò le origini di questa restrizione, attribuendo il processo di accorciamento al limitato spazio informativo creato dalla televisione:

"La banalità nell'espressione pubblica è incoraggiata dal giornalismo televisivo, che, a causa della tirannia dell'orologio, si specializza in quelli che sono noti come 'soundbite'"

Il discorso politico venne quindi sottoposto a dei metri qualitativi estranei a quelli con cui normalmente veniva misurato. In passato il valore di un discorso era la sua accuratezza, coerenza e fattibilità delle misure proposte. La televisione impone che questi elementi debbano essere trasmessi in frammenti abbastanza corti da essere tagliati a durate di pochi secondi, per sottostare al ritmo incessante della programmazione. Questa amputazione avviene a un costo, un politico deve scegliere tra spiegazioni esaustive, ma troppo lunghe per venire trasmesse o appelli brevi e con linguaggi forti, ma con il difetto di mancare di chiarezza. La televisione era un mezzo troppo potente per essere abbandonato dai politici, quindi la politica si adattò agli spazi dei media, perdendo nella sua chiarezza.

Il pubblico ha subito una trasformazione altrettanto significativa, modificando la maniera in cui essi si rapportano al linguaggio politico, questo perché il "soundbite" è un'alternativa che,

⁷⁴ Gennaro, Gloria & Ash, Elliott. (2021). Emotion and Reason in Political Language. The Economic Journal.

⁷⁵ Rinke, E.M. (2016), The Impact of Sound-Bite Journalism on Public Argument. J Commun, 66: 625-645.
<https://doi.org/10.1111/jcom.12246>

agli occhi del pubblico, è contemporaneamente meno e più del discorso da cui è estratto, sostituendo ciò che viene perso in lunghezza e esaustività in potenza emotiva. Oltre a questo appello all'emotività del pubblico, che ispira reazioni più forti di uno alla razionalità, la riduzione degli spazi dell'oratoria pubblica nei Mass Media crea un effetto particolare: l'assenza del discorso politico tradizionale crea un desiderio per averne sostituti. Il popolo democratico sente la necessità di essere sottoposto al dibattito pubblico tra i propri rappresentanti, questo desiderio fa sì che i privati gravitino verso i "soundbite" come unica alternativa che può soddisfare questa loro necessità, ciò rende irresistibili questi frammenti del discorso politico. Piuttosto che abbandonare completamente la sfera pubblica, i cittadini ascoltano i "soundbite", nel tentativo di colmare questo senso di perdita ma, ironicamente, questa sostituzione incompleta è proprio ciò che mantiene vivo il desiderio dei "soundbite", poiché questi frammenti non possono da soli soddisfare le domande dei privati, quindi quest'ultimi si mobilitano a cercarne altri, per completare nella loro mente un discorso spaccato.

Alla luce di questa analisi vediamo come tutti e tre gli elementi del clip farming siano presenti nell'ottimizzazione del "soundbite", forse mostrando come le tendenze dei social media siano state ispirate dal mondo politico e non viceversa, come inizialmente si potrebbe sospettare. Internet quindi non ha portato un nuovo fenomeno all'interno del mondo della comunicazione politica, ne ha bensì adattato uno vecchio a nuove piattaforme. L'inclemenza del ciclo della televisione è stato sostituito dagli algoritmi delle piattaforme che hanno nuovamente cambiato le regole riguardanti l'ottimizzazione del "soundbite". La relazione tra durata del video e coinvolgimento è importante per capire come questo processo sia cambiato, evidenziando quali siano i nuovi obiettivi da raggiungere nel processo di ottimizzazione per l'audience.

La correlazione tra durata del video e coinvolgimento segue una forma a U rovesciata⁷⁶, con un picco a 34 secondi, come durata che aumenta il coinvolgimento sui social media. Una serie di altri fattori possono modificare questa durata ottimale, per esempio la musica di accompagnamento incrementa il watch time medio, fino a 44 secondi, mentre la presenza di pubblicità la abbassa drasticamente fino a 19 secondi. Inizialmente potremmo osservare come le lunghezze statistiche qui proposte sembrano evidenziare una trasformazione positiva: sembra che la lunghezza del "soundbite", nel suo trasformarsi in clip, sia incrementata, ribaltando la tendenza iniziata nella televisione. In realtà questa analisi non tiene conto di alcune caratteristiche tipiche dei contenuti a breve durata riscontrabili su piattaforme come Youtube, Instagram o Facebook, principalmente la necessità di catturare l'attenzione degli utenti all'interno di un ecosistema informativo pieno di alternative. La televisione, nonostante l'offerta variegata di canali che possiede, non offre tante alternative a programmazioni specifiche, in questo senso un "soundbite" non deve preoccuparsi di concorrenza riguardante altri contenuti simili, d'altro canto un privato può cambiare contenuto con il movimento di un dito sul Web, con tutta probabilità trovando qualcosa di simile. Questo porta l'ottimizzazione della clip a concentrarsi su un punto forte per catturare l'attenzione nei primi secondi, in maniera da coinvolgere gli utenti della piattaforma. Un esempio sono le statistiche riguardanti le pubblicità su Facebook, rilasciate da meta, dove viene affermato che il sessantanove per cento dei video con cui gli utenti effettivamente interagiscono fanno qualcosa per risultare

⁷⁶ Reichstein T. How Video Length Shapes Engagement

riconoscibili o intriganti all'utente nei primi dieci secondi di durata. Quindi sulle piattaforme digitali osserviamo un moderato allungamento della clip, con un focus centrato in particolare sui primi secondi di durata al fine di catturare l'attenzione e mantenere gli utenti nell'ecosistema informativo iper-competitivo.

Un altro fattore di cui tenere conto è il quantitativo di clip che possono essere prodotte rispetto ai "soundbite", con questo intendo sottolineare il fatto che, nel vecchio mondo della comunicazione, la frammentazione del discorso pubblico poteva solamente avvenire all'interno delle piattaforme televisive, creando danni al dibattito pubblico, come detto in precedenza, ma limitandone effettivamente il quantitativo. Oggi con la possibilità di chiunque di creare contenuti digitali abbiamo politici che usano piattaforme digitali per produrre decine di clip, ognuno in maniera da incitare forti risposte emotive. Questa crescita esponenziale del quantitativo di clip create peggiora la frammentazione del dibattito pubblico e alimenta la confusione discussa in 2.3, facendo sì che utenti che seguono certi politici o commentatori possano interagire con la politica utilizzando solo frammenti estremamente polarizzati e incompleti di un discorso.

7.2 La politica come intrattenimento

Il parallelismo che ho voluto tracciare tra le pratiche degli intrattenitori digitali e i politici non è casuale poiché le ispirazioni che la politica ha preso dal mondo dell'intrattenimento non sono limitate al semplice "soundbite", ma a una pletora di fenomeni differenti che concorrono in un ultimo, terribile, risultato: la politica oggi è diventata intrattenimento. La mia analisi parte ancora una volta dal passato dei Mass Media, in particolare dalla televisione per osservare l'emergere dei fenomeni che oggi piagano Internet.

La televisione offre ai privati diversi argomenti di discussione, tutti però inquadrati nell'ottica di intrattenere, offrendo poca chiarezza e effettiva utilità, con la programmazione delle televisioni occidentali creata per il puro scopo di divertire. Oltre alla riduzione del linguaggio anche le scene sono andate rimpicciolendosi, con la durata media di un'inquadratura in televisione ridotta a pochi secondi in maniera che l'occhio non si riposa mai e abbia sempre qualcosa di nuovo da vedere. Ogni sforzo comunicativo che compare sullo schermo di una TV è mirato a stupire ed emozionare, dalle fastidiose pubblicità, ai telefilm domenicali e perfino le notizie non possono scappare dal linguaggio di intrattenimento della televisione. In questo ultimo punto giace il problema, perché la televisione è un oggetto di intrattenimento, così è immaginata nelle democrazie occidentali, quindi non ci dovremmo sorprendere che ogni atto sia mediato nell'ottica di divertire, ciò tutto sommato potrebbe anche essere positivo, riprendendo la citazione di Marshall T. Poe della sezione 1, in fondo il popolo è affamato di spettacolo, la televisione promette finalmente di placare gli appetiti. Possiamo addirittura pensare che la maggior parte delle persone la pensi così, considerando le audience che la televisione attira ogni giorno, nessuno vede un problema con la televisione e la sua onnicomprensiva inquadratura di intrattenimento. Il fulcro della questione è però proprio questo, mentre altri mezzi di comunicazione, come cinema e la radio, sono ugualmente dediti all'intrattenimento culturale essi non svolgono uno scopo informativo al pari della televisione, certamente anche nei loro campi questo cambio di ottica ha portato effetti, detto questo la

situazione è radicalmente diversa, e più grave, per la TV. Questa differenza esiste perché la televisione è il Mass Media adoperato per tutte le forme di discorso pubblico. Nessuno utilizza il cinema per informarsi sugli ultimi avvenimenti politici o avanzamenti scientifici, come ben pochi utilizzano ancora la radio per ascoltare dibattiti pubblici. Il ruolo centrale della televisione nell'ecosistema informativo della sfera pubblica fa sì che gli effetti dello shift verso un'ottica basata sull'intrattenimento abbia creato effetti catastrofici. Il problema che si cela dietro lo spettacolo è l'intrattenimento come formato naturale, e l'unico possibile, che le rappresentazioni televisive possono prendere. Per spiegare meglio questo concetto userò una citazione di Neil Postman da *"Amusing ourselves to death"*:

"L'intrattenimento è la sovra-ideologia di ogni discorso televisivo. Non importa cosa venga rappresentato o da quale punto di vista, il presupposto generale è che sia lì per il nostro divertimento e piacere."⁷⁷

Il peggior nemico di qualsiasi atto comunicativo attraverso la televisione diventa la noia, l'orrore e la scomodità. Ogni informazione deve essere mediata in maniera che possa far divertire, che sia piacevole da ascoltare o perlomeno intrigante abbastanza da far sì che le persone ritornino per guardare il prossimo programma. I telegiornali e i programmi di cronaca nera diventano quindi interessanti casi da osservare in questo ecosistema, poiché i loro temi sono tragedia e omicidi. Alcuni degli eventi più terribili di cui si possa parlare vengono discussi nei minuti contenuti in queste trasmissioni, eppure nonostante la bruttezza dei temi trattati, i conduttori ci invitano a tornare per la prossima edizione e il pubblico ritorna per l'episodio seguente. Un altro fenomeno interessante sono le serie dedicate alla vita dei Serial Killer o i podcast del genere "True Crime", tutti fenomeni che discutono efferati crimini, soggetti pericolosi e indescrivibili tragedie. Alcuni potrebbero pensare che queste storie, anche se esposte in pochi minuti, siano sufficienti per rovinare l'ozio di chiunque, amareggiando anche il più giocondo degli umori, invece tanti accettano l'invito dei conduttori a risintonizzarsi su questi programmi, tutti seguiti in quanto queste tematiche sono presentate per intrattenere. La televisione è quindi riuscita a rendere tutto divertimento, a sminuire ogni cosa, persino le peggiori tragedie immaginabili, creando un pubblico il cui unico metodo di rapportarsi a un media è se quest'ultimo è sufficientemente divertente. Abbiamo parlato nella parte precedente dei limiti di tempo, prodotti dalle strette tempistiche create dalla programmazione televisiva, con la frammentazione del linguaggio politico che ne segue. Possiamo però anche discutere di un altro aspetto che ha fatto sì che i "soundbite" prendessero la forma a cui noi oggi siamo familiari, dovuto a questa ricerca continua di divertimento. Il discorso logico richiede alcuni sforzi specifici di analisi per essere funzionante, atti come l'analisi delle fonti, momenti di riflessione e richieste di chiarimenti, azioni che rallentano il ritmo della programmazione e spezzano il flusso dell'atto comunicativo, il che risulta noioso al pubblico televisivo, che patisce una battuta di arresto nei contenuti di cui sta usufruendo. Un altro problema per gli interlocutori che vogliono comunicare in maniera logica corretta è che gli sforzi citati danno l'impressione di incertezza o di tentennamento, mostrano un soggetto nell'atto di pensare. I brevi spazi dedicati ai dibattiti

⁷⁷ Postman, N. (2010). *Amusing ourselves to death*. Penguin.

di problematiche importanti avevano preso una forma particolare, dovuta alla trasmissione televisiva, in particolare il pubblico aveva cambiato la maniera di rapportarsi alle discussioni, non più che un confronto di posizioni e fatti, ma più immaginato come un catartico scontro di boxe, con solo un fatto rilevante alla sua conclusione: chi ha ottenuto il KO. In quest'ottica il normale flusso di un dibattito, con le sue pause e domande, fa sì che chi effettivamente prende il tempo per svolgere sforzi per ottenere risultati appare lento, insicuro e impreparato. I partecipanti diventano quindi meno interessati a dare argomentazione e informazioni, con il conseguente confronto su di esse, mentre si concentrano sul dare l'impressione di essere preparati, di avere fonti solide e dati a sostenere ciò che viene detto. In quest'ottica il pubblico non si basava più sulle capacità logiche di candidati e opinionisti, bensì sul loro carisma e le capacità retoriche, ignorando gli effettivi contenuti. In un processo simile, illustrato da Postman, i commentatori di tali dibattiti fecero lo stesso, evitando di valutare le idee e le fonti dei candidati, dato che in tale frangente non ce n'era nulla da valutare. Per mostrare un esempio di quanto discusso ritorno alle elezioni del 1988, quelle diventate in seguito famose per i "soundbite", la struttura che il dibattito presidenziale prese è dimostrativo di questo cambio di ottica verso un frame più incentrato sull'intrattenimento. Il confronto tra i due candidati avvenne in televisione, questo evento, poi diventato un appuntamento regolare nella corsa presidenziale statunitense nei decenni successivi, non assomigliava minimamente ai confronti tra candidati della tradizione politica: i candidati avevano cinque minuti a testa per rispondere alle domande proposte, con una concessione di un minuto per una risposta da parte del rivale. Le tempistiche ristrette e il ritmo serrato della trasmissione non permisero complessità, presentazione di documentazione e logica, in alcuni casi la corretta sintassi fu abbandonata per recuperare preziosi secondi. Su tale palcoscenico quindi diventa evidente come l'unico vero strumento a disposizione di un soggetto è il "soundbite" e l'appello all'emozione. Se la televisione ha appagato gli appetiti, allora Internet ha offerto un buffet a tutti i privati affamati.

L'evoluzione della sfera pubblica in una digitale non ha cambiato particolarmente i pattern di divulgazione delle informazioni, come abbiamo visto l'ottica dell'intrattenimento, appelli all'emotività e la tendenza alla brevità sono tutti elementi che si riscontrano perpendicolarmente ai due medium. La questione principale da molti studiata in questo ambito di coesistenza è se sta avvenendo una sostituzione tra Internet e Tv, in particolare se il Web sta soppiantando la televisione come mezzo principale di comunicazione all'interno del panorama pubblico. La risposta è difficile da affermare con certezza, con studi che suggeriscono una riduzione della fetta mediatica della televisione in favore di Internet, anche se ciò è prevedibile perché l'introduzione di nuovi media erode la base di pubblico per le tecnologie comunicative più vecchie, visto che i privati, posti davanti a un nuovo strumento, valutano se esso soddisfa meglio le proprie esigenze legate alla comunicazione⁷⁸. Queste considerazioni portano le persone ad abbandonare certe tecnologie in favore di altre in un processo di sostituzione, avendo una quantità di tempo e denaro limitata per l'utilizzo di tali strumenti. Ad esempio, la rapida diffusione della televisione ha portato alla sostituzione della radio. Anche se Internet non dovesse soppiantare la televisione, in un processo analogo a

⁷⁸ Gaskins, Benjamin & Jerit, Jennifer. (2012). Internet News: Is It a Replacement for Traditional Media Outlets?. *International Journal of Press-politics - INT J PRESS-POLIT.* 17. 190-213. 10.1177/1940161211434640.

quello accaduto nell'ecosistema dei Mass Media nel novecento, le aspettative del pubblico sono state formate intorno all'intrattenimento come principale ottica attraverso cui rapportarsi ai propri mezzi informativi, un'eredità che nell'attuale convivenza il Web ha ricevuto dalla TV. Come abbiamo detto in precedenza Internet invoca immagini che lo accomunano a luoghi di conoscenza e ricerca di informazioni, rendendolo nell'immaginario pubblico uno dei principali mezzi attraverso cui ricevere dati e notizie, ma esattamente come la televisione, suo predecessore, il mondo digitale patisce due incompatibili tensioni: questo ruolo informativo che la società gli attribuisce e la necessità di intrattenere e divertire, un conflitto che nella televisione ha danneggiato il dibattito pubblico e che, se dovesse continuare come sta facendo nel Web, potrebbe peggiorare ulteriormente i processi della sfera pubblica.

7.3 La fine della razionalità

Più volte nel corso delle due parti passate ho parlato dell'emotività che pervade il linguaggio politico contemporaneo, avendo sostituito in buona misura la logica, vista come troppo ingombrante nelle ottiche dei media di intrattenimento. Nelle prossime pagine intendo discutere con più attenzione questo, spiegando come l'era della "post verità" e il "soundbite" abbiamo cominciato un processo di sostituzione nel linguaggio pubblico, trasformandolo radicalmente da ciò che era in passato.

In parte ho già trattato le ragioni per cui un linguaggio emotivo risulta essere favorito all'interno di una società in cui la televisione è il principale mezzo di comunicazione, la brevità che gli appelli emotivi hanno rispetto agli appelli alla logica sono altamente favoriti, evocare emozioni negli ascoltatori permette di aumentare l'intrattenimento favorendo memorabilità e permanenza del pubblico. Quanto discusso vale in buona parte solo per i Mass Media del vecchio mondo della comunicazione, i fenomeni per quanto siano simili presentano alcune caratteristiche uniche nel Web che guidano manifestazioni alquanto diverse da quanto visto fino ad ora, ma per adesso non ho ancora discusso con esattezza queste peculiarità. Nelle pagine che seguono intendo chiarire come Internet con le sue caratteristiche specifiche non solo abbia continuato la tradizione della televisione, ma abbia fatto proprie le problematiche discusse in precedenza. Al fine di spiegare come l'eccessiva emotività nella sfera pubblica digitale non sia una scomoda eredità dei metodi passati di comunicazione, ma un effetto che Internet continua a apportare al dibattito pubblico intendo utilizzare un fenomeno specifico del Web, mostrando come quest'ultimo alimenti l'abbandono della razionalità: la viralità.

La definizione di viralità, per quanto riguarda Internet, offerta dal Cambridge dictionary ⁷⁹, è la seguente:

“Diffondersi o diventare popolare molto rapidamente attraverso la comunicazione da una persona all'altra, specialmente su Internet”

Questa definizione cattura l'essenza dell'espressione “andare virale”, cioè quando un contenuto ottiene un grande quantitativo di visualizzazioni e interazioni, raggiungendo un

⁷⁹ <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/viral>

grande pubblico di ascoltatori. In quest'ottica possiamo usare la viralità come un metro per misurare quanto determinate informazioni o atti comunicativi siano rilevanti al dibattito pubblico, indicando una relazione tra viralità e salienza del tema trattato rispetto alla sfera pubblica. In questo Internet è uno strumento molto utile, poiché è molto facile tracciare quali atti comunicativi siano diventati virali, quando sia accaduto e che persone vi hanno interagito. Sostanzialmente offre uno spaccato perfetto di come ogni singola informazione virale si inserisca all'interno del dibattito pubblico dandoci statistiche pressoché perfette di quali siano le tendenze discorsive del pubblico privato. E' quindi molto facile rintracciare cosa sia diventato discusso, detto questo è meno ovvio capire cosa renda qualcosa virale, cioè quali sono gli elementi che oggetti ad alta viralità hanno in comune. Un'analisi in quest'ottica ci può dare utili informazioni riguardanti che tipo di informazioni il pubblico preferisce e quali forme gli atti comunicativi più diffusi prendono.

Utilizzando le ricerche svolte da William J. Brady e Ana P. Gantman⁸⁰ possiamo identificare due rilevanti marcatori di viralità all'interno del mondo digitale: nell'economia dell'attenzione delle piattaforme social media alcuni tipi di contenuti sono favoriti nell'interessare privati, in particolare ciò che ha dimensioni morali o emotive, possedendo un rilevante potenziale di raggiungere la viralità, in particolare lo studio sottolinea come le due inquadrature sopra citate siano favorite poiché invocano nella mente degli osservatori stimoli motivazionalmente rilevanti, cioè fanno appello a una parte della mente dedicata al raggiungimento di obiettivi. Per chiarire questa interpretazione gli stimoli morali sono motivazionalmente rilevanti perché istigano una serie di reazioni tra cui il bisogno di appartenere a gruppi sociali e il bisogno di vivere in un mondo "giusto" mentre gli stimoli emotivi tendono ad essere altamente rilevanti dal punto di vista motivazionale perché sono associati a obiettivi sociali legati alla cooperazione e all'empatia.

Oltre alle spinte motivazionali esiste anche una potenza evocativa legata alle parole nell'ambito della moralità e dell'emotività, creando reazioni forti nei soggetti che le ascoltano. Per spiegare anche questo punto le parole legate alla giustizia catturano l'attenzione più di quelle non legate alla giustizia. Più in generale, quando si formano impressioni su persone e gruppi, il carattere morale è una delle dimensioni principali a cui le persone prestano attenzione, facendo sì che atti comunicativi inquadrati su queste tematiche evocano reazioni più forti rispetto ad altre possibili, quindi i contenuti morali catturano la nostra attenzione perché istigano reazioni legate ai nostri bisogni di conoscere il nostro mondo sociale e valutarne la correttezza. Dall'altro canto i contenuti emotivi sono facilitati nel diventare virali poiché la loro potenza evocativa cattura l'attenzione degli ascoltatori richiedendo un minore coinvolgimento iniziale. Ciò significa che un soggetto che è disposto a offrire scarsa attenzione a un contenuto troverà difficile rapportarsi a atti comunicativi basati sulla logica, poiché essi per avere successo richiedono un alto grado di volontà da parte dell'ascoltatore, mentre un appello emotivo istiga reazioni senza queste necessità preliminari.

Per esempio viene visto come nella creazione di marketing virali esista una correlazione tra le emozioni degli individui che guardano e la viralità che il contenuto ottiene. In particolare una conclusione interessante raggiunta nell'articolo riguarda quanto ogni emozione influenzi la

⁸⁰ Brady WJ, Gantman AP, Van Bavel JJ. Attentional capture helps explain why moral and emotional content go viral. *J Exp Psychol Gen.* 2020 Apr;149(4):746-756. doi: 10.1037/xge0000673. Epub 2019 Sep 5. PMID: 31486666.

possibilità di essere virale: mentre come ci si potrebbe aspettare in linea generale i contenuti che ispirano emozioni positive sono più virali di quelli che si appellano a quelle negative, alcune emozioni negative sono positivamente associate alla viralità⁸¹. In particolare contenuti che ispirano ansia o istigano rabbia possiedono maggiori probabilità di raggiungere grado virale, sottolineando l'importanza dell'intensità emotiva di un atto comunicativo nella conquista delle attenzioni. Questo dimostra che il processo per raggiungere la viralità non si limita alla trasmissione di informazioni positive e a non condividere quelle negative. I contenuti che evocano emozioni ad alto livello di eccitazione sono più virali.

La tendenza al successo, utilizzando come metrica i contenuti virali, di alcuni tipi di atti comunicativi rispetto ad altri mostra come il successo dell'emotività nel Web non sia solo una scomoda eredità che Internet ha ricevuto dalla televisione, bensì un problema sistemico delle piattaforme digitali dovuto all'economia dell'attenzione favorita dagli algoritmi utilizzati su di esse. A questo proposito mi sembra il caso di contestualizzare di più l'aumento dell'emotività all'interno del discorso pubblico, in particolare intendo usare lo studio di ..., per evidenziare come questo aumento degli appelli alle emozioni sia correlato a un forte calo del linguaggio razionale all'interno del dibattito pubblico.

Per dimostrare questo punto utilizzerò un articolo⁸² il cui scopo è analizzare se effettivamente stiamo assistendo a un calo sostanziale della retorica razionale in favore di una emotiva, anche in questo caso lo studio parte dal concetto di post-verità, cercando di vedere se la statistica conferma l'inizio di un'era in cui "i sentimenti prevalgono sui fatti". Lo studio analizza, ai fini di osservare un'effettiva correlazione, l'uso di determinate parole all'interno di documentazione compresa tra il periodo del 1850 e 2019. L'idea dello studio è che l'incidenza di certe parole all'interno della letteratura di un periodo può permetterci di comprendere i cambiamenti avvenuti all'interno di un determinato ambito culturale, in particolare l'idea è che i libri, come strumento di comunicazione su larga scala, ci possano dare un'idea di come le persone si rapportano ai loro media comunicativi, evidenziando cosa il pubblico di un determinato tempo predilige. La ricerca utilizza 5000 parole marcatore, come indicatori di possibili cambi nel panorama pubblico, oltre a ciò una serie di analisi statistiche supplementari servono a confermare che i cambiamenti nell'uso di questi termini siano effettivamente indicativi di cambi all'interno del panorama culturale più ampio, non solo coincidenze. Tali ricerche ausiliarie includono: l'analisi dell'utilizzo di termini all'interno del New York Times, una comparazione tra saggistica e letteratura narrativa e uno studio riguardo ai termini ricercati all'interno di Google e i risultati più correlati a tali ricerche. I risultati ottenuti dalla ricerca presa in considerazione sono straordinariamente in linea con quanto discusso fino ad ora: nel grafico comparato riguardante l'uso di termini marcatori di razionalità osserviamo cali contemporanei in tutti i medium intorno al 1980, in un processo con trend negativo che arriva fino al 2019. Diventa evidente quindi come una serie di fenomeni discussi nella sezione precedente non siano solo correlati casualmente, ma siano

⁸¹ Henke, L. (2013). Breaking through the clutter: The impact of emotions and flow on viral marketing. *Academy of Marketing Studies Journal*. 17. 111-118.

⁸² Scheffer, Marten & van de Leemput, Ingrid & Weinans, Els & Bollen, Johan. (2021). The rise and fall of rationality in language. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 118. e2107848118. 10.1073/pnas.2107848118.

sintomi di un peggioramento sensibile della salute del dibattito pubblico. Detto questo lo studio afferma comunque che definire con assoluta chiarezza i fattori determinanti di questo schema non sia un processo facile, o assolutamente conclusivo, poiché esistono una miriade di fattori che potrebbero aver concorso nel calo dei termini marcatori. Detto questo alcuni dei punti salienti del grafico per quanto riguarda la discesa sono riscontrabili in periodi consistenti con la narrativa da me proposta fino ad ora: la fine degli anni '80 ha visto sia la diffusione del "soundbite" nel dibattito politico che l'avvento di Internet nella sua forma del Web 1.0. Un secondo momento importante è l'accelerazione del trend discendente intorno al 2007, che coincide con l'inizio della diffusione globale dei social media, osservabile comparando i marcatori razionali con il comparire di Facebook nelle query di Google. Siamo quindi nell'era della "Post Verità", esiste un primato del linguaggio emotivo rispetto a quello razionale. Di per sé ciò non ci dovrebbe necessariamente spaventare, non esiste malizia intrinseca nell'utilizzo dell'emotività come principale metodo per rapportarsi a atti comunicativi, detto questo il problema sorge non solo dal restringimento del campo comunicativo della logica, ma da tutti i fattori sopra descritti assieme. In particolare tali forme comunicative, quali quelle favorite dall'equilibrio "Post Verità", offrono particolari sfide nel processo di trovare compromessi e costruire soluzioni, non solo approcci necessari per la risoluzione di problemi all'interno di sistemi democratici, ma particolarmente necessario oggi, in un periodo marchiato, come è il nostro, da crisi come il riscaldamento globale, la povertà globale e la devastazione della natura, tutte problematiche risolvibili solo attraverso sforzi adeguatamente informati da specialisti.

7.4 Il panorama contemporaneo

Il panorama pubblico contemporaneo ha una serie di disfunzionalità che rendono difficile sostenere una sfera pubblica sana. Come ho mostrato in questa sezione Internet pone delle problematiche difficili da sormontare per il dibattito pubblico, offrendo maniere di comunicare che sono profondamente incompatibili con ciò che necessita un confronto corretto tra privati. In molti campi potremmo dire di trovarci in un periodo in cui non esistono modi di avvicinarsi al concetto originale proposto da Habermas, confermando le analisi che l'autore fece riguardo all'andamento del dibattito pubblico durante il periodo di diffusione dei primi Mass Media. In buona misura la struttura di Internet offre delle sfide al corretto funzionamento democratico, in buona parte generati perché le analisi troppo positive dello strumento portarono molti esperti a ignorare, durante il primo periodo di penetrazione dell'internet all'interno delle società, potenziali criticità.

Nonostante le miriade di critiche mosse nelle pagine precedenti esiste ancora speranza per sanare le problematiche della sfera pubblica digitale, almeno parzialmente attraverso un uso consapevole da parte dei privati, in maniera da sfruttare al meglio le potenzialità offerte dallo strumento comunicativo. Questo perché l'ottimismo legato alla prima adozione del Web non era, nella sua totalità, mal riposto, in effetti Internet può offrire una serie di effetti incredibilmente positivi a chi sa farne uso. In parte abbiamo già trattato alcune delle sue potenzialità, in particolare quelle riferite alla vita sociale, come la creazione di gruppi digitali di attivismo, all'inizio di questa sezione, ma come illustrato le problematiche sistemiche

create dall'ecosistema digitale rendono spesso difficile usufruire di questi benefici. D'altro canto esistono tutta una serie di potenzialità il cui focus è invece incentrato sui singoli privati, che possono essere più facilmente sfruttate attraverso un rapporto più attento con lo strumento. Nella sezione che segue intendo discutere delle possibilità che Internet apre ai privati, come sfruttarle al meglio e come rapportarsi al panorama moderno, con le problematiche che ho illustrato in questa sezione.

Sezione 3: Democrazia in pericolo

Dopo aver illustrato le diverse sfide che il nuovo mondo della comunicazione pone al corretto funzionamento delle democrazie, è ora il momento di offrire quello che a mio avviso risulta essere il migliore ambito in cui mobilitarsi per migliorare la situazione che attualmente affligge il Web: l'utilizzo che i singoli cittadini fanno delle piattaforme di discussione digitale

Capitolo 8: Il panorama individuale

Nelle pagine precedenti ho illustrato una serie di problematiche legate a Internet come strumento di comunicazione, detto questo ho anche segnalato come analizzare il Web come un fenomeno unico è, in parte, scorretto. La sfera pubblica digitale è pervasa da decine di fenomeni che si sviluppano indipendentemente gli uni dagli altri, cooperando nel formare il panorama problematico che ho descritto fino a oggi. Fenomeni come le camere a eco sono creati grazie agli algoritmi di consiglio dei contenuti, come quello di Facebook, a sua volta favorito dal clima che favorisce l'intrattenimento alla discussione informata. Proprio per questa ragione, la difficoltà nel fare fronte alle diverse dimensioni offerte dal problema, in questa ultima sezione intendo analizzare solo un aspetto di questo nodo gordiano: ciò collegato ai singoli individui e alla loro esperienza del Web.

8.1 I problemi di oggi

Internet è divenuto uno strumento il cui utilizzo è ormai diffuso in ogni livello della popolazione, creando una serie di effetti su grandi gruppi di persone, manifestando caratteristiche diverse a seconda dell'età dell'utente e di che strumenti digitali quest'ultimo adoperi. In questo i problemi discussi fino a ora possiedono una dimensione psicologica specifica, personale ai singoli privati. L'analisi che segue vuole esplorare il rapporto che i singoli privati hanno con Internet e gli effetti avversi che l'esposizione con alcuni dei fenomeni peggiori del mondo digitale possono avere su di loro, al fine di chiarire con più precisione su quali aspetti i singoli privati possano adoperarsi per migliorare il loro uso dello strumento comunicativo.

La solitudine degli utenti

Solo di recente nella letteratura accademica si è iniziato a studiare l'impatto psicologico che Internet ha sui suoi utenti, in precedenza ignorati come manifestazioni di problemi pre-esistenti estranei al Web. In realtà sempre più studiosi si interessano agli effetti specifici che Internet ha sui suoi utilizzatori ⁸³, cercando di capire chi siano i soggetti più vulnerabili. In questo frangente un aspetto che riguarda i privati in cui si possono osservare i peggiori effetti riguardo all'utilizzo di Internet è la solitudine, in quanto il Web offre una serie di

⁸³ Morahan-Martin, Janet, 'Internet use and abuse and psychological problems', in Adam Joinson, and others (eds), *Oxford Handbook of Internet Psychology*, Oxford Library of Psychology (2009; online edn, Oxford Academic, 18 Sept. 2012), <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199561803.013.0021>

vantaggi alle persone affette da questa condizione: il controllo della propria rappresentazione offerto dalle piattaforme digitali permette a solitari di creare immagini di sé più curate, mostrando solo i loro lati migliori, oltre a questo l'anonimato permette a queste persone di gestire una serie di problematiche legate alla loro timidezza (percezione di incompetenza sociale o mancanza di spontaneità) e facilita il processo di incontro con altri soggetti, usufruendo delle possibilità di networking offerte da piattaforme come Facebook.

Questo cosmo di soggetti solitari in cerca di socialità fa sì che all'interno del mondo digitale si creino le condizioni perfette per la depersonalizzazione, questo processo riguarda soggetti che trovano la loro identità sociale, cioè la loro appartenenza a un determinato gruppo, più importante della loro identità individuale, facendo sì che le opinioni di altri membri del gruppo siano di centrale importanza per la loro vita ⁸⁴. A rendere ancora più forte questa influenza reciproca tra i membri del gruppo è la solitudine che questi soggetti spesso provano nella vita reale, facendo sì che questi ultimi siano disposti a qualsiasi cosa pur di rimanere parte dei loro circoli sociali digitali. In questa maniera si creano comunità di forte polarizzazione, in cui l'anonimato fa sì che l'unico elemento che distingue membri del gruppo e esterni sia il condividere le stesse opinioni. Oltre a questa polarizzazione politica legata al bisogno di socialità notiamo anche che le interazioni politiche, di centrale importanza per questa tesi, possiedono qualità negative nelle loro accezioni digitali, generate dalla prevalenza di camere a eco nel mondo Web, dentro cui le voci più forti, spesso quelle ostili, vengono diffuse a un pubblico più grande in un processo di istigazione della rabbia ⁸⁵. Questi due elementi concorrono nello spiegare come l'aumento della penetrazione di Internet in una comunità risulti in un aumento della polarizzazione e dell'ostilità all'interno dei soggetti che vi abitano all'interno.⁸⁶

Rabbia come catalizzatore di interazioni incivili

La diffusione di rabbia e indignazione all'interno di piattaforme di discussione digitale crea un ciclo che rafforza la negatività delle interazioni, questo perché, durante la comunicazione sul Web, la presenza di contenuti di natura negativa cambia profondamente il clima della discussione. Con l'anonimato e la rimozione di luoghi simboli per la comunicazione l'unico modo che i privati hanno per analizzare l'atto comunicativo in cui stanno prendendo parte, in maniera da comprenderne la natura, sono le affermazioni dei partecipanti e attraverso queste si cerca di ricostruire l'ambito simbolico della comunicazione. Come detto spesso le voci negative sono quelle più amplificate, grazie alle forti emozioni che evocano favorendo la viralità, questo fa sì che un soggetto incontri un maggior quantitativo di linguaggio aggressivo e questo informa i tipi di risposte che vengono date, creando un circolo vizioso in

⁸⁴ Rösner, Leonie & Krämer, Nicole. (2016). Verbal Venting in the Social Web: Effects of Anonymity and Group Norms on Aggressive Language Use in Online Comments. *Social Media + Society*. 2. 10.1177/2056305116664220.

⁸⁵ Artime M. Angry and Alone: Demographic Characteristics of Those Who Post to Online Comment Sections. *Social Sciences*. 2016; 5(4):68. <https://doi.org/10.3390/socsci5040068>

⁸⁶ Yphtach Lelkes, Gaurav Sood, and Shanto Iyengar. "The hostile audience: The effect of access to broadband internet on partisan affect." *American Journal of Political Science*, 2015, 1–16.

cui il linguaggio si muove verso vocabolari più aggressivi. A peggiorare questa tendenza concorre l'anonimato che crea un effetto di disinibizione, per cui i soggetti agiscono in maniere diverse, generalmente peggiori, da come farebbero in ambiti tradizionali. Questo perché online le loro azioni sono più facilmente separate dalle loro identità nel mondo fisico, diventando più difficile ricondurre atti comunicativi aggressivi alla loro persona e riducendo la paura di ripercussioni e il controllo degli impulsi⁸⁷. Oltre all'escalation delle emozioni negative, comune da vedere all'interno delle sezioni di commenti di diverse piattaforme, esistono fenomeni particolari legati al ruolo della rabbia all'interno delle comunità digitali, in particolare il più famoso è quello del Trolling, cioè l'invio di messaggi all'interno di piattaforme digitali con lo scopo di istigare reazioni negative nei soggetti che leggono, chiamato "flame trolling", con questi soggetti che rovinano deliberatamente la qualità di dibattiti sul Web con lo scopo di far iniziare il circolo vizioso sopra descritto, traendo divertimento dal caos creato in questa maniera⁸⁸.

8.2 Un mondo difficile da navigare

Oltre alla dimensione emotiva, l'esperienza dei singoli privati su Internet è resa difficoltosa da una serie di elementi riguardanti deliberazioni di natura logica. Questi fenomeni rendono l'opera di informarsi o comunicare difficile, poiché pongono ostacoli nell'agire dei privati, danneggiando i loro sforzi nel migliorare la qualità dei loro ragionamenti e colpendo anche soggetti che fanno del loro meglio per non essere danneggiati dagli effetti legati alla loro emotività.

Relazioni mediate

Ho più volte illustrato come nel mondo digitale buona parte delle relazioni siano mediate attraverso l'uso di algoritmi che, attraverso le informazioni raccolte dalle abitudini dell'utente, offrono informazioni, contenuti o soggetti con cui comunicare ritenuti affini con il soggetto primario. Questo strumento può inizialmente sembrare molto utile, offrendo la possibilità di conoscere soggetti nuovi o dati sconosciuti, in una maniera conveniente, eliminando il difficile processo di ricerca che precede tali sforzi nel mondo reale. In realtà è importante sottolineare i rischi che l'approccio algoritmico alla socialità offre per gli utenti che ne usufruiscono, per esempio tali meccanismi sono opachi nel loro funzionamento, richiedendo precise conoscenze tecniche per poter comprendere i processi decisionali legati ai contenuti che vengono offerti, questo fa sì che l'utente medio sia in balia degli algoritmi togliendo agenzia nei suoi atti comunicativi. Un altro punto critico contro gli algoritmi del Web è la possibilità di bias rispetto a ciò che viene consigliato: come già discusso per quanto riguarda Twitter, utenti ritenuti come influenti vengono consigliati di più, mentre su Youtube i contenuti che il social media offre alla sua user base sono mediati con gli interessi della

⁸⁷ Suler, J. (2004). The Online Disinhibition Effect. *CyberPsychology & Behavior*, 7(3), 321–326.
<https://doi.org/10.1089/1094931041291295>

⁸⁸ Bishop, Jonathan. (2013). The effect of deindividuation of the Internet Troller on Criminal Procedure implementation: An interview with a Hater. *International Journal of Cyber Criminology*. 7. 28-48.

piattaforma stessa. Questo significa che a ogni utente non è offerto ciò che meglio risponde alle sue necessità, invece esistono elementi fuori dal controllo dei singoli che modificano cosa gli viene mostrato, facendo sorgere la domanda di quali interessi siano valutati come più importanti in questa mediazione. Come ultimo punto importante per questa analisi è necessario far notare come gli algoritmi in utilizzo alle piattaforme social media siano rigidi nelle loro strutture, offrendo difficoltà allo sviluppo organico delle comunità digitali regolate da essi, principalmente legate al fatto che i parametri con cui questi complessi sistemi informatici vengono regolati non si adattano rapidamente alle condizioni ambientali della comunicazione tra privati. Questo fa sì che informazioni nuove o rilevanti non vengano offerte con la prominenza meritata se non corrispondono a criteri di importanza posti nel codice, come per esempio viralità o amichevolezza a offerte pubblicitarie⁸⁹.

Essere ingannati

Con l'aumento del traffico all'interno del mondo digitale, sia dal punto di vista economico sia da quello comunicativo e informativo, un nuovo problema è sorto all'interno delle comunità digitali: gli inganni. Questi sono divisi in varie categorie, ma la più rilevante per quanto riguarda l'analisi svolta in questa tesi è la falsificazione di dati e informazioni, nella quale esistono sottocategorie legate a che tipo di inganno viene svolto. Fenomeni come l'omissione di dati rilevanti per contestualizzare l'informazione, la falsificazione delle credenziali per risultare più autorevole e la diffusione di falsità sono presenti nelle pratiche digitali, in parte favorite dal Web e le sue condizioni di anonimato e assenza di rintracciabilità⁹⁰. Nello specifico ambito di Internet, le piattaforme svolgono sforzi per ottenere maggiore traffico di utenze e viralità, favorendo l'uso di vocabolari sensazionalisti, esagerazioni e appelli emotivi (come discusso all'interno del capitolo riguardante il clip farming). A volte queste parziali verità o complete menzogne, diffuse attraverso le piattaforme digitali, hanno livelli di fabbricazione tali da ingannare grandi quantitativi di persone, mostrando come il vero pericolo di questi non sia la facilità con cui si può mentire online, anzi l'esatto opposto. Internet presenta come già illustrato elementi che facilitano mentire, ma esistono difficoltà nel creare inganni di alta "qualità", come per esempio la permanenza e registrabilità della menzogna, nonché la pubblicità che espone la fabbricazione a possibili esperti con capacità per mostrarne gli errori⁹¹. Questo processo di selezione fa sì che solo le migliori frodi, quelle più difficili da falsificare, raggiungano un ampio pubblico, facendo sì che queste possano avere pericolosi effetti nel mondo reale, basti pensare alla nascita di Qanon nel 2017 e la

⁸⁹ König, P.D. Challenges in enabling user control over algorithm-based services. *AI & Soc* 39, 195–205 (2024). <https://doi.org/10.1007/s00146-022-01395-1>

⁹⁰ Hancock, Jeffrey T., ' Digital deception: Why, when and how people lie online', in Adam Joinson, and others (eds), *Oxford Handbook of Internet Psychology*, Oxford Library of Psychology (2009; online edn, Oxford Academic, 18 Sept. 2012), <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199561803.013.0019>,

⁹¹ Toma, C.L., Bonus, J.A., Van Swol, L.M. (2019). Lying Online: Examining the Production, Detection, and Popular Beliefs Surrounding Interpersonal Deception in Technologically-Mediated Environments. In: Docan-Morgan, T. (eds) *The Palgrave Handbook of Deceptive Communication*. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-96334-1_31

diffusione che tali menzogne hanno avuto, non solo nei circoli di estrema destra, ma anche nella popolazione generale.

Cercare informazioni

Un altro elemento che grava sugli individui nel loro rapporto con il mondo digitale è la difficoltà che riguarda la ricerca delle informazioni. Il processo di ricerca attraverso browser è ingannevolmente semplice, cullando gli utenti in un falso senso di sicurezza riguardo ai risultati offerti. In parte questa analisi è già stata fatta all'interno del capitolo riguardo all'affidabilità delle informazioni, ma è necessario chiarire che esistono delle tendenze degli utenti, oltre a quelle già descritte in precedenza, che rendono il processo di ottenimento di informazioni pericoloso per il corretto funzionamento del dibattito pubblico.

Uno di questi fenomeni è la cognizione motivata, cioè la tendenza degli utenti di ricercare informazioni che desiderino essere vere, non necessariamente attendibili. Questo processo fa sì che i prompt di ricerca tendano a offrire risultati che concordano con i bias dell'utente, oltre che fermare il soggetto da cercare altre fonti, soddisfatto nelle risposte che ha trovato. Quanto discusso è peggiorato dal fatto che le persone credono che i primi risultati ottenuti attraverso una ricerca siano quelli più affidabili, piuttosto che quelli che l'algoritmo ritenga più in linea con quanto ricercato. L'esistenza di bias all'interno dei prompt di ricerca e dei risultati offerti dai browser fa sì che gli utenti soffrano di false certezze, validate dal mondo digitale, inibendo le tendenze scettiche di fare ricerche più approfondite per fonti più attendibili o di comparare più siti per cercare di estrapolare informazioni più affidabili⁹².

Capitolo 9: La sfera pubblica e gli orizzonti personali

Internet è uno strumento oneroso da utilizzare, sia dal punto di vista emotivo che logico, offrendo diverse sfide, in molti casi non evidenti al pubblico generale, impreparato com'è alle problematiche specifiche che Internet impone ai loro sforzi. Proprio al fine di evidenziare questi elementi critici, spesso celati dietro l'opacità delle tecnologie impiegate dalle piattaforme social media, nei capitoli che seguono metterò in evidenza con più precisione alcune delle cause legate alle problematiche individuali discusse in precedenza, cercando di porre chiarezza su quanto questi elementi di disturbo siano diffusi all'interno dell'utilizzo quotidiano del Web nella vita dell'utente medio.

9.1 I problemi degli algoritmi

Con il termine algoritmo, usato spesso all'interno di questa tesi, si intende nello specifico la loro implementazione legata alle piattaforme di comunicazione digitale, descritta come una serie di processi attraverso cui sistemi automatizzati interni al social media creano classifiche dei contenuti prodotti al loro interno, utilizzando marcatori come condivisioni, tempo di consultazione, traffico sul contenuto e interazioni degli altri utenti. Il loro scopo è catturare l'attenzione degli utenti che usufruiscono della piattaforma, in maniera da incrementare la

⁹² McCallum, I. (2017). Finding reliable information online: adventures of an information sleuth. *Journal of the Australian Library and Information Association*, 66(1), 88–89. <https://doi.org/10.1080/00049670.2017.1284550>

loro permanenza con contenuti personalizzati. Questi strumenti impiegati dagli sviluppatori sono implementati nell'ottica di incrementare il profitto e la viralità del social media, non tenendo a mente il benessere psicologico o lo sviluppo personale degli utenti. Questo focus intorno alla dimensione economica crea problematiche per lo sviluppo corretto di un dibattito funzionale all'interno dei luoghi comunicativi digitali⁹³.

Il Black Box Problem

Gli algoritmi social sono sistemi informatici che interpretano enormi quantità di dati, questi strumenti sono all'avanguardia dal punto di vista tecnico, in luce di questo buona parte delle piattaforme mantiene segretezza riguardo agli accorgimenti tecnologici fatti nello sviluppo del proprio algoritmo. La necessità di opacità è spinta da due motivazioni principali, la prima riguarda la competizione tra piattaforme, cercando di tenere le proprie innovazioni e implementazioni segrete, evitando che la competizione possa copiarle. La seconda è la paura che gli utenti, una volta a conoscenza del funzionamento di una piattaforma, possano adottare accorgimenti per pilotare i risultati, rovinando l'”organicità” del social media.

In questi si è assistito a sforzi da parte di varie corporazioni di rilasciare informazioni, seppur limitate, riguardo al funzionamento dei propri algoritmi, questo cambiamento è in parte dovuto alla crescente coscienza riguardo ai problemi descritti fino a ora in questa tesi, con le istituzioni sempre più preoccupate riguardo all'impatto che questi sistemi informatici hanno sul dibattito pubblico. In realtà la segretezza è solo un aspetto dell'opacità legato agli algoritmi social, la verità è che questi sistemi di analisi dati sono diventati così complessi che, anche se fossimo a conoscenza di tutti gli elementi costitutivi del sistema, potrebbe risultare difficile comprendere a pieno i risultati osservati. L'interesse delle piattaforme è il coinvolgimento della user base, le loro analisi qualitative sono quindi fatte sui risultati ottenuti dai sistemi automatici, non tanto sui processi che questi ultimi svolgono per ottenerli. Questi due elementi assieme formano il Black Box Problem, per cui è estremamente difficile identificare bias all'interno dei processi degli algoritmi social, anche se si è consapevoli del rischio posto dalla loro esistenza⁹⁴.

Interessi politico-economici

La costruzione degli algoritmi e delle architetture delle piattaforme social è guidato da interessi economici, informando le scelte svolte in quali contenuti consigliare, quali forme questi ultimi debbano prendere e che informazioni promuovere all'interno dell'ecosistema comunicativo di una piattaforma. Il processo descritto nella sezione dedicata a Twitter cattura bene lo sviluppo di una piattaforma che, inizialmente, vuole offrire un servizio di comunicazione per poi trasformarsi per assecondare interessi economici. Questo processo viene chiamato comodificazione, per cui atti e servizi, valutati positivamente per la loro

⁹³ <https://library.queens.edu/misinformation-on-social-media/algorithms>

⁹⁴ Cotter, K. (2023). “Shadowbanning is not a thing”: black box gaslighting and the power to independently know and credibly critique algorithms. *Information, Communication & Society*, 26(6), 1226–1243.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1994624>

utilità, vengono trasformati per favorire la produzione di ricchezza. Questo processo è presente ovunque all'interno della comunicazione digitale: le preferenze raccolte da Facebook vendute e a agenzie al fine di creare pubblicità mirate, la commodificazione dell'influenza creato dal "blue checkmark" di Twitter o la classificazione e scelta di contenuti per massimizzare il numero di pubblicità date agli utenti come fatto da Youtube, ogni piattaforma prende parte a questo tipo di controllo degli atti comunicativi fatti al loro interno. Questo processo, svolto attraverso la creazione di algoritmi a doc, fa sì che ai privati non vengano mostrati i contenuti da loro desiderati o ricercati, ma una mediazione tra quello voluto dall'utente e ciò che è più proficuo per la piattaforma, spesso in un processo sbilanciato verso i secondi, piuttosto che i primi⁹⁵.

9.2 Internet polarizzato

Il fenomeno della polarizzazione politica all'interno delle democrazie occidentali non è nulla di nuovo, con posizioni di estremismo politico osservate in vari momenti nella storia recente. Di mio interesse è però l'effetto che l'Internet ha nell'istigare polarizzazione nei singoli privati, in particolare l'uso che alcune figure nel panorama politico contemporaneo usano i social media per incitare comportamenti legati a questo fenomeno.

Un fenomeno in crescita

La polarizzazione politica è un fenomeno in crescita, con un maggior numero di membri dell'elettorato tendenti verso posizioni meno moderate. Questa tendenza non è facilmente spiegabile o ovvia, anzi fino alla metà degli anni novanta buona parte degli studiosi era ottimista riguardo il panorama politico, studi negli Stati Uniti mostravano una separazione dell'elettorato in decrescita, seppur con un picco durante l'operato di Bush, più riconducibile al presidente che a cause ambientali. Questo trend ha subito un drastico ribaltamento negli ultimi due decenni, studi analoghi mostrano come il rapporto tra democratici e repubblicani si sta inasprendo, con un numero sempre maggiore di narrative che inquadrano l'altra posizione come nemica ai valori nazionali. L'Europa non è esente da questi fenomeni, con la crescita dei populismi e le loro critiche vitrioliche verso buona parte dell'operato democratico fatto fino a oggi. L'elettorato delle democrazie è più tendente a fenomeni di polarizzazione di quanto non lo fosse all'inizio del millennio, con dati che suggeriscono che questa tendenza non sia in rallentamento⁹⁶, trovando nel Web elementi che concorrono nel peggiorare la situazione, come siti dai contenuti politici, con un numero significativo di lettori, che espongono opinioni politiche estremiste, molto più di quanto si potesse osservare all'interno dei media tradizionali, con alcune board di discussione (in particolare relative a siti come 4chan) che mostrano alti livelli di parzialità, promuovendo agende a volte spaventose.

⁹⁵ Mosco, V. (2009). *The political economy of communication*. Capitolo 7. SAGE Publications Ltd, <https://doi.org/10.4135/9781446279946>

⁹⁶ Gentzkow, M. (2016). *Polarization in 2016*.

Detto questo la polarizzazione è un fenomeno complesso, che non può essere attribuito a una sola causa, specialmente quando il fenomeno è diffuso quanto oggi, con questo intendo dire che Internet non è la sola causa, o la principale, di questo processo che oramai da vent'anni ha inasprito il dibattito democratico, detto questo le discussioni digitali sono sia sintomi di un malessere democratico più diffuso, ma anche causa della polarizzazione di privati all'interno della sfera pubblica digitale e individuare gli elementi che concorrono nel peggiorare la qualità dei dibattiti Web può aiutarci a abbassare la tensione nell'atmosfera.

Esposizione selettiva

Esiste una tendenza nelle persone di esporsi a informazioni che confermano ciò che pensiamo, definita come esposizione selettiva, questo fenomeno avviene in una miriade di ambiti differenti, sia nel mondo digitale che in quello analogico. La presenza diffusa di questo processo non dovrebbe sorprendere, in quanto esistono alcune ragioni per cui i privati preferiscono solo informazioni che confermano il loro pensiero. In primo luogo il rafforzamento di concezioni preesistenti aiuta i soggetti a costruire una percezione consistente di verità, questo processo di rafforzamento delle proprie convinzioni permette di avere una concezione della realtà solida, nonché avere forme mentali attraverso cui rapportarsi con gli altri e costruire i luoghi simbolici attraverso cui comunicare. Informazioni opposte a quanto si pensa possono destabilizzare la visione che un privato ha della realtà, un processo che potrebbe portare sconforto ed è per questo evitato. In questo senso di sconforto giace la seconda ragione per cui la selezione selettiva è diffusa: essa è un meccanismo di difesa contro sensazioni di disagio personale e dissonanza cognitiva.

Il pericolo di questo fenomeno è favorire processi di costruzione del consenso e posizioni partigiane piuttosto che favorire il dibattito informato, essenziale per il funzionamento della democrazia. Questo può essere evitato all'interno del mondo analogico, prendendo misure per esporsi a informazioni provenienti da parti differenti della propria nel dibattito politico, mentre il mondo digitale toglie l'agenzia di compiere questo tipo di sforzi agli utenti, separando la decisione legata a quali contenuti esporsi dai privati all'interno del Web⁹⁷, rendendo sforzi per evitare l'esposizione selettiva più difficoltosi. L'assenza di questa esposizione perpendicolare facilita l'incastellamento nelle proprie credenze e, di conseguenza, la polarizzazione.

Socialità digitale polarizzata

Gli atti comunicativi e sociali che avvengono all'interno del Web sono avvolti dall'anonimato, in parte abbiamo già discusso come questo crei degli effetti su come i soggetti si rapportino tra loro, ma in particolare, per quanto riguarda l'ambito della polarizzazione, è rilevante considerare come l'anonimato online incoraggia comportamenti aggressivi in ambedue le direzioni, non solo inibisce colui che aggredisce, poiché esiste una separazione che protegge la sua vera identità e lo separa dall'atto che sta per compiere, ma

⁹⁷ Jeremy A. Frimer, Linda J. Skitka, Matt Motyl, Liberals and conservatives are similarly motivated to avoid exposure to one another's opinions, *Journal of Experimental Social Psychology*, Volume 72, 2017, Pages 1-12,

visto che l'identità di chi viene aggredito è nascosta l'atto aggressivo sembra meno grave. Questo perché, anche se la popolazione generale è avversa a fare del male agli altri, la maggiore separazione, sia fisica che emotiva, fa sì che la rappresentazione mentale che abbiamo del nostro interlocutore sia povera di dettagli, facilitando processi di disumanizzazione, riducendo la gravità dell'atto aggressivo. In secondo luogo la presenza di una ipotetica folla digitale cambia i comportamenti comunicativi dei partecipanti al dibattito online. Qualsiasi atto comunicativo che avvenga su di una piattaforma social media è sostanzialmente pubblico, questo fa sì che alcuni soggetti si avvicinino all'atto comunicativo come se si trovassero all'interno di un grosso gruppo di persone, questo nel mondo reale porta a maggiore disinibizione, "deindividuazione" e comportamenti antisociali, risultando in interazioni più aggressive, di peggiore qualità e l'arrivo a conclusioni più aggressive e polarizzate. Nel mondo digitale questi effetti continuano a essere presenti, ma il frame della "folla" è spesso un elemento di sfondo permanente nell'approccio comunicativo di alcuni interlocutori, facendo sì che questa psicologia di gruppo sia molto più diffusa di quanto non lo sia nel dibattito politico contemporaneo.

Infine le interazioni sociali ostili sono meno costose all'interno del mondo digitale, anche senza il velo dell'anonimato a fungere da protezione. La separazione fisica che le interazioni sociali su Internet comportano elimina alcune conseguenze possibili degli atti aggressivi, come per esempio ripercussioni fisiche violente⁹⁸.

9.3 I social media come strumento politico

Internet è un potente strumento di comunicazione e alcuni hanno imparato a utilizzarlo con chiare agende politiche in mente. Quando si svolgono atti comunicativi nell'ambito digitale bisogna tenere a mente che le piattaforme sono spesso strumentalizzate da agenti esterni agli atti comunicativi privato verso privato, essenziali per la sfera pubblica, con obiettivi legati alla manipolazione delle dinamiche di massa con lo scopo di favorire certi risultati all'interno del dibattito pubblico. Nelle pagine che seguono presenterò due fenomeni legati a questo campagne di controllo del dibattito pubblico, evidenziando come Internet abbia unicamente permesso questo tipo di campagne comunicative.

Intervento russo nelle elezioni 2016

La Russia, attraverso vari istituti specializzati, ha creato dei sistemi per istituire efficienti campagne di disinformazione sui social media, con lo scopo di ingannare i privati e pilotare il dibattito pubblico all'interno delle democrazie occidentali, un esempio di come queste strategie vengono applicate è l'elezione presidenziale del 2016.

Nelle operazioni condotte durante il periodo precedente alle votazioni, sforzi diffusi su tutte le piattaforme social media possono essere osservati, dai principali Facebook e Twitter, ma anche piattaforme più piccole come Reddit, Tumblr, Pinterest, YouTube, Vine e Google+. In particolare Instagram risulta quella più utilizzata negli sforzi di disinformazione. Le

⁹⁸ Deri, S. (2019, November 6). Internet Use and Political Polarization: A Review.
<https://doi.org/10.31234/osf.io/u3xyb>

operazioni condotte dagli agenti russi hanno fatto uso dei social media sopracitati per diffondere vari tipi di contenuti e impersonare diversi tipi di soggetti, fingendosi privati appartenenti a una miriade di affiliazioni e organizzazioni: come musulmani americani con simpatie terroristiche, suprematisti bianchi contrari all'immigrazione, attivisti di Black Lives Matter e persone pronte a aggredire agenti di polizia. Il loro obiettivo era paralizzare il dibattito democratico e polarizzare l'elettorato, a prescindere da che contenuti venivano discussi negli atti comunicativi a cui prendevano parte. Così facendo, non solo alimentarono la polarizzazione nel pubblico, ma costruirono un'immagine all'interno di ogni americano che i propri "avversari politici" fossero davvero orribili come sospettavano. Oltre a questo impersonamento i "troll" russi presero di mira giornalisti online, in maniera da distrarli dalle notizie veramente importanti⁹⁹. Secondo una stima del Guardian¹⁰⁰ diverse migliaia di soggetti sono riconducibili a queste campagne di disinformazione, con diversi promotori di Trump su Internet in realtà propagandisti/troll russi.

Trump: maestro dei social media

Trump ha rivoluzionato la metodologia con cui i social media possono essere impiegati all'interno di una campagna elettorale e in una posizione di governance, i suoi sforzi sono riusciti a riunire due elementi apparentemente incompatibili: la comunicazione decentralizzata del Web, pensata come un punto a favore della democrazia, e la volontà di centralizzare potere, in maniera analoga a figure autoritarie. Questo ribaltamento della relazione tra metodi comunicativi e poteri politici è unico nel suo genere e legato alla figura di Donald Trump nello specifico, grazie a alcune sue capacità comunicative.

La comunicazione digitale è legata strettamente a elementi come al carisma dell'interlocutore e alla viralità del contenuto che viene comunicato, questi due elementi concorrono nello spiegare come Trump abbiamo, con grande abilità, utilizzato piattaforme come Twitter per raggiungere l'elettorato statunitense in maniere precedentemente impossibili. Per quanto riguarda il primo punto Trump è un uomo che ha già preso parte a eventi in cui il carisma è essenziale per avere successo, non solo nel suo ambito lavorativo, come investitore, ma anche nelle sue avventure nei reality show, dove ha imparato a padroneggiare l'arte dell'autorappresentazione a un pubblico. Attraverso le tecniche imparate in tali contesti ha iniziato a coltivare un'immagine di sé cercando di sembrare autentico, un uomo trascinato dalla sua rabbia, guidato da grandi passioni, seppur possedendo sopraffine capacità manageriali, oggi sulle piattaforme social rimette in scena la stessa rappresentazione. Twitter è stato campo ideale dove adottare queste strategie, usando l'architettura della piattaforma, collegata a brevi messaggi di 140 caratteri, per evitare confronti di lunga forma legati a logica o fattualità, spostandosi invece verso elementi legati al clip farming, utilizzando nomignoli e battute offensive per sminuire i propri avversari e catturare l'attenzione dell'audience. Oltre a questo Twitter ha permesso a Trump di raggiungere enormi quantitativi di persone, in

⁹⁹<https://www.technologyreview.com/2018/08/14/240325/how-social-media-took-us-from-tahrir-square-to-donald-trump/>

¹⁰⁰ Benedictus, Leo (November 6, 2016). "Invasion of the troll armies: from Russian Trump supporters to Turkish state stooges". *The Guardian*. Archived from the original on May 10, 2017.

precedenza questo tipo di retorica carismatica era legata alla presenza del leader, il pubblico poteva essere influenzato solo attraverso grandi riunioni in spazi dedicati, oggi, invece, quando Trump twitta raggiunge più persone di quante le piazze più grandi del mondo avrebbero mai potuto contenere.

Lentamente Trump è riuscito a far apparire il mondo caotico e pericoloso e attraverso Twitter si è mostrato come il leader carismatico e autentico che le persone desiderano¹⁰¹.

Capitolo 10: Gli orizzonti individuali

L'ultimo tema che intendo trattare all'interno di questa tesi è una guida a come i privati possano muoversi all'interno della sfera pubblica digitale, in particolare come gestire le problematiche discusse in questa sezione, come per esempio le forti cariche emotive a cui potrebbero essere sottoposti, la disinformazione che potrebbero incontrare e le ragioni per cui gli atti comunicativi prediligono alcune forme all'interno del Web rispetto a altre. La mia volontà è di offrire alcuni strumenti in maniera che il soggetto medio possa operare in una maniera più responsabile, autonoma e efficiente all'interno dei propri luoghi comunicativi, in maniera da instaurare dibattiti più funzionali. Questo non toglie che Internet rimane pervaso da problemi di implementazione che sono da risolvere su di un piano istituzionale e tecnico, ma l'azione responsabile fatta dal basso può migliorare i risultati del dibattito pubblico, anche se non risolve le cause a fondamento delle problematiche fino a ora discusse.

10.1 Informarsi

Il primo passaggio per migliorare la qualità della sfera pubblica digitale è l'ottenimento di informazioni affidabili e imparziali su cui basare i propri giudizi, questa operazione può essere difficoltosa, come espresso in precedenza, ma svolgere sforzi per assicurarsi che le proprie risorse siano qualitativamente buone è imperativo per operare responsabilmente all'interno di un sistema democratico.

Accorgimenti per una ricerca affidabile

Ho già parlato del rischio riguardante le informazioni digitali e la loro affidabilità, diventa quindi essenziale trovare degli accorgimenti per limitare la nostra esposizione a ciò che mette a rischio la nostra imparzialità e efficacia discorsiva. Per fare ciò possiamo svolgere alcune considerazioni durante la ricerca di informazioni al fine di ridurre il quantitativo di informazioni di cui dobbiamo valutare l'affidabilità, facendo un primo processo di selezione.

Il primo punto da considerare è lo scopo della fonte che andiamo a considerare, la prima analisi dovrebbe soffermarsi su quale sia l'obiettivo di chi ha scritto le informazioni, ad esempio messaggi su Twitter sono mirati a viralità e a creare più reazioni possibili, questo rende il loro scopo incompatibile con una ricerca per un dibattito informato, d'altro canto siti di organizzazioni internazionali offrono informazioni con scopi di divulgazione, come anche archivi accademici o siti di giornali dalla consolidata reputazione. Lo scopo con cui gli atti

¹⁰¹ Turner F., 2018. "Trump on Twitter: How a Medium Designed for Democracy Became an Authoritarian's Mouthpiece", Trump and the Media, Pablo J. Boczkowski, Zizi Papacharissi

informativi avvengono è un importante aspetto da valutare quando si svolge la ricerca di informazioni su cui basare i propri giudizi.

Una volta valutato che lo scopo delle informazioni ricercate sia buone è importante osservarne l'attualità, o meglio se queste sono ancora valide. Questa valutazione deve avvenire con criterio, alcuni campi possono fare uso di informazioni rilasciate decenni addietro senza avere problemi di validità, come per esempio i campi scientifici. Mentre in dibattiti politici o tecnologici è sempre meglio cercare informazioni il più recenti possibile, visto la velocità con cui questi campi si sviluppano.

Ultimo punto importante è cercare informazioni in linea con le proprie competenze, questo vuol dire che ogni privato deve usare fonti in linea con cosa esso può ragionevolmente interpretare e comprendere. Le fonti accademiche sono di incredibile qualità, ma possono essere inutili a un cittadino medio, o peggio dannose nel caso quest'ultimo non riesca a pieno a comprendere quanto viene spiegato. Lo sforzo deve essere quindi fatto di trovare dati adeguati al proprio livello.

In fine consiglio di controllare ciò che viene consultato per pointers a altro materiale (hyperlinks, citazioni o consigli), in generale materiale che è in linea con queste tre considerazioni proporrà altre fonti sempre adeguate, questo fa sì che dopo aver reperito un documento di qualità adatta si possa svolgere una ricerca ad albero, utilizzando i pointers per muoversi verso altri contenuti¹⁰².

Esposizione perpendicolare

Riconoscere la presenza dell'esposizione selettiva è solo l'inizio per sradicare questa orribile abitudine. Esporsi a posizioni differenti dalla nostra, specialmente se espresse attraverso fonti competenti, aiuta lo sviluppo di un dibattito democratico più funzionale, in quanto permette di avere consapevolezza di più approcci riguardanti lo stesso problema e come anche le persone che la pensano differentemente da noi abbiano soluzioni efficaci. Questo è il significato di esposizione perpendicolare, utilizzare un problema da noi sentito come occasione per approcciarsi a diverse linee di pensiero riguardanti la questione.

Il problema principale è come approcciarsi nel ricercare fonti diverse da quelle abituali, in fondo è difficile informarsi su temi che non si conoscono, in questo frangente la migliore maniera per approcciarsi a nuove posizioni è attraverso un'ottica di "difesa". Con questo si intende considerare informazioni che attaccano le proprie opinioni, principalmente cercando dibattiti informati tra esperti, questo permette di muoversi da ciò che si conosce verso nuove informazioni, passando per i punti nevralgici di discussione nei temi di interesse. Non solo questo approccio basato sulla difesa è ottimo per iniziare a conoscere nuove posizioni, ma risulta anche essere persuasivo verso soggetti che non cercano attivamente di ridurre la propria esposizione selettiva, anzi è molto più efficace appellarsi a una retorica di inoculamento che a una di riduzione del bias, dando la capacità ai privati non solo di informarsi in una maniera responsabile e efficace, ma di avere una maniera di coinvolgere

¹⁰² Cooke, A. *A guide to finding quality information on the internet selection and evaluation strategies*. 2nd edition. Chapter 3. London: Library Association Publishing, 2001. ISBN 1-85604-379-7

persone a loro circostanti in un processo di esposizione perpendicolare, anche se questi ultimi non ne sono pienamente a conoscenza¹⁰³.

10.2 Capire

Una parte importante di ogni atto comunicativo è il compromesso, la costruzione di un'intesa tra i soggetti coinvolti nella discussione. L'assenza dei luoghi e l'anonimato offrono sfide a questo processo, favorendo invece processi di deumanizzazione e l'inibizione dei privati verso atti aggressivi. È importante capire i propri interlocutori, fare lo sforzo di costruire il più possibile una comprensione e adoperarsi per ricostruire un luogo simbolico entro cui comunicare, altrimenti si cade vittima di tendenze emotive e aggressive che favoriscono polarizzazione all'interno del dibattito politico più ampio.

Controllo delle emozioni

come visto nei capitoli precedenti, online esiste un forte ruolo delle emozioni nella pratica politica, questo non ci dovrebbe stupire in quanto le persone negoziano emozioni e ragione quando discutono di politica anche nel mondo reale, in fondo le questioni di cui discutono hanno profondi e reali effetti non solo sulla società in cui vivono, ma le persone che hanno attorno e a cui tengono, non dovrebbe essere quindi una sorpresa che ci sia sempre una tinta morale a ogni atto comunicativo politico. Detto questo bisogna capire come i forum digitali facilitano una maggiore emotività, danneggiando la logicità degli atti comunicativi. Le funzionalità integrate di molti luoghi digitali sfruttano la tendenza a risposte emotive rapide e sfavoriscono invece approcci più lunghi e pensati, spesso danneggiando il coinvolgimento costruttivo, visto che reazioni fortemente emotive rischiano un'escalation tra i partecipanti, questo perché le persone possono avere profonde risposte emotive sui social media e la struttura delle piattaforme crea una sfida nel comprendere il perché di questi atti comunicativi, che spesso giungono inaspettati, visto che i fattori personali alla base di tali eventi potrebbero non essere visibili agli altri utenti coinvolti nella discussione. In questo aspetto la discussione politica online può essere un'esperienza molto viscerale, con grandi ripercussioni sulla vita offline delle persone.

Il proprio dovere è quindi di tenere in considerazione questi fattori, facendo del proprio meglio per capire la ragione di questi outburst emotivi e adoperarsi per una de-escalation dei toni, ricordandosi sempre che tali eventi sono favoriti da strutture fuori dal controllo dell'interlocutore con cui si sta parlando¹⁰⁴.

¹⁰³ Banks, L. M., & Brannon, L. A. (2023). Does Considering the Consequences of Selective Exposure Help Reduce Selective Exposure Behaviors? *Psychological Reports*, 0(0).

¹⁰⁴ Bailey, E.A. (2021). Crosstalk: Emotion and Misunderstanding in Online Debate. In: Political Participation on Social Media. Political Campaigning and Communication. Palgrave Macmillan, Cham.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-65221-0_6

Umanizzazione dei soggetti

Un altro sforzo necessario per ristabilire la civiltà negli atti comunicativi digitali è uno sforzo a riumanizzare gli interlocutori digitali anonimi. In questo senso l'anonimato digitale ha spesso favorito la costruzione di rappresentazioni aggressive verso gli altri, visti come nemici della propria posizione politica. Questo è dovuto al fatto che, in buona parte, i soggetti coinvolti all'interno di un atto comunicativo digitale si vedono solamente come rappresentazioni cartesiane dell'essere, soggetti solamente definiti dal loro pensiero, ma collegato al singolo problema di cui si sta parlando. Questo processo facilita approcci aggressivi, visto che l'altro è facilmente interpretato come solamente un avversario.

La necessità è comprendere che le persone con cui si comunica online siano effettivamente cittadini e privati, al pari nostro, con vite simili alla nostra e problematiche che li affliggono e motivi per le loro decisioni. Riconoscere che all'interno del mondo digitale esistono soggetti con pari nobiltà alla nostra, e vittime allo stesso modo di problematiche ben superiori a loro favorite dall'architettura digitale, dovrebbe permettere ai privati di ridurre la loro inibizione, favorendo comportamenti più in linea con quelli osservati nel mondo reale, dove al proprio interlocutore è possibile assegnare una faccia.

10.3 Agire

Con le considerazioni legate alla ricerca di informazioni e alla costruzione di un consenso prima dell'atto comunicativo fatte, è ora necessario parlare di come i singoli privati possano, nella loro vita quotidiana, implementarli in maniera efficace per migliorare la loro contribuzione alla sfera pubblica.

Meno volume, più qualità

Le piattaforme digitali sono strutturate nella maniera di incoraggiare un grande quantitativo di atti comunicativi, questo è una delle ragioni per l'abbassamento della qualità del dibattito pubblico: questa tendenza alla velocità e quantità è andata a discapito della qualità degli atti comunicativi e dei loro contenuti. Il lavoro da svolgere in questo senso è approcciarsi ai dibattiti online con cautela, scegliendo attentamente le piattaforme e le discussioni in cui si possano applicare i punti precedentemente descritti e in si trovino interlocutori dediti ad avere conversazioni funzionali. Questo non vuol dire ricercare persone che hanno posizioni simili alle nostre, poiché in molti casi gli ambiti più civili di discussione si possono trovare all'interno di camere ad eco e questo è un grande pericolo, ma formare atti comunicativi con persone che credono in posizioni differenti dalla propria nell'ottica di creare una discussione informativa e costruttiva per ambedue le parti, favorendo un clima che incoraggi ragionamenti lenti, argomenti ben costruiti e comprensione tra i soggetti coinvolti. Questo richiede anche di allontanarsi da ambiti dove questi aspetti sono totalmente assenti, non solo per il proprio benessere, visto che viscerali discussioni emotive online possono dare sconcerto nella vita reale, ma anche per non alimentare tali focolai discorsivi.

Azione individuale nel panorama digitale

Le realtà del mondo digitale possono risultare scoraggianti, specialmente quando si tiene conto di quanto il Web sia sconfinato e quanto, in relazione, i nostri sforzi risultino piccoli. Questo non deve però fermare i nostri sforzi, anche se i problemi che Internet pone alla democrazia sono più grandi di qualsiasi singolo individuo l'azione responsabile di molti può far sì che la sfera pubblica migliori nella sua salute, questo perché, come già affermato in precedenza, Internet possiede grandi potenzialità che possono essere sfruttate a discapito delle sfide offerte dall'implementazione incauta di cui ha sofferto il Web 2.0 .

La necessità è di un'azione radicale nel cambiare come le piattaforme digitali funzionino per migliorare la qualità della comunicazione che avviene al loro interno, detto questo l'azione responsabile dei privati, intenzionata a sfruttare al meglio le potenzialità di Internet contenendo il meglio possibile i danni che quest'ultimo può fare, ha il potenziale di muovere l'ago della bilancia verso applicazioni virtuose e azioni più efficaci per risolvere i problemi sistematici di cui il mondo digitale soffre.

Bibliografia

- Abbate, Janet. 1999. *Inventing the Internet*. Cambridge: MIT Press.
- Abiri G., Guidi S., From a Network to a Dilemma: The Legitimacy of Social Media, 26 Stan. Tech. L. Rev. 51 (2023).
- Arttime, M. (2016). Angry and Alone: Demographic Characteristics of Those Who Post to Online Comment Sections. *Social Sciences*, 5(4), 68. <https://doi.org/10.3390/socsci5040068>
- Avalle M., Di Marco N., Etta G. (2024), "Persistent interaction patterns across social media platforms and over time.", *Nature* 628, pp. 582–589, <https://doi.org/10.1038/s41586-024->
- Bailey, E.A. (2021). Crosstalk: Emotion and Misunderstanding in Online Debate. In: *Political Participation on Social Media. Political Campaigning and Communication*. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-65221-0_6
- Banks, L. M., & Brannon, L. A. (2023). Does Considering the Consequences of Selective Exposure Help Reduce Selective Exposure Behaviors? *Psychological Reports*, 0(0).
- Barendt E. (2007) "Freedom of Speech", 2nd edn Oxford, Oxford Academic, pp. 1-38
- Dedaić, M. (2006). "Political speeches and persuasive argumentation". p. 700–707. <https://doi.org/10.1016/b0-08-044854-2/00721-5>
- Barth, T.D., Schlegelmilch, W. (2014). *Cyber Democracy: The Future of Democracy?*. In: Carayannis, E.,
- Campbell, D., Efthymiopoulos, M. (eds) *Cyber-Development, Cyber-Democracy and Cyber-Defense*. Springer,
- Bartlett, J., Birdwell, J. and Littler, M. (2012) *The new face of digital populism*. London: Demos.
- Benedictus, Leo (November 6, 2016). "Invasion of the troll armies: from Russian Trump supporters to Turkish state stooges". *The Guardian*. Archived from the original on May 10, 2017.
- Berger, J. & Milkman, K. (2013). Emotion and Virality: What Makes Online Content Go Viral?. *GfK Marketing Intelligence Review*. 5. 18-23. 10.2478/gfkmir-2014-0022.
- Bishop, J. (2013). The effect of deindividuation of the Internet Troller on Criminal Procedure implementation: An interview with a Hater. *International Journal of Cyber Criminology*. 7. 28-48.
- Boot, A.B., Dijkstra, K. & Zwaan, R.A. The processing and evaluation of news content on social media is influenced by peer-user commentary. *Humanit Soc Sci Commun* 8, 209 (2021). <https://doi.org/10.1057/s41599-021-00889-5>
- Brady WJ, Gantman AP, Van Bavel JJ. Attentional capture helps explain why moral and emotional content go viral. *J Exp Psychol Gen*. 2020 Apr;149(4):746-756. doi: 10.1037/xge0000673. Epub 2019 Sep 5. PMID: 31486666.
- Briggs, A., & Burke, P. (2005). *A social history of the media : from Gutenberg to the Internet* (2nd ed.). Polity.

Brigham, C. S. (1950). *Journals and Journeymen: A Contribution to the History of Early American Newspapers*. University of Pennsylvania Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctv4v2z8b>

Bruce H. Perceptions of the Internet: what people think when they search the Internet for information. *Internet Res.* 9(3): 187-199 (1999)

Bruckman, A. S. (2022). *Should You Believe Wikipedia?: Online Communities and the Construction of Knowledge*. Cambridge: Cambridge University Press.

Carter, T. Francis. (1931). *The invention of printing in China and its spread westward*. New York: Columbia University Press.

Castelló, I., Etter, M. and Årup Nielsen, F. (2016), Strategies of Legitimacy Through Social Media: The Networked Strategy. *Jour. of Manage. Stud.*, 53: 402-432. <https://doi.org/10.1111/joms.12145>

Cerese, A., & Santoro, C. (2018). From racial hoaxes to media hypes: Fake news' real consequences. In P. Vasterman (Ed.), *From Media Hype to Twitter Storm* (pp. 333–354). Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt21215m0.20>

Ceron, A., & Memoli, V. (2016). Flames and Debates: Do Social Media Affect Satisfaction with Democracy? *Social Indicators Research*, 126(1), 225–240. <https://www.jstor.org/stable/48714603>

Cha, M., H. Haddadi, F. Benevenuto, and K. P. Gummadi. 2010. Measuring user influence in Twitter: The million dollar fallacy. *Proceedings of the Fourth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*. <http://pdfcast.org/pdf/measuring-user-influence-in-twitter-the-million-followerfallacy>.

Chakraborty, Partha. (2024). Strategic Use of Social Media and Podcasts in Donald Trump's 2024 Presidential Campaign. *European Economics Letters*. Vol 14,. 705-724.

Chamberlain, P. R. (2010). Twitter as a Vector for Disinformation. *Journal of Information Warfare*, 9(1), 11–17. <https://www.jstor.org/stable/26480487>

Clucas, T. (2020). 'Don't Feed the Trolls': Social Media and the Limits of Free Speech. In S. Polak & D. Trottier (Eds.), *Violence and Trolling on Social Media: History, Affect, and Effects of Online Vitriol* (pp. 47–64). Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1b0fvrn.6>

Cook, D., Waugh, B., Abdippanah, M., Hashemi, O., & Rahman, S. (2014). Twitter Deception and Influence: Issues of Identity, Slacktivism, and Puppetry. *Journal of Information Warfare*, 13(1), 58–71. <https://www.jstor.org/stable/26487011>

Cooke, A. *A guide to finding quality information on the internet selection and evaluation strategies*. 2nd edition. Chapter 3. London: Library Association Publishing, 2001. ISBN 1-85604-379-7

Cotter, K. (2023). "Shadowbanning is not a thing": black box gaslighting and the power to independently know and credibly critique algorithms. *Information, Communication & Society*, 26(6), 1226–1243. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1994624>

Dahl, R. 1989. *Polyarchy: Participation and Opposition*. New Haven, CT: Yale University Press.

Deri, S. (2019, November 6). Internet Use and Political Polarization: A Review.
<https://doi.org/10.31234/osf.io/u3xyb>

De Kosnik, A. (2019). Is Twitter a Stage?: Theories of Social Media Platforms as Performance Spaces. In A. De Kosnik & K. P. Feldman (Eds.), *#identity: Hashtagging Race, Gender, Sexuality, and Nation* (pp. 20–36). University of Michigan Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctvndv9md.5>

Droste, H. (2019).” How Public Was the News in Early Modern Times?” In H. Droste & K. Salmi-Niklander (Eds.), *Handwritten Newspapers: An Alternative Medium during the Early Modern and Modern Periods* (Vol. 26, pp. 29–44). Finnish Literature Society.
<http://www.jstor.org/stable/j.ctv11991n1.4>

Farrer T. C., Charles H. Cooley. The Theory of Transportation, *The Economic Journal*, Volume 5, Issue 17, 1 March 1895, Pages 74–76, <https://doi.org/10.2307/2956230>

Fishkin, J. S. (1993). ‘Democracy and Deliberation: New Directions for Democratic Reform.’ University of Chicago, The University of Chicago Press, *Ethics*, #1, 104, pp. 179-181.

Fukuyama, F. (1989). The End of History? *The National Interest*, 16, p. 3–18.
<http://www.jstor.org/stable/24027184>

Gyr, U. (2010). *The History of Tourism: Structures on the Path to Modernity Tourism*.

Gaskins, Benjamin & Jerit, Jennifer. (2012). Internet News: Is It a Replacement for Traditional Media Outlets?. *International Journal of Press-politics - INT J PRESS-POLIT*. 17. 190-213.
10.1177/1940161211434640.

Gennaro G., Ash E., Emotion and Reason in Political Language, *The Economic Journal*, Volume 132, Issue 643, April 2022, Pages 1037–1059, <https://doi.org/10.1093/ej/ueab104>

Gentzkow, M. (2016). *Polarization in 2016*.

Giacheri L. (2006), “Opinione pubblica”, *Enciclopedia Treccani*,
[https://www.treccani.it/enciclopedia/opinione-pubblica_\(Enciclopedia-dei-ragazzi\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/opinione-pubblica_(Enciclopedia-dei-ragazzi)/)

Goldsmith, Jack L.; Wu, Tim (2006). *Who Controls the Internet?: Illusions of a Borderless World*. New York: Oxford University Press. p. 91. ISBN 0-19-515266-2.

Habermas J.; Lennox S.; Lennox F. (1964) ‘The Public Sphere: An Encyclopedia Article’ *New German Critique*, No. 3., pp. 49-55.

Habermas, J., Burger, T., & Lawrence, F. (1991). ‘The structural transformation of the public sphere: an inquiry into a category of bourgeois society.’ First MIT Press paperback edition. MIT Press.

Habermas J. (1996) *Between Facts and Norms: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*, Cambridge: Polity Press.

Hagen, S., & Jokubauskaite, E. (2020). Dutch junk news on Reddit and 4chan/pol. In R. Rogers & S. Niederer (Eds.), *The Politics of Social Media Manipulation* (pp. 169–216). Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1b0fvs5.8>

Hall, T. (2012). Electronic voting. In N. Kersting, M. Stein, & J. Trent (Eds.), *Electronic Democracy* (1st ed., pp. 153–176). Verlag Barbara Budrich. <https://doi.org/10.2307/j.ctvddzwcg.10>

Hancock, Jeffrey T., 'Digital deception: Why, when and how people lie online', in Adam Joinson, and others (eds), *Oxford Handbook of Internet Psychology*, Oxford Library of Psychology (2009; online edn, Oxford Academic, 18 Sept. 2012), <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199561803.013.0019>,

Hashmi R. S. (2018). Modern Democracy: Issues in Theory and Practice. *Journal of Political Studies*, 25(01), 17-32. <https://jps.pu.edu.pk/6/article/view/406>

Healey, P.G.T., White, G., Eshghi, A. *et al.* Communication Spaces. *Comput Supported Coop Work* 17, 169–193 (2008). <https://doi.org/10.1007/s10606-007-9061-4>

Heide-Jørgensen T. et al. ,(2025) “Understanding the success and failure of online political debate: Experimental evidence using large language models.”, *Sci. Adv.*, 11, DOI:10.1126/sciadv.adv7864

James C. (2000) ‘Rethinking Media and Democracy’, in J. Curran and M. Gurevitch, *Mass Media and Society*. London: Edward Arnold, pp. 120-154.

Jeremy A. Frimer, Linda J. Skitka, Matt Motyl, Liberals and conservatives are similarly motivated to avoid exposure to one another's opinions, *Journal of Experimental Social Psychology*, Volume 72, 2017, Pages 1-12,

Jordan K.N. , Sterling J. , Pennebaker J.W., & Boyd R.L., Examining long-term trends in politics and culture through language of political leaders and cultural institutions, *Proc. Natl. Acad. Sci. U.S.A.* 116 (9) 3476-3481, <https://doi.org/10.1073/pnas.1811987116> (2019).

Kedzie, Christopher R. (1997). *Communication and democracy : coincident revolutions and the emergent dictator's dilemma* / Christopher R. Kedzie. Santa Monica, CA (1700 Main St., P.O. Box 2138, Santa Monica 90407-2138) : RAND

Kneuer, Marianne. (2025). E-Democracy. 10.1007/978-3-658-37373-3_23.

König, P.D. Challenges in enabling user control over algorithm-based services. *AI & Soc* 39, 195–205 (2024). <https://doi.org/10.1007/s00146-022-01395-1>

Krishnendu R & Bhati N (2025) “The Impact of Social Media on Language and Communication Trends. *International Journal of Social Impact*”, 10(3), pp. 226-235. DIP: 18.02.027/20251003, DOI: 10.25215/2455/1003027

Kuang Y (2025) Cyber anti-intellectualism and science communication during the COVID-19 pandemic: a cross-sectional study. *Front. Public Health* 12:1491096. doi: 10.3389/fpubh.2024.1491096

- Küchler, C., Stoll, A., Ziegele, M., & Naab, T. K. (2022). Gender-Related Differences in Online Comment Sections: Findings From a Large-Scale Content Analysis of Commenting Behavior. *Social Science Computer Review*, 41(3), 728-747. <https://doi.org/10.1177/08944393211052042> (Original work published 2023)
- Lechêne, R. (2025, October 17). printing. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/printing-publishing>
- Lefebvre, H. (1991). 'The Production of Space.' Cambridge, MA: Blackwell, Capitolo 1.
- Loviglio, Jason. (2002). *Radio Reader: Essays in the Cultural History of Radio*.
- Lewandowsky S. , Ullrich K.H. Ecker, John Cook,” Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the “Post-Truth” Era”, *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, Volume 6, Issue 4, 2017, Pages 353-369, <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>.
- Lewis, Sophie and Allie Gallant (2013), 'In Science, the Only Certainty Is Uncertainty'
- Major S. (2012) 'The Million Go Forth': Early Railway Excursion Crowds, 1840-1860. PhD thesis, University of York.
- Maneri, M. (2018). Media hypes, moral panics, and the ambiguous nature of facts: Urban security as discursive formation. In P. Vasterman (Ed.), *From Media Hype to Twitter Storm* (pp. 39–60). Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt21215m0.6>
- Marchetti, J. (2022). 'When Political Ignorance is really harmful for Democracy: Moral Intuitions and Biased Attitudes in Voting Behaviour. *Philosophy & Social Criticism*.' *OnlineFirst*.1-15.
- Markov I., Foppa K. (1991) "Asymmetries in Dialogue", *Information and Interdisciplinary Subjects Series*, Bloomsbury Academic
- Maximova, O. B., & Lukyanova, G. O. (2020). Gender differences online: self-representation and involvement in political communication on Facebook. *Heliyon*, 6(12), e05613. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05613>
- McCallum, I. (2017). Finding reliable information online: adventures of an information sleuth. *Journal of the Australian Library and Information Association*, 66(1), 88–89. <https://doi.org/10.1080/00049670.2017.1284550>
- MCnair, K. (2019). Beyond Hashtags: Black Twitter and Building Solidarity across Borders. In A. De Kosnik & K. P. Feldman (Eds.), *#identity: Hashtagging Race, Gender, Sexuality, and Nation* (pp. 283–298). University of Michigan Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctvndv9md.21>
- Merkley, E. (2020). "Anti-intellectualism, Populism, and Motivated Resistance to Expert Consensus.", "The Public Opinion Quarterly", 84(1), 24–48. <https://www.jstor.org/stable/26952244>
- Morahan-Martin, Janet, ' Internet use and abuse and psychological problems', in Adam Joinson, and others (eds), *Oxford Handbook of Internet Psychology*, Oxford Library of Psychology (2009; online edn, Oxford Academic, 18 Sept. 2012), <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199561803.013.0021>

Miller, M. K. (2016). Democracy by Example? Why Democracy Spreads When the World's Democracies Prosper. *Comparative Politics*, 49(1), 83–104. <http://www.jstor.org/stable/24886229>

Mößner, N., & Kitcher, P. (2017). Knowledge, Democracy, and the Internet. *Minerva*, 55(1), 1–24. <http://www.jstor.org/stable/26302092>

Morrison C. (2016). How China Plans to Blacklist Financially Unstable Citizens, *Fortune*, 30 November 2015.

Mosco, V. (2009). *The political economy of communication*. Capitolo 7. SAGE Publications Ltd, <https://doi.org/10.4135/9781446279946>

Olson, G. (2020). Love and Hate Online: Affective Politics in the Era of Trump. In S. Polak & D. Trottier (Eds.), *Violence and Trolling on Social Media: History, Affect, and Effects of Online Vitriol* (pp. 153–178). Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1b0fvrn.11>

Peacock, C., & Van Duyn, E. (2023). Monitoring and correcting: why women read and men comment online. *Information, Communication & Society*, 26(6), 1106–1121. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1993957>

Perrin A. J., McFarland K. (2011) 'Social Theory and Public Opinion. *Annual Review of Sociology*', 37, pp. 87–107. <http://www.jstor.org/stable/41288600>

Poe, M. T. (2010). *A History of Communications: Media and Society from the Evolution of Speech to the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.

Post R. (2005) 'Democracy and Equality', SAGE Publications, *Law Culture and the Humanities*, #2, pages 142-153.

Postman, N. (2010). *Amusing ourselves to death*. Penguin.

Prier, J. (2017). Commanding the Trend: Social Media as Information Warfare. *Strategic Studies Quarterly*, 11(4), 50–85. <http://www.jstor.org/stable/26271634>

Ramsay C.; Kull S.; Lewis E.; Subias S. (2010). "Misinformation and the 2010 Election: A Study of the US Electorate". *WorldPublicOpinion.org*. The Program on International Policy Attitudes at the University Of Maryland.

Reichstein T. *How Video Length Shapes Engagement*

Richter, Amy G., *Home on the Rails: Women, the Railroad, and the Rise of Public Domesticity* (Chapel Hill, North Carolina and London, 2005)

Rinke, E.M. (2016), The Impact of Sound-Bite Journalism on Public Argument. *J Commun*, 66: 625-645. <https://doi.org/10.1111/jcom.12246>

- Rød, E. G., & Weidmann, N. B. (2015). Empowering activists or autocrats? The Internet in authoritarian regimes. *Journal of Peace Research*, 52(3), 338–351. <http://www.jstor.org/stable/24557404>
- Rosenau, J., & Johnson, D. (2002). Information technologies and turbulence in world politics. In J. E. Allison (Ed.), *Technology, development, and democracy* (pp. 55-78). Albany: State University of New York Press.
- Rösner, Leonie & Krämer, Nicole. (2016). Verbal Venting in the Social Web: Effects of Anonymity and Group Norms on Aggressive Language Use in Online Comments. *Social Media + Society*. 2. 10.1177/2056305116664220.
- Sbisà, M. (2009). Linguaggio ragione interazione. Per una pragmatica degli atti linguistici. EUT Edizioni Università di Trieste. <http://hdl.handle.net/10077/3390>
- Scannell, P. (1996). *Radio, television, and modern life : a phenomenological approach*. Blackwell.
- Scheffer M., van de Leemput I., Weinans E., & Bollen J., The rise and fall of rationality in language, *Proc. Natl. Acad. Sci. U.S.A.* 118 (51) e2107848118, <https://doi.org/10.1073/pnas.2107848118> (2021).
- Schiffrin, A. (2017). Disinformation And Democracy: The Internet Transformed Protest But Did Not Improve Democracy. *Journal of International Affairs*, 71(1), 117–126. <https://www.jstor.org/stable/26494367>
- Shane, Scott, *Dismantling Utopia: How Information Ended the Soviet Union*, Ivan R. Dee, Inc., Chicago, Illinois, 1994.
- Shapiro, A. L. (1999). The Internet. *Foreign Policy*, 115, 14–27. <https://doi.org/10.2307/1149490>
- Shelley B., Karolina K.M., Thierry Vedel, Emily Van Duyn, Cynthia Peacock, and Natalie Jomini Stroud. 2021. The Gender Gap in Online News Comment Sections. *Soc. Sci. Comput. Rev.* 39, 2 (Apr 2021), 181–196. <https://doi.org/10.1177/0894439319864876>
- Soojong Kim and Jisu Kim. 2023. The Information Ecosystem of Conspiracy Theory: Examining the QAnon Narrative on Facebook. *Proc. ACM Hum.-Comput. Interact.* 7, CSCW1, Article 150 (April 2023), 24 pages. <https://doi.org/10.1145/3579626>
- Stromer-Galley J. (2002). “New Voices in the Public Sphere: A Comparative Analysis of Interpersonal and Online Political Talk.” *Javnost - The Public*, 9(2), pp. 23–41. <https://doi.org/10.1080/13183222.2002.11008798>
- Suler, J. (2004). The Online Disinhibition Effect. *CyberPsychology & Behavior*, 7(3), 321–326. <https://doi.org/10.1089/1094931041291295>
- Tenger, Z. and Trolander, P. (2010), From Print versus Manuscript to Sociable Authorship and Mixed Media: A Review of Trends in the Scholarship of Early Modern Publication. *Literature Compass*, 7: 1035-1048. <https://doi.org/10.1111/j.1741-4113.2010.00756.x>

Toma, C.L., Bonus, J.A., Van Swol, L.M. (2019). Lying Online: Examining the Production, Detection, and Popular Beliefs Surrounding Interpersonal Deception in Technologically-Mediated Environments. In: Docan-Morgan, T. (eds) The Palgrave Handbook of Deceptive Communication. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-96334-1_31

Turner F., 2018. "Trump on Twitter: How a Medium Designed for Democracy Became an Authoritarian's Mouthpiece", Trump and the Media, Pablo J. Boczkowski, Zizi Papacharissi

Van Dijck J., The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media (New York, 2013; online edn, Oxford Academic, 24 Jan. 2013), <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199970773.001.0001>

Vedder, A. & Wachbroit, Robert. (2003). Reliability of Information on the Internet: Some Distinctions. Ethics and Information Technology. 5. 10.1023/B:ETIN.0000017738.60896.77.

Warren, M. E. (2002). 'What Can Democratic Participation Mean Today?' SAGE Publications, Political Theory, #5, 30, pp. 677-701.

Wight, Colin. (2018). Post-Truth, Postmodernism and Alternative Facts. New Perspectives. 26. 17-29.

Wollebæk, D., Karlsen, R., Steen-Johnsen, K., & Enjolras, B. (2019). Anger, Fear, and Echo Chambers: The Emotional Basis for Online Behavior. Social Media + Society, 5(2). <https://doi.org/10.1177/2056305119829859> (Original work published 2019)

Yerlikaya, T., & Aslan, S. T. (2020). Social Media and Fake News in the Post-Truth Era: The Manipulation of Politics in the Election Process. Insight Turkey, 22(2), 177–196. <https://www.jstor.org/stable/26918129>

Yphtach Lelkes, Gaurav Sood, and Shanto Iyengar. "The hostile audience: The effect of access to broadband internet on partisan affect." *American Journal of Political Science*, 2015, 1–16.

Zhou He. (1994). Diffusion of movable type in China and Europe: Why were there two fates? Gazette (Leiden, Netherlands), 53(3), 153-173. <https://doi.org/10.1177/001654929405300301> (Original work published 1994)

Zittrain, Jonathan. (2009). The Future of the Internet and How to Stop It. The Future of the Internet - And How to Stop It.

Zollo, F., Bessi, A., Del Vicario, M., Scala, A., Caldarelli, G., Shekhtman, L., Havlin, S., & Quattrocioni, W. (2017). Debunking in a world of tribes. PLOS ONE, 12(7), Article e0181821. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0181821>

Zürn M. (2022) "How Non-Majoritarian Institutions Make Silent Majorities Vocal: A Political Explanation of Authoritarian Populism. Perspectives on Politics". 20(3):788-807. doi:10.1017/S1537592721001043

Henke, L. (2013). Breaking through the clutter: The impact of emotions and flow on viral marketing. Academy of Marketing Studies Journal. 17. 111-118.

Sitografia

Barne, Geremie R.; Ye, Sang (6 January 1997). "The Great Firewall of China". Wired. Archived from the original on 1 January 2016.

Dan Fletcher, "How Facebook Is Redefining Privacy," Time, May 20, 2010. Available at <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1990798,00.html>.

Tufekci Z. (2018) How social media took us from Tahrir Square to Donald Trump. MIT Technology Review. <https://library.queens.edu/misinformation-on-social-media/algorithms>
<https://www.technologyreview.com/2018/08/14/240325/how-social-media-took-us-from-tahrir-square-to-donald-trump/>

UNESCO. (2007). "A Decade of measuring the quality of governance: governance matters 2007, worldwide governance indicators, 1996-2007", ETICO. World Bank. p. 2
<https://etico.iiep.unesco.org/en/decade-measuring-quality-governance-governance-matters-2007-world-wide-governance-indicators-1996>

U.S. G.P.O., Washington, D.C. (1989), "The Avalon Project : Second inaugural address of William J. Clinton.", https://avalon.law.yale.edu/20th_century/clinton2.asp

Wikipedia contributors. (2025). 'Democracy Dies in Darkness'. Wikipedia,
https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Democracy_Dies_in_Darkness&oldid=1305158484

World Bank. The public sphere (English). 'Communication for Governance and Accountability Program' (CommGAP) Washington, DC:
<http://documents.worldbank.org/curated/en/161991468155123204>.

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/viral>

<https://dictionaryblog.cambridge.org/2026/02/02/new-words-2-february-2026/>

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/post-truth>

[https://www.treccani.it/enciclopedia/deng-xiaoping_\(Dizionario-di-Storia\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/deng-xiaoping_(Dizionario-di-Storia)/)

[https://www.treccani.it/vocabolario/neo-tecnoautoritarismo_\(Neologismi\)/](https://www.treccani.it/vocabolario/neo-tecnoautoritarismo_(Neologismi)/)

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/post-truth>