

Sarah Pink, Heather Horst, John Postill, Larissa Hjorth, Tania Lewis, Jo Tacchi, 2016
Digital Ethnography: Principles and Practice
UK: Sage Publishing

AZZURRA CASTRIOTTA

I *digital media* di frequente sono considerati sotto un aspetto puramente tecnico e funzionale. Per il loro carattere apparentemente asettico e volatile, poco inducono a una riflessione di tipo teorico, specie per quelle discipline abituate storicamente a condurre ricerche su un campo specifico, geograficamente delineato. Il digitale costituisce un'area di ricerca relativamente nuova e affascinante ma che sembra non esercitare sufficiente presa sulle vecchie e nuove generazioni di antropologi in Italia.

In *Digital Ethnography* Sarah Pink, Heather Horst, John Postill, Larissa Hjorth, Tania Lewis e Jo Tacchi descrivono, attraverso un approccio multidisciplinare, pratiche e significati dei *digital media*. Il volume, infatti, è un piccolo manuale costituito da una raccolta di casi etnografici che invitano a una rilettura delle metodologie di indagine e delle tradizionali categorie di analisi utilizzate dalle scienze sociali. Come si conduce un'etnografia digitale? Gli autori presentano una serie di principi (cap.1) che ogni etnografo dovrebbe tenere a mente: *multiplicity, openness, non digital-centric-ness, reflexivity* e *unorthodox*.

Multiplicity e *openness* sono le qualità che caratterizzano la "natura" dei *devices* (*smartphone, computer, laptop, tablet, ecc.*), oggetti multimediali in grado di racchiudere unitamente differenti tipi di comunicazione rendendo molteplici le interazioni fra individui o gruppi. A questo proposito è opportuno sottolineare che la *digital culture* si è da sempre basata su una configurazione *open-ended* (p. 11), ossia su un network di scambi e collaborazioni che aprono a inferenze di diverso tipo e provenienza. A causa della sua eterogeneità, la ricostruzione di un'etnografia digitale necessita di metodi "non ortodossi". L'evocazione di emozioni, relazioni e attività vissute dai partecipanti sarebbe difficoltosa se gli strumenti utilizzati si riferissero unicamente a una documentazione di tipo scritto, senza ricorrere, invece, all'uso di immagini, diari personali e video. Gli autori affermano che il miglior atteggiamento da assumere sarebbe quello di un approccio "adattivo", che tenga conto dello sviluppo continuo delle categorie di riferimento, in relazione alla rapidità con cui cambiano i *digital media*.

Solo dopo aver definito le caratteristiche generali del campo di ricerca è possibile riflettere sugli argomenti che hanno sortito interesse negli autori coin-

volti nella stesura collettiva del testo. Le tematiche che affiorano nel corso del libro sono legate principalmente alle idee di luogo e tempo (ri)prodotte dai *digital media*. Vi è, nell'esplorazione di queste due categorie, un rinnovamento che orbita attorno alla composizione stessa dei *devices*.

L'opinione secondo cui un oggetto possa avere un'attitudine alla processualità, che possa cioè essere causa ed effetto di dinamiche socio-culturali, è un pensiero alquanto recente. È a partire dagli anni '80 che la convinzione che un oggetto sia il riflesso o il prodotto di relazioni quotidiane si afferma provocando un definitivo allontanamento dalla nozione archeologica e museale che confinava gli oggetti a un insieme di requisiti tecnici, immobili nel tempo e nello spazio. Si attua così un ripensamento attorno alla funzione degli oggetti, ai differenti valori che assumono da persona a persona, da contesto a contesto. L'oggetto diventa finalmente un qualcosa in divenire.

Oggi i media sono pensati in quanto *things* (p. 60), oggetti complessi, distribuiti, condivisi o dismessi. Il concetto di *things*, debitamente separato da quello di *media objects* (meri supporti comunicativi), riguarda non processi di consumo, ma processi che implicano attraversamenti di ogni ordine e genere. Sono esaminati così gli aspetti meno visibili del digitale, i primi che contribuiscono al coinvolgimento dell'utente e che lo inducono a scegliere una piattaforma, un *browser* o un *device* piuttosto che altri. Nella dimensione della scelta il *design* dell'oggetto/servizio esercita un'attrattiva sull'utente. Inoltre ogni oggetto possiede una sua *affordance* che definisce le qualità fisiche che funzionano da invito all'utilizzo. Più alto è il grado di *affordance*, più l'oggetto sarà intuitivo e facile da usare senza togliere niente (anzi esaltandola) alla ricchezza delle esperienze o dei significati offerti dal dispositivo.

Sarah Pink e Kerstin Leder Mackley (cap. 2) spiegano questo rapporto artefatto/significato analizzando gli effetti dell'ecologia dei media nel contesto domestico inglese. L'organizzazione dello spazio abitativo veicola l'esperienza sensoriale ed estetica degli individui. In questo senso la sola presenza dei dispositivi digitali basta a produrre un contesto entro cui è possibile svolgere alcune azioni e stabilire una *routine*. I risultati della ricerca sono stati presentati *online* e sono consultabili liberamente sul sito www.energyanddigitalliving.com.

Sempre nel secondo capitolo, Jo Tacchi e Tripta Chandola, analizzando il concetto di "esperienza", presentano un'etnografia a lungo termine sulle donne e i telefoni cellulari nei quartieri più poveri di Delhi, parte di una ricerca più ampia sull'emersione dei media e delle tecnologie comunicative in India, Jamaica, Ghana e Sud Africa. Inizialmente, le due ricercatrici hanno posto la loro attenzione sullo studio dell'ecologia comunicativa conducendo interviste in strada, negli *Internet café*, presso telefoni pubblici e nei rivenditori di articoli tecnologici, con lo scopo di comprendere come e perché avvenissero in generale le comunicazioni. Dopo diciotto mesi le

ricercatrici si sono resi conto che era emerso un dato importante, ossia che l'uso del telefono cellulare rendeva visibili le strutture di genere. Descrivendo i loro incontri, Tacchi e Chandola si soffermano sul caso di Savita, madre e vedova, alla quale è stato sempre proibito l'accesso al telefono senza l'intermediazione del marito o del fratello. Alla morte del coniuge, l'accesso diretto al telefono, compreso il cellulare, le ha permesso di disporre di una maggiore libertà e autonomia; ha così acquisito il controllo degli affari e delle decisioni in merito alla casa. Nel caso invece di Monica, lavoratrice, il telefono diventa uno strumento di sorveglianza continua a disposizione della madre. Dopo cinque mesi la giovane è stata costretta a lasciare il lavoro per il costante assillo materno. Monica ha riferito che la madre ha giustificato il suo comportamento affermando che lei in quanto figlia ha bisogno di essere protetta. L'unica via di fuga dalla realtà è ancora una volta il telefono che le consente di navigare in Internet, consultare Facebook e WhatsApp. Il cellulare in questo caso diventa un mezzo ambivalente: da un lato è fonte di restrizione, dall'altro è opportunità di relazione. Lo studio di Tacchi e Chandola riflette sulle modalità con cui agiscono gli orizzonti di genere, culturali e morali nel determinare uso ed esperienza della comunicazione e viceversa. L'accesso alla Rete e l'utilizzo dei dispositivi comunicativi rivestono un significato strategico, permettono cioè di spostare o aggirare i confini che alcune costruzioni socio-culturali impongono. Di fatto, concludono le autrici, le dinamiche di potere, anche se rese manifeste, non hanno subito molti cambiamenti nonostante la rilevanza tecnologica degli strumenti a disposizione. La ricerca etnografica può porsi come obiettivo quello di rendere visibili le strutture di oppressione e resistenza. Siamo a conoscenza, in termini etnografici, della rilevanza esercitata dal linguaggio, dai simboli etc., ma in questo cambio di rotta diventa più importante "l'atto comunicativo in sé piuttosto che il contenuto" (p. 81). Le interazioni formano le basi per la creazione dei significati, delle interpretazioni e dei mondi sociali.

Ci sono due approcci principali per "misurare" le influenze che i *digital media* hanno nella composizione delle relazioni. Il primo si concentra sulla gestione della comunicazione e della connessione attraverso i differenti *social media*. La comunicazione può in questo caso avvenire in modo sincrono o asincrono, a seconda dei canali prescelti. Per comunicazione sincrona si intende uno scambio che avviene in tempo reale, come in una *chat*. A differenza di questa tipologia, quella asincrona è determinata dalla non simultaneità della risposta, come accade nei forum o nelle bacheche di Facebook. Entrambe queste formule contengono modi ed espressioni linguistiche diverse, appropriate perciò alla scelta comunicativa esercitata dall'utente.

Il secondo approccio sottolinea l'importanza dei *digital media* nella creazione della "*co-presence*" (p. 33), presupponendo una ricerca focalizzata sul significato delle forme multiple di presenza e il modo di sapersi assieme in un unico ambiente. Le possibilità connettive che concorrono al sentirsi

sempre interconnessi gli uni agli altri sono rintracciabili in pratiche d'interazione che concernono il ricorso a Sms, Mms e ad applicazioni come Facebook, Twitter, Instagram. Il risultato di questi scambi continui è un presente sempre mediato e in continua costruzione. Contenuti e interazioni possono far affiorare i cambiamenti nella percezione che l'individuo ha di sé e della o delle comunità di appartenenza. Un concetto fondamentale, che domina le recenti discussioni in materia, è quello della *co-presence*, ossia la consapevolezza di "essere insieme" ad altri. Aspetto centrale nel contesto in cui operano le comunicazioni, la *co-presence* proietta e genera forme di *intimacy* sfruttando tecnologie che funzionano a distanze fisiche ingenti.

Larissa Hjorth, nell'ambito della ricerca sulle relazioni attraverso l'etnografia digitale (cap.5), approfondisce in più di sette anni di ricerca nella regione pacifico-asiatica, la creazione simbolica e materiale di forme di *intimacy* in vari contesti di genere. La Hjorth si è concentrata sui differenti modi in cui la personalizzazione del media mobile riflette le diverse nozioni socioculturali di *intimacy*. Utilizzando il metodo dello "scenario d'uso", ha chiesto ai partecipanti di compilare un diario mensile descrivendo la propria giornata e includendovi delle inserzioni visuali come gli *screenshots* dei propri cellulari, specificando il motivo del loro utilizzo. Le immagini scelte come *screensaver* o i pendenti per telefoni, distinguono e determinano fisicamente l'oggetto e al contempo comunicano un senso di località spiegabile solo all'interno di un contesto geografico e culturale preciso; per esempio, una collezione di ciondoli Hello Kitty connette la proprietaria e il suo telefono a un senso del luogo e a un certo sistema di relazioni, mette in scena quindi un'estensione del sé.

Il volume, a questo punto, percorre in breve la storia dei *digital media*, per fornire al lettore i riferimenti adatti alla comprensione tecnologica ed epistemologica del concetto di "mondi sociali digitali" (pag. 105) di cui non può fare a meno una buona etnografia digitale. Inizialmente, durante il *boom* delle tecnologie mobili e dei siti *web*, non si parlava in nessun modo di mondi sociali, ma di *network* individuali, fondati essenzialmente su un unico utente. Nell'ambito delle teorie della società si pensava che le formazioni dominanti nel nostro tempo, caratterizzate da *network* fluidi e transazionali, avrebbero riposizionato le forme tradizionali di comunità e associazioni. Vige l'idea che si sarebbe verificata una dispersione geografica di comunità personali, ossia di *network* non collettivi. Più recentemente la nozione di *community* è stata certamente rivista e l'idea di un *personal network* è stata completamente abbandonata. È stata introdotto, d'altra parte, il concetto di *sociality* problematizzando le sue possibili applicazioni di ricerca. Si superano vecchie dicotomie che vedevano una divisione fra *community sociality* (a base locale) e *network sociality* (di natura translocale e post industriale).

John Postill, in questo volume, esplora il concetto di *sociality*, facendo riferimento alla ricerca da lui condotta a Kuala Lumpur (cap.6). L'autore ha

riscontrato la presenza di diverse forme sociali nate attorno allo *shopping* nei supermercati, al *baseball*, al pattugliamento delle strade o all'interazione su un forum, nessuna delle quali ha corrisposto a una nozione unitaria della *community sociality*. Postill ha posto l'attenzione su mondi sociali nati da attività *offline e online*, attorno a progetti o interessi di ogni tipo. L'etnografia dell'autore si sviluppa sul caso di un web forum, USJ.com.my, aperto nel 1999 da un imprenditore e attivista politico, Jeff Ooi. Il forum informa i residenti di Subang Jaya delle novità locali ma è anche, semplicemente, un luogo per conversare tra persone della stessa municipalità che la pensano più o meno allo stesso modo su questioni legate alla città. Alcuni *post* sono scritti in malese, altri in mandarino o in altre lingue. La maggior parte è scritta nella lingua ufficiale della classe media, l'inglese. Il forum è aperto a qualsiasi argomento e sviluppa una massa critica davvero importante, rappresentando un esempio di quello che Postill chiama *threaded sociality*, ossia una forma generica di socialità comunemente rintracciabile su Internet all'interno di *blogs, personal networks sites, mailing list* e forum, ma con caratteristiche locali e subculturali uniche.

La comunicazione digitale non è una comunicazione di serie B. Utilizza ritmi e canali diversi, per questo produce nuove e inedite percezioni del vivere, introducendo un senso di condivisione dello spazio, del tempo e degli eventi. La sensazione che tutto sia simultaneo, sempre presente e reattivo, crea delle incongruenze nel pensarci utenti e individui; cambiamenti nel raccontarci; nuovi strumenti per documentare la nostra presenza. *Digital Ethnography* propone una riflessione su cosa sia l'etnografia digitale e quali siano strumenti migliori e i metodi da poter applicare. Non definisce rigidamente un campo di ricerca ma apre una porta sulla molteplicità e la ricchezza che questa nuova branca (meno virtuale che mai) può offrire a chi la saprà cogliere.

L'attenta lettura dei casi presentati costituisce per ogni ricercatore un'occasione di aggiornamento su tematiche, teorie e metodologie diverse, sicuramente poco battute. Gli argomenti sono divisi in modo chiaro, fornendo al lettore la possibilità di comprendere il digitale attraverso chiavi di interpretazione non troppo lontane dalle categorie basilari di analisi. Attraverso l'etnografia digitale concetti come quelli di pratiche, mondi sociali, località ed eventi cambiano di significato. A mio parere una tecnologia capace di generare pratiche e iter cognitivi inediti, non può essere categorizzata sotto una determinazione puramente informatica. Sarebbe impensabile oggi continuare a effettuare uno scollamento fra le idee contemporanee sulla socialità e le dinamiche dei suoi meccanismi, portando avanti, ancora una volta, aree disciplinari e metodologie di ricerca che faticano a tenere il passo coi tempi.