



La narrazione di sé nell'era della comunicazione digitale: (ri)definizione identitaria ai tempi dei social media

Vincenzo Simoniello*

«Gli esseri umani sono soggetti all'immediato fascino di ogni estensione di sé, riprodotta in un materiale diverso da quello stesso di cui sono fatti. Fisiologicamente sono tante le ragioni per le quali un'estensione di noi stessi determina in noi uno stato di torpore».
(M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, 1964)

Considerare al giorno d'oggi i media, vecchi e nuovi, dei meri mezzi di comunicazione sarebbe un errore grossolano, tant'è che essi già da tempo concorrono, attraverso l'acquisizione di forme simboliche mediate, alla costruzione identitaria personale.

Nella recente storia della civiltà umana, la progressiva diffusione mediale ha infatti consentito agli individui di allargare la loro sfera d'esperienza vissuta, aprendo l'accesso a nuove conoscenze su situazioni e luoghi lontani e rendendo possibile condividere esperienze simili con altri distanti che vivono in contesti e condizioni di vita fortemente differenziati.

Questo è particolarmente vero se si considerano le molteplici possibilità oggi offerte dai cosiddetti nuovi media digitali e da Internet, medium che ha permesso «[...] per la prima volta la comunicazione di molti a molti, in un tempo scelto, su scala globale¹».

L'avvento del *World Wide Web* ha di conseguenza notevolmente influito sui processi di formazione dell'identità, non più così distaccata da quella offline in termini sociali.

¹ Manuel CASTELLS, *Galassia Internet*, Milano, Feltrinelli Editore, 2002, p. 14.



Identità e social media

Il *Web 2.0*² (o *Web sociale*) – prima con la nascita dei blog, poi attraverso piattaforme sociali, come nel caso di Facebook, che hanno trasformato l'identità non solo intesa come Sé, ma anche per quanto riguarda il concetto di gusto e di consumo (gli ormai famosi "Mi piace") – ha infatti «[...] quasi interamente annullato la linea di confine fra la vita online e la vita offline, portando il nome "reale" al centro della dinamica online, e realizzando il definitivo mescolarsi delle due realtà, che ora tendono a sovrapporsi e a confondersi».³

Un Sé sociale, come sostiene Luciano Floridi, "ponte" tra i due poli filosofici della costruzione identitaria – il sé ontologico (chi siamo) e il sé epistemologico (chi pensiamo di essere) –, «[...] attraverso cui i media interattivi, come Facebook, hanno il più profondo impatto sulle nostre identità».⁴

Un forte impatto, in una pluralità di nuovi contesti sociali (Facebook, Second Life, Blogger, YouTube, Flickr, Twitter, Instagram, etc.), dal quale è scaturita la cosiddetta *Hyperconscious Facebook generation*, la generazione dell'"iperconscio", «[...] con gli utenti di Facebook» – così come quelli di Twitter, etc. –, «i loro punti di vista, i loro gusti, le loro esperienze e le loro informazioni personali. Nulla è così trascurabile da non essere detto, ogni cosa può contribuire alla costruzione della propria identità personale e tutto può lasciare una traccia da qualche parte, comprese le foto ridicole che un compagno di scuola ha pubblicato anni fa».⁵

² Cfr. Tim O'REILLY, *What is Web 2.0*, 2005: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>.

³ Alessandro GANDINI, *Uno sguardo sociologico sulla costruzione dell'identità online*, Centro Studi Etnografia Digitale, 30 gennaio 2011, www.etnografiadigitale.it/2011/01/uno-sguardo-sociologico-sulla-costruzione-dellidentita-online/.

⁴ Luciano FLORIDI, *The construction of personal identities online*, «The Philosophers' Magazine», 2011, in Alessandro CALIANDRO, *La costruzione dell'identità personale in rete*, Centro Studi Etnografia Digitale, 23 gennaio 2011: www.etnografiadigitale.it/2011/01/la-costruzione-dell%E2%80%99identita-personale-in-rete/.

⁵ *Ibidem*.

*Linguaggio e Comunicazione*

Tutto ciò si traduce pragmaticamente in una sorta di “micronarrazioni quotidiane” dell’utente dei social media⁶ (i famosi “stati” su Facebook), in cui l’individuo sente come l’esigenza di raccontarsi, narrare (eventualmente integrato con foto, video e quant’altro) lo scorrere esperienziale della propria vita pubblicamente: questo bisogno di “estimità” (“*désir d’extimité*”) di lacaniana memoria,⁷ così come ripreso concettualmente dallo psicanalista francese Serge Tisseron:

«[...] il «*desiderio d’estimità*» consiste nel mostrare dei frammenti della propria intimità di cui noi stessi ignoriamo il valore, a rischio di provocare il disinteresse od anche il rigetto negli interlocutori, ma con la speranza che il loro sguardo ne riconosca il valore e lo renda tale ai nostri occhi»⁸

Processi di costruzione dell’identità personale quelli odierni, dunque, fortemente e sempre maggiormente determinati dal concorso di nuovi media digitali, Internet in primis, che stanno alla base dello stare al mondo e nel mondo degli «abitanti della modernità liquida», i cosiddetti «*net surfer* o “*data dandy*”», la cui principale occupazione – secondo il teorico dei nuovi media olandese Geert Lovink – «consiste nell’accumulare dati digitali e nel vantarsi di essi nei confronti degli altri utenti della Rete [...]».⁹

Fenomeni di (ri)definizione identitaria sulla scena dei nuovi spazi pubblici forniti dalle attuali tecnologie sociali che alcuni studiosi indicano con il neologismo “*proiessenza*”, vale a dire «l’abitudine nel Web a proiettare di sé non l’immagine rispondente al vero ma ciò che si ritiene essenziale [...]», un’identità costantemente editata, “ritoccabile al Photoshop”, che nasce

⁶ E ciò è particolarmente vero su Twitter, data la natura tecnica del mezzo che permette la pubblicazione di messaggi di soli 140 caratteri (i cosiddetti “tweet”).

⁷ Cfr. Jacques LACAN, *XVI seminario*, Parigi, éditions du Seuil, 2006.

⁸ Serge TISSERON, *Le désir « d’extimité » mis à nu*, , Le Divan familial 2/2003 (N° 11), pp. 53-62: www.cairn.info/revue-le-divan-familial-2003-2-page-53.htm.

⁹ Vito CAMPANELLI, *Bauman, Giddens, Maffesoli. Tra moderno e postmoderno*, Milano, Lupetti, 2011, p. 109.



dall'esigenza, come abbiamo visto, di legittimare ma soprattutto legittimarsi nel processo di produzione di contenuti online.¹⁰

Il fenomeno del *#selfie* tra narcisismo e narrazione del sé

Un universo dalla complessità semantico-narrativa che ben si sintetizza oggi nella massiccia e crescente produzione di *selfie*¹¹, "autoritratti digitali" per la narcisistica messa in scena di se stessi tra pratiche strettamente controllate di narrazione, manutenzione e promozione del proprio sé – il cui eccesso potrebbe portare, secondo alcuni recenti studi come quello condotto dalla *California State University*, a un disordine patologico della personalità negli individui troppo preoccupati (anche inconsciamente) della loro immagine digitale¹² –, ma fenomeno da ricondurre allo stesso tempo anche «[...] ad un aumento generalizzato di consapevolezza della propria immagine negli ecosistemi digitali, dovuto alla democratizzazione degli strumenti di social networking», grazie anche all'evoluzione di tecnologie fotografiche sempre più miniaturizzate e accessibili nei nostri telefoni cellulari e alla diffusione di piattaforme sociali (come Flickr, Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram) che permettono la facile condivisione di immagini.¹³

Processi di (ri)definizione identitaria attraverso le tecnologie della comunicazione digitale, quelli odierni, di tutt'altro che semplice analisi, che rispondono ad un'eterogeneità di dinamiche socio-relazionali e interattive in continua e crescente evoluzione.

¹⁰ Giovanni BOCCIA ARTIERI, *Proiessenza: la narrazione di sé nei social network*, I media-mondo, 14 aprile 2012, <http://mediamondo.wordpress.com/2012/04/14/proiessenza-la-narrazione-di-se-nei-social-network/>.

¹¹ Non è un caso se il termine *selfie* sia entrato in breve tempo ufficialmente negli autorevoli *Oxford Dictionaries*, che l'hanno scelta come parola dell'anno 2013 e ne indica come definizione: «una fotografia che una persona ha fatto di se stessa, normalmente con uno smartphone o una webcam, e poi ha pubblicato su uno dei social media».

¹² Cfr. Brian WALLACE, *Social Media and Narcissism*, *Social Media Today*, 12 dicembre 2013, <http://socialmediatoday.com/newsourcing/1999616/social-media-and-narcissism-infographic>.

¹³ Tiziano BONINI, *Dall'autoritratto al Selfie. Breve storia del guardarsi allo specchio*, Doppiozero, 3 febbraio 2014, <http://doppiozero.com/materiali/web-analysis/dallautoritratto-al-selfie>.



Linguaggio e Comunicazione

* *Laureato in Lingue e Comunicazione, PhD student in 'Eurolinguaggi e Terminologie specialistiche', esperto di nuovi media e Web communication.*

Bibliografia

BOLTER, J. D., GRUSIN, R., *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Milano, Guerini e Associati, 2002

BURNS, Kelli S., *Celeb 2.0: how social media foster our fascination with popular culture*, Santa Barbara, Calif., Praeger/ABC-CLIO, 2009

CAMPANELLI, Vito, *Bauman, Giddens, Maffesoli. Tra moderno e postmoderno*, Milano, Lupetti, 2011

CASTELLS, Manuel, *Galassia Internet*, Milano, Feltrinelli, 2006

CASTELLS, Manuel, *La nascita della società in rete*, Milano, Università Bocconi, 2008

LÉVY, Pierre, *Cybercultura*, Milano, Feltrinelli, 1999

LACAN, Jacques, *XVI seminario*, Parigi, Éditions du Seuil, 2006

MAFFESOLI, Michel, *Il tempo delle tribù. Il declino dell'individualismo nelle società postmoderne*, Guerini e Associati, 2004

MCLUHAN, Marshall, *Capire i media. Gli strumenti del comunicare*, traduzione di Ettore Capriolo, Milano, Il Saggiatore, 2011



Sitografia

BONINI, Tiziano, *Dall'autoritratto al Selfie. Breve storia del guardarsi allo specchio*, Doppiozero, 3 febbraio 2014, <http://doppiozero.com/materiali/web-analysis/dallautoritratto-al-selfie>

CALIANDRO, Alessandro, *La costruzione dell'identità personale in rete*, Centro Studi Etnografia Digitale, 23 gennaio 2011, www.etnografiadigitale.it/2011/01/la-costruzione-dell'identita-personale-in-rete/

GANDINI, Alessandro, *Uno sguardo sociologico sulla costruzione dell'identità online*, Centro Studi Etnografia Digitale, 30 gennaio 2011, www.etnografiadigitale.it/2011/01/uno-sguardo-sociologico-sulla-costruzione-dellidentita-online/

O'REILLY, Tim, *What is Web 2.0*, 2005: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

BOCCIA ARTIERI, Giovanni, *Proiessenza: la narrazione di sé nei social network*, I media-mondo, 14 aprile 2012, <http://mediamondo.wordpress.com/2012/04/14/proiessenza-la-narrazione-di-se-nei-social-network/>

TISSERON, Serge, *Le désir « d'extimité » mis à nu*, Le Divan familial 2/2003 (N° 11), pp. 53-62, www.cairn.info/revue-le-divan-familial-2003-2-page-53.htm

WALLACE, Brian, *Social Media and Narcissism*, Social Media Today, 12 dicembre 2013, <http://socialmediatoday.com/newsourcing/1999616/social-media-and-narcissism-infographic>

Copyright © Tutti i diritti sono riservati – All rights reserved.