

Tecnologie quotidiane Intorno al paradigma della *domestication*

di Anna Manzato

Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM

La nostra vita domestica è soffusa di tecnologia
R. Silverstone, D.Hirsch, *Consuming Technologies*

Abstract

L'evoluzione tecnologica che contrassegna la nostra epoca rimodella l'esperienza quotidiana, sempre più intrecciata agli artefatti tecnologici. Di questo tratto caratterizzante il periodo contemporaneo si occupa il paradigma della *domestication*, sviluppatosi in Gran Bretagna sul finire degli anni Ottanta. Si tratta di una teoria, ancora poco diffusa in Italia, che si interroga sul consumo mediale inteso come esperienza vissuta nel rapporto con le tecnologia comunicative, all'interno della sfera quotidiana, a partire da un approccio che assegna agli utenti il ruolo di costruttori di senso nell'attribuire alle tecnologie un posto e un peso all'interno degli spazi e dei tempi domestici.

L'articolo ripercorre gli assunti centrali della *domestication*: l'attenzione alla sfera domestica concepita come unità economica e al tempo stesso dotata di valori e norme che condizionano l'uso delle tecnologie; lo statuto duplice delle tecnologie medialì, intese come oggetti e come contenuti; le fasi di assimilazione delle tecnologie nelle routine quotidiane. Dopo aver enucleato le emergenze delle ricerche empiriche, che mettono in luce la variabilità di usi e funzioni in relazione a ruoli, età, generi e contesti d'uso, in sede conclusiva si prospettano le tendenze di sviluppo della teoria rispetto alle peculiarità dei new media e al valore dei testi medialì nel disegnare un quadro completo del consumo.

In sintesi, il paradigma della *domestication* consente uno sguardo sulle tecnologie comunicative che media tra l'aspetto oggettuale e le dinamiche della loro attiva e creativa appropriazione.

Parole chiave

Tecnologie della comunicazione e dell'informazione; consumo mediale; negoziazione di senso; unità domestica; economia morale.

Sommario

1. Sfondi: dal determinismo al costruttivismo
2. "Domare il selvaggio"
 - 2.1. L'economia morale dell'unità domestica
 - 2.2. La doppia articolazione
 - 2.3. Le dinamiche della *domestication*
3. Ruoli, età, generi e contesti: le emergenze delle ricerche
4. Prospettive
 - 4.1. Mobilità
 - 4.2. Nuove forme della testualità

Riferimenti bibliografici

L'esperienza contemporanea si caratterizza in modo sempre più evidente come strettamente intrecciata ai fenomeni di comunicazione: i media costituiscono un elemento ineludibile dei meccanismi che regolano il nostro rapporto con il mondo, diffondendo contenuti e valori che plasmano la vita quotidiana, generando schemi di utilizzo e offrendo opportunità di connessione. È un vissuto comune il relazionarsi con le tecnologie della comunicazione per scopi differenti, dall'informazione all'intrattenimento al contatto con altri soggetti, così come è un dato acquisito nelle routines quotidiane l'interfacciarsi con strumenti tecnologici che permeano la quotidianità.

Le pagine seguenti si muovono su questo sfondo che è esperienza comune per disegnare il peso e il ruolo che le tecnologie comunicative rivestono quotidianamente per i soggetti, a partire da un paradigma ormai consolidato nei *media studies*: quello della *domestication* che si occupa appunto di indagare il consumo delle tecnologie nella sfera quotidiana. L'obiettivo è quello di presentare gli assunti chiave di una teoria ancora poco diffusa in Italia, che mette al centro del proprio interesse l'uso delle *information and communication technologies* (ICT): un bilancio di un ventennio di apporti teorici ed empirici e, insieme, uno sguardo alle possibili evoluzioni che lo sviluppo tecnologico comporta. Cosa significa utilizzare le ICT? Quali morfologie d'uso sono riconoscibili? Quali ricadute si presentano sul piano dell'esperienza dei soggetti?

1. Sfondi: dal determinismo al costruttivismo

Come spesso accade nella formulazione di un nuovo impianto teorico, la *domestication* coniuga gli esiti di diverse tradizioni, interrogando diversi ambiti disciplinari per giungere a un'adeguata analisi dell'oggetto. Un primo tratto caratterizzante di questo approccio è costituito dunque dalla fusione di spunti molteplici in un quadro unitario. Prima di addentrarci nello specifico della teoria, affrontiamo sinteticamente gli sfondi di cui essa è debitrice.

Occuparsi del ruolo delle tecnologie nelle dinamiche della vita quotidiana significa operare un deciso scostamento da quelle teorie che leggono l'adozione tecnologica in senso deterministico. All'interno del paradigma della *domestication* l'ingresso delle ICT nella sfera quotidiana non è concepito come un meccanismo lineare e univoco, dettato dalle imposizioni della produzione. Piuttosto, si tratta di un processo che riguarda l'ambito del consumo inteso come pratica simbolica, che investe l'oggetto di significati a partire dalle configurazioni d'uso, a loro volta segnate dalle caratteristiche socio-culturali dei soggetti.

Si assiste dunque a una messa in discussione degli assunti del determinismo tecnologico e, insieme, a un accostamento a quelle teorie del consumo che ne privilegiano l'aspetto di costruzione di senso.

Roger Silverstone, a cui si deve la formulazione originaria della *domestication* insieme a David Morley e Eric Hirsch (Silverstone, Hirsch, Morley 1992), ripercorre le origini della teoria (Silverstone 2006). Alla fine degli anni Ottanta, gli studi sulla tecnologia e, parallelamente, i *media studies* sfidano le ricostruzioni deterministiche.

Sul primo versante, il passaggio lineare dall'adozione della tecnologia al mutamento sociale viene ridiscusso da approcci che mettono l'accento sui confini permeabili tra società e tecnologia. Si tratta di un passaggio che sposta l'accento dalle dimensioni tecnologiche *tout court* all'uso della tecnologia e alla conseguente ridefinizione sociale della tecnologia stessa. Per esempio, la Actor Network Theory (Akrich 1992) sviluppa un approccio semiotico in cui sul piano della produzione il

nuovo oggetto viene dotato di uno “script” che ne contiene le istruzioni per l’uso, immaginando gusti, competenze e aspirazioni dei consumatori. Al tempo stesso però gli utenti sono in grado di contestare lo script piegando l’oggetto a utilizzi alternativi.

Analogamente, Bakardjeva (2005) ricorda come l’approccio della costruzione sociale della tecnologia consideri gli artefatti tecnologici come prodotti contingenti dell’attività degli attori: la tecnologia è dunque concepita come un costrutto sociale il cui sviluppo è modellato da una serie di fattori sociali, economici e politici (cfr. Bijker et al. 1987).

Anche nell’ambito dei media studies si può ravvisare il medesimo passaggio dal determinismo della tradizione sugli effetti¹ al costruttivismo che accorda al pubblico margini di creatività e trasformazione delle proposte medial². L’attenzione alle esperienze di consumo mediale si traduce in analisi empiriche di matrice etnografica che pongono l’accento, più che sul contenuto, sul contesto in cui avviene il consumo, portando al centro del dibattito il ruolo delle tecnologie medial³ nella vita quotidiana.

Haddon (2007) ricorda altre due aree all’origine della *domestication*: sul piano teorico, la letteratura sul consumo che postula la natura simbolica delle merci (Douglas, Isherwood 1980, Bourdieu 1979, Mc Cracken 1990); sul piano delle trasformazioni tecnologiche, l’inizio dell’ingresso nella sfera domestica del satellite, del videoregistratore e del computer.

L’intreccio di queste suggestioni teoriche e di questi sviluppi tecnologici si fonde nella formulazione di un approccio che mira all’analisi dell’esperienza vissuta del rapporto con le ICT. Nelle parole di Silverstone, “la nozione di domestication era un prodotto di quel momento. Era un tentativo di affrontare il cambiamento socio-tecnologico dove era di maggiore importanza e dove era quasi completamente dato per scontato: negli intimi spazi domestici”³ (Silverstone 2006: 231).

2. “Domare il selvaggio”

Una definizione generale della *domestication* la concepisce come l’assimilazione dell’artefatto entro le cornici delle azioni e dei significati che punteggiano la vita quotidiana: far propri gli strumenti tecnologici inserendoli nel contesto familiare, sociale, culturale in cui si è collocati.

Il termine *domestication* corrisponde all’italiano addomesticamento e richiama un passaggio dal “selvaggio” al controllo, una subordinazione degli oggetti alla nostra soggettività: “per addomesticamento intendo qualcosa di molto vicino a quello di un animale selvatico: vale a dire, un processo [...] con cui domarlo e sottoporlo a controllo, renderlo membro della famiglia, naturalizzarlo” (Silverstone 1994: 145 tr. it.). Si tratta dunque di una transazione nella quale le risorse di cui un soggetto - o gruppo di soggetti - dispone vengono impiegate per inserire il nuovo entro una struttura che esprime valori e norme consolidati. In questo passaggio dall’esterno all’interno si produce una costruzione di senso che attribuisce un posto al nuovo all’interno di un quadro al quale il “selvaggio” viene adattato, secondo procedure variabili: “la transizione, che è anche una traduzione, di oggetti attraverso la frontiera che separa spazi pubblici e privati è essenzialmente quello che intendo per addomesticamento. Attraverso tale passaggio, oggetti e significati vengono potenzialmente formati e trasformati” (ivi: 170 tr. it.) Traduzione, osserva

¹ Sul tema si veda Wolf (1992).

² È questo il portato degli *audience studies* che sviluppano con metodi qualitativi una duplice attenzione ai processi di interpretazione e alle configurazioni d’uso che attengono al consumo dei media. Per una rassegna critica della corrente si vedano Manzato (1995), Moores (1993), Boni (2004).

³ Le citazioni di testi di cui non è riportata l’edizione italiana nei riferimenti bibliografici sono da intendersi tradotte da chi scrive.

Silverstone: vale a dire messa in forma di significati potenzialmente iscritti nell'oggetto ma ricalibrati sulla base della fisionomia degli utenti.

Nel caso delle tecnologie, ci si riferisce “alla capacità di un gruppo sociale di assimilare manufatti tecnologici e sistemi veicolanti nella propria cultura – i propri spazi e tempi, la propria estetica e le proprie mansioni – di controllarli e di renderli più o meno invisibili all'interno della routine della vita quotidiana” (ibidem).

Si è soliti far risalire la formulazione della *domestication* a una pubblicazione del 1992 (Silverstone, Hirsch, Morley 1992), che nasce da un progetto di ricerca sviluppatosi sul finire degli anni Ottanta presso la Brunel University e dedicato agli usi delle ICT nelle unità domestiche⁴. La ricerca si è poi sviluppata negli anni successivi con progetti mirati a specifiche situazioni familiari (Haddon 2006) fino a consolidarsi come paradigma riconosciuto nei media studies (Berker et al. 2006).

Obiettivo di quel saggio era definire “un modello che mira alla comprensione della natura del rapporto tra unità domestiche private e mondi pubblici e il ruolo delle ICT in questa relazione” (Silverstone, Hirsch, Morley, 1992: 15). Il focus è dunque incentrato sul consumo di tecnologie all'interno della sfera domestica, il luogo in cui il consumo mediale si svolgeva in prevalenza. Se, come si è detto nel paragrafo precedente, l'attenzione al consumo contestualizzato si colloca sulla scia dei nascenti *audience studies*, il merito di Silverstone e degli altri ricercatori sta nell'aver allargato il raggio d'indagine oltre al mezzo televisivo, allora prevalente oggetto di analisi, per approdare all'insieme delle tecnologie domestiche (cfr. Morley, Silverstone 1990). Oggetto d'analisi sono dunque le pratiche e le relazioni all'interno della sfera domestica, accostate secondo un'ottica qualitativa principalmente di stampo etnografico: “come sono disposti gli schemi di seduta, chi guarda cosa e con chi, chi sceglie, quali tipi di discorso sono appropriati” (ibidem: 152).

I cardini della teoria poggiano su tre punti: l'economia morale dell'unità domestica, la doppia articolazione e le dinamiche di assimilazione delle tecnologie.

2.1. L'economia morale dell'unità domestica

Silverstone e i suoi colleghi concepiscono l'unità domestica come “una parte del sistema transazionale di relazioni economiche e sociali all'interno dell'economia formale della sfera pubblica” (Silverstone, Hirsch, Morley 1992: 16). Ma l'unità domestica si configura, oltre che come elemento del circuito economico di produzione e consumo, anche con una connotazione morale. Questo termine fa riferimento alla sfera culturale e simbolica cui l'unità domestica appartiene e inserisce come elemento cruciale nel processo di assimilazione delle ICT la configurazione socio-culturale e valoriale: è quest'ultima che dà forma al senso che le ICT assumono all'interno di ogni specifico contesto. L'economia morale è un concetto che si interroga “sui modi in cui le unità domestiche o le famiglie creano per se stesse culture private e personali, che hanno conseguenze per i modi in cui le tecnologie anonime e omogeneizzanti [...] sono usate e valutate” (Silverstone 2006: 238).

L'unità domestica infatti partecipa all'economia formale acquisendo le sue merci, ma ne ridefinisce i contorni secondo i propri valori, si misura con i prodotti e i significati dell'economia pubblica e “produce qualcosa di proprio” (Silverstone 1994: 83 tr. it). Come per ogni atto di

⁴ Utilizzo per *household* il termine unità domestica, come già la traduzione italiana di Silverstone (1994), a indicare l'insieme di casa e relazioni che entro la casa si sviluppano, tra membri non necessariamente legati da vincoli familiari.

consumo inteso in senso simbolico, il significato dell'oggetto è negoziato a partire dalle risorse materiali e discorsive dei membri (cfr. Moores 1993: 175 tr .it.).

E dunque, l'unità domestica è un'*economia* in quanto costituisce un'unità economica coinvolta nell'economia pubblica. Ed è una *economia morale* in quanto le attività di consumo dei membri sono modellate "da un insieme di conoscenze, valutazioni e gusti a loro volta determinati e modellati dalle storie, dalla biografia dell'unità domestica e dei suoi membri" (Silverstone, Hirsch, Morley 1992: 18).

Ciò che sta alla base di questa duplice qualificazione è un meccanismo che mira a creare e sostenere l'autonomia e l'identità dei membri e dell'unità sociale da essi creata: si tratta cioè di concepire l'unità domestica come parte di un sistema transazionale, si è detto, ma al tempo stesso di intenderla come attivamente implicata nella costruzione di una sicurezza ontologica (cfr. Giddens 1990)⁵ che ne costituisce il fondamento. Così, i processi decisionali che includono o escludono tecnologie e contenuti, che regolano soggetti, tempi e spazi d'uso si possono ricollegare alla finalità di mantenere dei confini specifici che marcano l'identità dell'unità domestica. L'esempio più evidente è quello fornito dagli sforzi dei genitori di gestire il contenuto dei media per i figli, stabilendo codici di comportamento e uso coerenti con i propri valori.

Ben lontano da un determinismo che imputa in toto alla tecnologia un potere di mutamento dei soggetti e del sociale, il concetto di economia domestica riconduce a una complessa negoziazione che sostiene la continuità e la specificità dell'unità domestica e ne definisce il senso di sé (cfr. Silverstone 2006: 236).

2.2. La doppia articolazione

Un secondo tratto caratterizzante della *domestication* è costituito dalla doppia articolazione. Il concetto si richiama alla doppia articolazione del livello fonetico e semantico teorizzata in linguistica da Martinet (cfr. Silverstone, Hirsch, Morley 1991) e, applicato alle ICT, si riferisce a due piani interrelati.

Ad un primo livello, riguarda il fatto che "le ICT sono i mezzi attraverso i quali vengono negoziati significati pubblici e privati; essendo al tempo stesso i prodotti, attraverso il consumo, di tale negoziazione di senso" (Silverstone, Hirsch, Morley 1992: 28). In quanto media, le ICT convogliano significati pubblici all'interno della sfera privata, marcando i confini – flessibili – tra esterno ed interno attraverso programmi, generi e palinsesti (cfr. Silverstone, Hirsch, Morley 1991). Si tratta qui di quel sistema transazionale sopra menzionato che consente la partecipazione a una comunità nazionale e costruisce una sfera di significati condivisi (cfr. Hartmann 2006).

A un secondo livello, la doppia articolazione riguarda lo statuto stesso delle ICT, uno statuto – appunto – duplice: si tratta sia di componenti *hardware* che di *software*, sia di oggetti materiali (il televisore, il computer) sia di significati (i loro contenuti) (cfr. Morley, Silverstone 1990).

A ben vedere, entrambi i livelli possono essere ricondotti al medesimo ambito, quello del significato, letto sia nelle sue valenze sociali (pubblico/privato) sia più basilamente nella definizione ontologica delle ICT (oggetto/contenuto). In entrambi i casi viene ancora una volta posto al centro della riflessione il concetto di negoziazione, che consente la produzione di significati: le ICT sviluppano l'articolazione del senso, "mediando distanza e prossimità, personalità e comunità" (Silverstone 2006: 240). Diversamente dalle tecnologie "inerti" come una lavatrice, le

⁵ La sicurezza ontologica è definita da Giddens come un atteggiamento che confida nella continuità dell'identità del soggetto e dell'ambiente in cui si muove. Alla sicurezza ontologica è dunque legato un senso di affidabilità che si traduce in una percezione di unità e persistenza.

ICT non sono articolate solo in quanto oggetti materiali e simbolici, ma aggiungono un'ulteriore dimensione che investe il modo in cui vengono costruiti significati pubblici e privati a partire dai loro contenuti.

È opportuno così distinguere a livello teorico tra utenti contestualizzati che mostrano schemi e rituali d'uso e interpreti dei testi che si confrontano con le proposte dei contenuti (cfr. Livingstone 2007), due modalità del consumo che nel concreto si sovrappongono e si intersecano in un'unica cornice. Torneremo più avanti su questo punto che apre a una discussione sui potenziali sviluppi della *domestication*.

2.3. Le dinamiche della *domestication*

Il processo di assimilazione delle ICT nella vita quotidiana delle unità domestiche si compone di quattro fasi (Silverstone, Hirsch, Morley 1992) che disegnano la "carriera d'integrazione" dell'artefatto tecnologico nel contesto d'uso (Aroldi 2010: 13)⁶: appropriazione, oggettivazione, incorporazione e conversione.

La prima fase è quella dell'*appropriazione* e riguarda il passaggio dell'oggetto dal mondo delle merci all'unità domestica: è il momento in cui la tecnologia viene fatta propria e posseduta. L'acquisto rimanda a una valutazione e a una scelta spesso negoziata tra i membri della famiglia, che iscrive la merce entro l'economia morale dotandola di significato e allineandola – con varie gradazioni – con l'assetto valoriale dell'unità domestica, per esempio rispetto alle decisioni sull'investimento economico appropriato.

L'*oggettivazione* riguarda l'esibizione e la disposizione spaziale dell'oggetto, in accordo con principi classificatori che riguardano lo status e possono definire differenze di genere o di età. Lo spazio viene così differenziato (privato, condiviso, contestato; adulto, infantile; maschile, femminile) e l'esibizione della tecnologia rende oggettivi valori, gusti e universi cognitivi del gruppo. Spesso questa fase implica una riorganizzazione delle tecnologie già esistenti, sempre sulla base dell'economia morale. Per esempio, l'evoluzione della tecnologia del digitale terrestre in Italia e il processo di *switch-off* possono comportare la semplice acquisizione di un decoder ma anche l'acquisto di un nuovo apparecchio televisivo la cui collocazione va negoziata anche tenendo conto dell'uso dei vecchi televisori (cfr. Aroldi, Vittadini 2010).

L'*incorporazione* fa riferimento all'uso delle ICT e in particolare al loro inserimento nelle routine e nei ritmi quotidiani. Emerge in questa fase l'elemento temporale, spesso differenziato in base a parametri di età e di genere. Per esempio la scansione oraria dei programmi può sostenere le routine domestiche, coinvolgendo al tempo stesso le unità domestiche nell'ordinamento sequenziale del tempo pubblico.

Incorporazione e oggettivazione offrono "una base per il costante lavoro di differenziazione e identificazione all'interno e fra le unità domestiche. Questo lavoro di differenziazione e identificazione, di costruzione e asserzione di identità, è, a sua volta, sostenuto attraverso l'esibizione e l'uso" (Silverstone, Hirsch, Morley 1992: 25).

L'ultima fase, quella della *conversione*, definisce il rapporto tra l'unità domestica e l'esterno. È la fase della vera e propria costruzione di significati che vengono usati nell'interazione con gli altri, per esempio negli scambi conversazionali quotidiani. Ciò è particolarmente evidente nei casi di

⁶ Silverstone (1994) aggiunge successivamente due fasi preliminari, quella della mercificazione che riguarda il vero e proprio processo produttivo, e quella dell'immaginazione che crea per gli oggetti, soprattutto attraverso la pubblicità, una sfera di significato legata al desiderio.

consumo giovanile di musica o videogiochi, che diventano un segno d'ingresso nel gruppo dei pari, un indicatore di appartenenza e competenza nella cultura pubblica.

In sintesi, l'appropriazione e la conversione connettono entrambe l'esterno con l'interno, in un'interazione costante tra l'aspetto tecnologico e quello sociale che sfida la logica lineare della diffusione mettendo in campo immaginari e competenze, in un'estensione esteriorizzata dell'economia morale.

L'oggettivazione e l'incorporazione costituiscono le tattiche (cfr. De Certeau 1980) della *domestication* riguardo allo spazio e al tempo e sono, nel loro insieme "le componenti infrastrutturali delle dinamiche della vita quotidiana [...] Nessuna delle due lascia intatti gli schemi esistenti di vita sociale: nuove macchine richiedono nuovi spazi e nuovi schemi di partecipazione; nuovi contenuti sfidano le regole di comportamento" (Silverstone 2006: 235).

Dunque le dinamiche della *domestication* manifestano da un lato il rapporto tra pubblico e privato (l'esterno che giunge dentro lo spazio domestico e la tecnologia "spesa" al di fuori dei confini privati) e dall'altro gli aggiustamenti operati dai membri per mantenere e modulare codici valoriali e relazioni (l'attribuzione di spazi e tempi a partire dai rapporti generazionali e di genere) in un processo di continua negoziazione.

Il consumo si qualifica così come un fenomeno poliedrico che si configura al punto di intersezione tra la tecnologia, l'ambito micro-sociale e il più ampio contesto sociale.

3. Ruoli, età, generi e contesti: le emergenze delle ricerche

Dalla formulazione iniziale della ricerca sugli usi delle ICT nelle unità domestiche, il paradigma della *domestication* ha trovato numerose applicazioni che hanno esplorato varie dimensioni, allargando l'ambito d'indagine anche al di fuori delle tradizionali unità domestiche (cfr. ad esempio Pierson 2006) ed estendendosi oltre i confini geografici della Gran Bretagna (cfr. Lie, Sorensen, 1996).

Più che a offrire un resoconto dettagliato delle singole ricerche secondo un percorso evolutivo, questo paragrafo mira a evidenziare le ricorrenze dei risultati e a disegnare un panorama complessivo lungo alcuni assi portanti.

Una prima dimensione emergente è quella dei ruoli, per esempio quello genitoriale. L'ingresso delle ICT nella sfera domestica comporta l'adozione di regole d'uso, di confini temporali, di allocazioni spaziali che corrispondono in maniera precisa ai valori educativi perseguiti in famiglia. Così, ad esempio, la decisione di acquistare un videoregistratore è contrastata dalla madre che teme un eccessivo consumo televisivo che soppianti altre attività più "di valore" (cfr. Hirsch 1992; 218). Tradotto in tempi più recenti, l'esempio vale ancor più per i dispositivi mobili di accesso a Internet. O ancora, nel caso di famiglie monogenitoriali, le scelte di visione costituiscono spesso motivo di tensione con l'altro genitore che consente l'accesso a contenuti o a orari altrimenti proibiti (cfr. Haddon 2006, Lemor 2006). D'altro canto, le negoziazioni tra genitori e figli sull'uso della televisione, dei video o di Internet si gioca su un piano che elegge le ICT a strumento per la conduzione della relazione. In questo senso le ICT diventano parte integrante e "naturale" della sfera domestica, un componente dotato di propri ruoli e funzioni.

In ogni caso, le abitudini d'uso, per esempio la scelta di vedere la televisione insieme o separatamente in locali diversi o l'accesso a Internet più o meno regolamentato, ma ancor prima la scelta di acquisire o meno una nuova tecnologia, discendono dall'economia morale della famiglia e manifestano modalità variegata di assimilazione delle ICT.

Una seconda dimensione piuttosto ricorrente è quella della rilevanza del genere nell'uso delle ICT sia in termini di competenze d'uso sia in termini di scelta dei contenuti (cfr. Livingstone 1992)⁷. I profili maschili e femminili mostrano diversità nelle preferenze accordate alle singole tecnologie e, a parità di consumi, attribuiscono significati diversi alle ICT. In altri termini, l'assimilazione delle ICT corrisponde a un'articolazione di genere che ancora una volta mette l'accento sul senso attribuito alla tecnologia e sul peso dell'economia morale. Per esempio, alcune donne sottolineano il controllo consentito da alcune tecnologie in termini di gestione del tempo e in generale di gestione della vita domestica, mentre gli uomini tendono a concepire il controllo piuttosto come espressione di competenza nei confronti dell'oggetto (cfr. ibid.).

Più in generale, si può affermare che la competenza sulla tecnologia muta, tra le altre variabili, anche in base al genere, mostrando una funzionalità percepita in termini differenti: più attenta agli aspetti tecnici quella maschile, maggiormente rivolta alle dimensioni relazionali quella femminile, per esempio con l'uso di Internet per collegarsi con membri della famiglia geograficamente lontani (cfr. Ward 2005).

Analogamente, il parametro dell'età costituisce una variabile importante nella *domestication* (cfr. Hartmann 2005, Pasquali, Scifo, Vittadini 2010). Nell'evoluzione della tecnologia dagli anni Novanta ad oggi, le fasce giovanili mostrano certamente una competenza avanzata nel gestire le ICT, ma non di meno è possibile riscontrare pratiche d'uso modellate dalle risorse disponibili e dalle motivazioni al consumo che disegnano profili differenziati. Così, l'adozione della piattaforma MSN di messaggistica istantanea e dei social network è naturalizzata dai giovani come strumento di relazione con il gruppo dei pari a partire dal bisogno di socialità. O ancora, i mutamenti d'uso delle ICT sul medio-lungo periodo si ricollegano alle modificazioni del *time budget* a disposizione (cfr. Pasquali, Scifo, Vittadini 2010).

Ciò che disegna l'effettiva fisionomia di assimilazione e uso è in altre parole – ed è questa la terza dimensione emergente – il contesto entro cui si colloca il fruitore. È il contesto a plasmare l'accettazione o il rifiuto, l'abitudine d'uso costante o sporadica, l'importanza attribuita alle ICT, il significato loro accordato. Alcuni esempi. Analizzando i *young elderly* nella fascia dai 60 ai 75 anni (cfr. Haddon 2006) è emerso che le biografie degli individui influiscono sulla relazione con le tecnologie, per esempio con il telefono che in casi di scarsa mobilità diventa un forte legame con l'esterno supplendo a un deficit di contatto. Ancora, nelle unità domestiche di telelavoratori (cfr. Haddon 2006, Ward 2006) il significato delle ICT varia completamente da un generale scopo di intrattenimento a un uso finalizzato al lavoro che costruisce spazi, tempi e accessi che mutano la gestione delle tecnologie per l'intera unità domestica. O infine, i processi di *domestication* all'interno di corsi di alfabetizzazione informatica (cfr. Hynes, Rommes 2006) mostrano un'evidente dipendenza del processo, oltre che dalle motivazioni che spingono alla frequenza ai corsi, anche dalle risorse economiche e culturali di chi vi partecipa, che possono disegnare diverse gradazioni di successo nell'accostarsi e gestire la tecnologia.

Le evidenze empiriche dimostrano quindi un cambiamento tecnologico di tipo evolutivo, che dipende dall'attiva e creativa accettazione nelle nuove tecnologie sulla base di bisogni e valori. In questo senso la *domestication* si configura come un processo trasformativo che rende più complesse e sfumate le caratteristiche delle ICT, spesso intaccando la singolarità del loro significato attribuita dai discorsi pubblici, innestandovi connotazioni impreviste.

⁷ Già gli *audience studies* avevano riflettuto sulla variabile del genere nel consumo mediale, in particolare televisivo: cfr. Hobson (1982), Ang (1986).

4. Prospettive

La relazione con le tecnologie che permeano la vita quotidiana è descritta dal paradigma della *domestication* come un complesso di pratiche correlate agli artefatti e come la costruzione del significato dell'oggetto, incluso il ruolo che esso può giocare in relazione alla produzione dell'identità degli utenti (cfr. Sorensen 2006). Ciò che va sottolineato è il concetto di pratiche d'uso che comporta una definizione di consumo come attività da parte dell'utente: le tecnologie plasmano atteggiamenti e comportamenti ma al tempo stesso sono plasmate dalle risorse e dalle motivazioni variabili dell'attore sociale. Si configura così un rapporto dialettico tra la sfera tecnologica e quella sociale che vengono reciprocamente modellate sulla base della loro interrelazione. Addomesticare le tecnologie significa affrontare la sfida portata dal nuovo, in termini di funzioni, competenze e abilità di gestione, per renderle controllabili e dotate di un significato che si accordi con il contesto di appartenenza dell'utente, i suoi bisogni, le sue motivazioni, i suoi valori.

Se questo è l'assunto cardine della *domestication*, che mantiene intatta la sua validità, ciò nonostante alcuni tratti della formulazione iniziale risentono di un panorama socio-culturale e tecnologico che a vent'anni di distanza si mostra profondamente trasformato e dunque vanno ripensati sulla scorta dei mutamenti intercorsi.

Ci accingiamo allora, in sede conclusiva, ad evidenziare i punti che a nostro parere vanno rimodulati aprendo nuove prospettive.

4.1. Mobilità

Certamente l'evoluzione tecnologica ha oggi consentito un tipo di consumo non più esclusivamente concentrato dentro la sfera domestica. I dispositivi di telefonia mobile e ancor più la connettività consentita da piattaforme come i tablet o gli smartphone trasportano il consumo di tecnologia al di fuori delle pareti domestiche, verso un uso sempre più individualizzato. Ciò che sembra emergere è una ridefinizione dell'articolazione pubblico/privato. Se un mezzo "vecchio" come la televisione e ancor prima la radio hanno tradizionalmente consentito che attraverso i palinsesti e i contenuti si creasse un senso di appartenenza alla nazione, i nuovi dispositivi allargano i confini ben oltre lo spazio nazionale, consentendo quella che potremmo definire, mutuando il termine da Williams (1974), una nuova declinazione della privatizzazione mobile. Williams si riferiva alla possibilità per l'unità domestica di entrare in contatto tramite i media con la più ampia comunità nazionale. Oggi il termine sembra possa definire una modalità di accesso allargato che elegge a sua misura non più la sfera domestica ma il singolo soggetto. In un certo senso la connettività consentita dai nuovi dispositivi permette di "portare con sé" i confini domestici e di accedere ovunque a contenuti potenzialmente illimitati.

Grazie ai *new media* si assiste così a una dislocazione dell'unità domestica, con una flessibilità dei confini tra pubblico e privato che vede una sempre maggiore immissione del privato nel pubblico: "mentre si può sostenere che lo spazio domestico stesso si è trasformato in un artefatto completamente tecnologico, sembra anche che la stessa domesticità si sia dislocata" (Morley 2006: 36). Questa trasformazione porta con sé alcune conseguenze. In primo luogo, naturalmente, riguardo allo spettro d'indagine, che deve comprendere vecchi e nuovi media⁸, ma soprattutto i rapporti reciproci e i reciproci adattamenti: come entrano i tablet e i cellulari nelle routine

⁸ L'attenzione ai media digitali è testimoniata per esempio da Bakardjeva (2005) e dalla raccolta curata tra gli altri da Berker (Berker et al. 2006).

quotidiane? A quali usi vengono adibiti e quali di questi usi soppiantano o ridefiniscono quelli dei media tradizionali? Quali ricadute produce il consumo individualizzato sulle relazioni tra membri di uno stesso gruppo familiare?

In secondo luogo, andrebbe forse riformulato il concetto di unità domestica, prendendo atto di una maggiore flessibilità e apertura dei suoi confini. Ciò che ci pare vada mantenuto, al di là delle trasformazioni indicate, è il riferimento a una dimensione valoriale e al perseguimento di una sicurezza ontologica che costituiscono il nucleo di ogni assimilazione tecnologica. Pur nell'evoluzione della sfera domestica, rimane l'ancoraggio delle pratiche d'uso all'assetto culturale e valoriale che ne plasma i tratti.

Ciò che sembra essere messo in discussione, in altre parole, non è tanto la configurazione del processo di *domestication* ma sono piuttosto i suoi esiti, nei termini di una ridefinizione della distanza che separa pubblico e privato: occorre chiedersi "cosa significa vivere in una cultura [...] dove le cose non sono né vicine né lontane ma 'senza distanza'" (ibidem).

Con le nuove forme di ICT emerge una ulteriore declinazione che investe il posto che occupiamo, attraverso l'uso delle tecnologie, tra pubblico e privato, tra personale e sociale, in ultima analisi tra il nostro sé e gli altri. Ci riferiamo da un lato all'effetto che le nuove tecnologie producono sugli spazi e sui tempi d'uso, che acquisiscono una disponibilità pressoché illimitata; dall'altro lato all'esperienza di connettività che estende la dimensione privata a una potenziale perenne accessibilità. Ancora più a fondo, rileva Silverstone (2006: 244) siamo in presenza di una nuova "cultura mediata centrifuga" che connette conversazioni private e performance pubbliche; nei blog e nelle conversazioni tramite il cellulare si creano nuovi tipi di culture pubbliche: "le tecnologie digitali permettono il crollo dei muri convenzionali attorno alla persona; e il *make.over* letterale, simbolico, digitale arriva sempre più a dominare il cuore della cultura di massa, popolare, mediata" (ibidem).

4.2. Nuove forme della testualità

Le nuove potenzialità tecnologiche non riguardano solo gli aspetti della connettività e della mobilità, ma anche quelli relativi alla testualità⁹. Accanto ai testi tradizionalmente proposti dagli schermi televisivi si assiste infatti a una proliferazione di testi generati online (dagli *user generated contents* ai blog) e attraverso la telefonia cellulare (la messaggistica, dalle e-mail agli SMS ma anche le conversazioni stesse).

È questo un tema che ha sollevato rilievi rispetto all'attenzione subordinata dedicatagli all'interno della tradizione della *domestication* (cfr. Hartmann 2006, Livingstone 2007). Nonostante nella formulazione originaria siano presenti numerosi riferimenti all'importanza dei contenuti delle ICT, di fatto gli studi si sono concentrati sulle pratiche d'uso e di assimilazione, trattando solo marginalmente le questioni relative ai testi. È invece fondamentale considerare che l'uso delle ICT comprende anche un rapporto dell'utente con i contenuti, non solo e non tanto nei termini delle scelte e delle selezioni operate, ma anche e soprattutto in riferimento all'utilizzo che ne viene fatto, per esempio nei processi di conversione che abbiamo visto riguardare lo sfruttamento dei messaggi all'interno delle relazioni interpersonali.

Ancora più a fondo, l'analisi delle ICT e dei new media in particolare dovrebbe riguardare "sia il contesto d'uso sia la ricchezza semiotica del mondo online con il quale le persone si impegnano" (Livingstone 2007: 20) in una duplice focalizzazione sulle pratiche e sui contenuti. I media digitali

⁹ Si fa riferimento alla nozione di testualità elaborata da Fiske (1989) che corrisponde a una potenzialità di significati attualizzati nel momento del concreto incontro con l'utente.

in particolare aprono la sfida di una ricerca che si basi su un concetto di tripla articolazione (cfr. Hartmann 2006) in cui i media siano simultaneamente considerati come oggetti tecnologici, come contesti di fruizione e come testi. Pratiche d'uso e interpretazione costituiscono così due declinazioni del medesimo quadro teorico, quello della costruzione di significato che si sviluppa a partire dall'incontro attivo dell'utente con le ICT. Del resto uno dei contributi fondamentali della *domestication* (cfr. Silverstone, Haddon 1996: 74) mette in luce la presenza di tre dimensioni di significato: quello inscritto nell'oggetto e attribuito dall'utente, quello relativo all'universo simbolico a cui la tecnologia dà accesso e quello degli specifici messaggi.

È su quest'ultimo terreno che si gioca la tematica della costruzione di senso con le sue implicazioni relative all'elaborazione di un senso comune condiviso a partire dai messaggi proposti. Le questioni della costruzione sociale della realtà a partire dai contenuti dei media costituisce un aspetto altrettanto cruciale rispetto a quello delle pratiche d'uso: quali sono i meccanismi di circolazione e di assimilazione dei contenuti? Come vengono sfruttati i testi per costruire immagini della realtà e per plasmare l'identità degli utenti? Quali contenuti entrano a modulare le relazioni interpersonali e a formare un senso di appartenenza al gruppo?

La valenza simbolica delle ICT si intreccia così con la loro dimensione contestuale: è il contenuto simbolico a favorire interazioni sociali e al tempo stesso il contenuto simbolico viene dotato di senso all'interno di un contesto (cfr. Livingstone 2007).

Addomesticare le tecnologie comunicative significa attribuire loro un posto e un ruolo nella conduzione della vita quotidiana e spenderne funzioni e contenuti nel proprio contesto di appartenenza; significa gestirle attivamente come risorse per la comunicazione e strumenti per comprendere il mondo.

Riferimenti bibliografici

Akrich, M.

1992 "The de-description of technical objects" in W. Bijker, J. Law (eds), *Shaping technologies/Building societies. Studies in sociocultural change*, Cambridge MA, The MIT Press, pp.205-224.

Ang, I.

1986 *Watching Dallas. Soap operas and the melodramatic imagination*, London, Methuen.

Aroldi, P.

2010 "Addomesticare I media nella vita quotidiana: dal consumo alle pratiche d'uso" in Pasquali, F., Scifo, B., Vittadini, N. (a cura di), *Crossmedia cultures. Giovani e pratiche di consumo digitali*, Milano, Vita e Pensiero, pp. 3-20.

Aroldi, P., Vittadini, N.

2010 "Transnational digital audiences? Moral economy of the households and digital television", paper presentato alla terza European Communication Conference, ECREA, Hamburg, 12-15 ottobre.

Bakardjeva, M.

2005 *Internet society. The internet in everyday life*, London, Routledge.

Berker, T., et al (eds)

2006 *Domestication of media and technology*, Maidenhead, Open University Press .

Bijker, T. et al (eds.)

1987 *The social construction of technological systems. New directions in the sociology and history of technology*, Cambridge MA, The MIT Press.

Boni, F.

2004 *Etnografia dei media*, Roma-Bari, Laterza.

Bourdieu, P.

1979 *La distinction*, Paris, Minuit; tr. it. *La distinzione*, Bologna, Il Mulino 1983.

De Certeau, M.

1980 *L'invention du quotidien*, Paris, UGE; tr. it. *L'invenzione del quotidiano*, Roma, Edizioni Lavoro, 2001.

Douglas, M., Isherwood C.

1980 *The world of goods. Towards an anthropology of consumption*, Harmondsworth, Penguin; tr. it. *Il mondo delle cose*, Bologna, Il Mulino 1984.

Fiske, J.

1989 "Moments of television: neither the text nor the audience" in E. Seiter et al. (eds.), *Remote control. Television, audiences and cultural power*, London, Routledge, pp. 56-78.

Giddens A.

1990 *The consequences of modernity*, Cambridge, Polity Press; tr. it *Le conseguenze della modernità*, Bologna, Il Mulino 1994.

Haddon, L.

2006 “Empirical studies using the domestication framework” in T. Berker et al. (eds) *Domestication of media and technology*, Maidenhead, Open University Press, pp. 103-122.

2007 “Roger Silverstone’s legacies: domestication”, in *New Media and Society*, vol 9, (1), pp. 25-32.

Hartmann, M.

2005 “The discourse of the perfect future. Young people and new technologies” in R. Silverstone (ed.) *Media, technology and everyday life in Europe*, Aldershot, Ashgate, pp. 141- 158.

2006 “The triple articulation of ICTs. Media as technological objects, symbolic environments and individual texts” in T. Berker et al. (eds) *Domestication of media and technology*, Maidenhead, Open University Press, pp. 80-102

Hirsch, E.

1992 “The long term and the short term of domestic consumption: an ethnographic case study” in R. Silverstone, E. Hirsch (eds), *Consuming technologies. Media and information in domestic spaces*, London, Routledge, pp. 208-226.

Hobson, D.

1982 *Crossroads: the drama of a soap opera*, London, Methuen

Hynes, D., Rommes, E.

2006 “Fitting the internet into our lives’: IT courses for disadvantaged users” in T. Berker et al. (eds) *Domestication of media and technology*, Maidenhead, Open University Press, pp. 125-144.

Lemor, A.

2006 “ Making a ‘home’. The domestication of information and communication technologies in single parents’ households” in T. Berker et al. (eds) *Domestication of media and technology*, Maidenhead, Open University Press, pp. 125-144.

Lie, M., Sorensen, K. (eds.)

1996 *Making technologies our own? Domesticating technology into everyday life*, Oslo, Scandinavian University Press.

Livingstone, S.

1992 “The meaning of domestic technologies: a personal construct analysis of familial gender relations” in R. Silverstone, E. Hirsch (eds), *Consuming technologies. Media and information in domestic spaces*, London, Routledge, pp 113-130.

2007 “On the material and the symbolic: Silverstone’s double articulation of research traditions in new media studies” in *New Media and Society*, vol 9, (1), pp 16-24.

Manzato, A.

1995 *Introduzione agli audience studies*, Milano, ISU Università Cattolica.

Mc Cracken G.

1990 *Culture and consumption. New approaches to the symbolic character of consumer goods and activities*, Bloomington, Indiana University Press.

Morley, D.

2006 "What's home got to do with it? Contradictory dynamics in the domestication of technology and the dislocation of domesticity" in T. Berker et al. (eds) *Domestication of media and technology*, Maidenhead, Open University Press, pp. 21-39.

Morley, D., Silverstone, R.

1990 "Domestic communication – Technologies and meanings", in *Media, Culture and Society*, vol. 12, pp. 31-55

Moores, S.

1993 *Interpreting audiences*, London, Sage; tr. it. *Il consumo dei media*, Bologna, Il Mulino 1998.

Pasquali, F., Scifo, B., Vittadini, N. (a cura di)

2010 *Crossmedia cultures. Giovani e pratiche di consumo digitali*, Milano, Vita e Pensiero.

Pierson, J.

2006 "Domestication at work in small business" in T. Berker et al. (eds) *Domestication of media and technology*, Maidenhead, Open University Press, pp. 205-226.

Silverstone, R.

1994 *Television and everyday life*, London, Routledge; tr. it. *Televisione e vita quotidiana*, Bologna, Il Mulino 2009.

2006 "Domesticating domestication. Reflections on the life of a concept" in T. Berker et al. (eds) *Domestication of media and technology*, Maidenhead, Open University Press, pp. 229-248.

Silverstone, R. (ed)

2005 *Media, technology and everyday life in Europe*, Aldershot, Ashgate.

Silverstone, R., Haddon, L.

1996 "Design and the domestication of information and communication technologies: technical change and everyday life", in R. Mansell, R. Silverstone (eds.), *Communication by design*, Oxford, Oxford University Press.

Silverstone, R., Hirsch, E. (eds)

1992 *Consuming technologies. Media and information in domestic spaces*, London, Routledge.

Silverstone, R., Hirsch, E., Morley, D.

1991 "Listening to a long conversation: an ethnographic approach to the study of information and communication technologies in the home", *Cultural Studies*, vol. 5, n.2, pp. 204-227.

1992 "information and communication technologies and the moral economy of the household" in R. Silverstone, E. Hirsch (eds) *Consuming technologies. Media and information in domestic spaces*, London, Routledge, pp. 15-31

Sorensen, K.

2006 “Domestication: the enactment of technology” in T. Berker et al. (eds) *Domestication of media and technology*, Maidenhead, Open University Press, pp. 40-61.

Ward, K.

2005 “Internet consumption in Ireland. Towards a ‘connected’ domestic life” in R. Silverstone (ed) *Media, technologies and everyday life In Europe*, Aldershot, Ashgate, pp 107-123.

2006 “The bald guy just ate an orange. Domestication, work and home” in T. Berker et al. (eds) *Domestication of media and technology*, Maidenhead, Open University Press, pp. 145-164.

Williams, R.

1974 *Television, technology and cultural form*, London, Fontana; tr. it. *Televisione, tecnologia e forma culturale*, Bari, de Donato 1981.

Wolf, M.

1992 *Gli effetti sociali dei media*, Milano, Bompiani.