

Giuseppe Granieri

Appunti per una definizione di weblog

Università della Tuscia

Scrivere in rete: i weblog

Giornata di studio - Viterbo 26 giugno 2003

Lo strumento weblog

Ipotesi 1: il blog è un tool

Un approccio classico per definire il 'fenomeno weblog' è quello che centra l'interesse sullo 'strumento'. Secondo questa linea di pensiero il weblog si caratterizza attraverso:

- facilità di approccio e utilizzo;
- presenza di collegamenti 'permanenti' (**permalink**) che identificano le singole unità di contenuto (**post**);
- contenuti organizzati in ordine cronologico inverso;
- possibilità di commentare e interagire (**Two way web**)

Oltre lo strumento

Il blog NON è SOLO un tool

Una descrizione basata sulle caratteristiche dello strumento può essere solo parziale, poiché non ci fornirebbe alcuna informazione su:

- contenuti;
- relazioni;
- dinamiche sociali e cognitive;
- contesto culturale;

Il contenuto

Ipotesi 2: il blog è il suo contenuto

Un altro approccio diffuso è quello che tenta la definizione partendo dal contenuto (o dalla sua analisi) e che, nelle sue forme più semplicistiche, produce risultati di questo tipo:

- Il blog è giornalismo;
- Il blog è diario personale;
- ecc. ecc.

Oltre il contenuto

Il blog NON è SOLO il suo contenuto

Anche questa prospettiva, in realtà, non esaurisce l'argomento. Soprattutto considerando che i contenuti (all'interno di un blog) rispondono ad un unico criterio di organizzazione ma difficilmente sono omogenei per stile, argomento e tono.

L'unità di contenuto valida per un simile approccio è il singolo **post**, non l'intero weblog.

Inoltre anche in questo caso non si tengono in considerazione gli elementi di relazione e di contesto.

L'autore e la sua libertà espressiva

Ipotesi 3: il blog è il suo autore

Una delle forme di definizione 'implicita' (ma molto diffusa) è quella che viene 'suggerita' partendo da una affermazione di libertà dell'autore (che reclama il diritto di rispecchiarsi –o inventarsi- in ciò scrive, al di fuori di ogni classificazione):

- il blog è mio e me lo gestisco io;
- un blog è un blog è un blog
- i blog non dovrebbero parlare di blog

Piccolo intermezzo pubblicitario

"Il cavallo resterà, l'auto è passeggera."

Horace Rackham, avvocato di Henry Ford, 1903.

“Mi capita sempre più spesso di trovare post in cui viene criticata la tendenza che c'è sui blog di parlare di blog, ed in particolare del parlare del lato tecnologico dei blog. Molti non tecnici non ne possono più di RSS, feeds, aggregatori, ecc. [...]

Coloro che oggi pubblicano su un proprio weblog i propri pensieri e se ne fregano della tecnologia dovrebbero rendersi conto che hanno un'occasione: influenzare la direzione che questo sviluppo prenderà. Si tratta di capire, di fare domande, di fare proposte, di cercare di non limitarsi ad un "questo non lo capisco, chissenefrega".

[Paolo Valdemarin]

L'autore si completa con il lettore

Il blog NON è SOLO il suo autore

A differenza degli altri modelli interpretativi, che non sono esaustivi ma comunque sono interessanti, quello che si fonda sulla centralità dell'autore ha un vizio di fondo: si basa sul presupposto pretenzioso (e concettualmente impossibile) di 'scrivere per se stessi'.

Non bisogna dimenticare mai che (in ogni processo di comunicazione scritta) il lettore è il padrone, perchè è la sua partecipazione immaginativa (e critica) che completa il nostro messaggio.

L'autore multiplo di un'opera multipla

Il blog è un sistema di contenuti

Tranne qualche rarissima (ed estemporanea) eccezione, nessuno legge un solo weblog.

Ogni singolo blog è in continua relazione con molti altri, sia attraverso il puntamento temporaneo ai contenuti (**permalink**), sia attraverso il puntamento stabile a percorsi di navigazione (**link**, **blogrolling**).

La morte dell'autore

“Un testo è fatto di scritture molteplici, provenienti da culture diverse e che intrattengono reciprocamente rapporti di dialogo, parodia o contestazione; esiste però un luogo in cui tale molteplicità si riunisce, e tale luogo non è l'autore, come sinora è stato affermato, bensì il lettore: il lettore è lo spazio in cui si inscrivono, senza che nessuna vada perduta, tutte le citazioni di cui è fatta la scrittura; l'unità di un testo non sta nella sua origine ma nella sua destinazione... prezzo della nascita del lettore non può essere che la morte dell'Autore.”

Roland Barthes parla della "morte dell'autore" nel singolo testo. Immaginatene la portata riguardo all'ipertesto o, meglio ancora, alla rete di blog che un lettore visita ogni giorno.

L'attenzione

La risorsa scarsa

Uno dei fattori determinanti nello sviluppo di Internet è sempre stata **l'attenzione, ovvero il bene scarso per eccellenza**. Se guardiamo bene, il problema dell'attenzione ("essere letti") è una costante delle attività mediatiche. La carenza di attenzione ha determinato e determina ancora oggi il 90% dei problemi dell'editoria digitale.

Un esempio: oggi tutti possono pubblicare un loro racconto inedito in circa 15 secondi. Ma la probabilità che qualcuno legga il racconto è tendente a zero.

Inoltre l'attenzione disponibile non aumenta proporzionalmente al numero di racconti immessi in rete.

Smistare l'attenzione per moltiplicarla

Il blog è un sistema ricco

Con i blog si verifica un effetto esattamente contrario: ogni nuovo weblog porta un valore di attenzione almeno pari a quella che richiede al sistema.

Se un blogger trova un post interessante in un altro blog, lo cita (spostando l'attenzione dal suo blog all'altro) e compie un atto in cui tutti ci guadagnano. L'autore del post, perché ottiene nuova attenzione, l'autore della citazione perché ha fornito un input al suo lettore e il lettore che vede incrementate le probabilità di incontrare contenuti interessanti.

Competizione = Quantità

Spostamenti di attenzione forzati

In situazioni competitive (quelle in cui interviene il mercato) ci sono molti strumenti che servono a spostare flussi di attenzione da un canale all'altro o da un giornale all'altro. Mai, però, questi strumenti sono strettamente legati alla qualità dei contenuti. Si tratta piuttosto di operazioni di marketing più o meno sofisticate (i libri con i quotidiani, i cd con i settimanali, ecc.). Oppure si sfruttano di posizioni dominanti (come nel mercato dei libri).

La percentuale di attenzione che viene incrementata da una fonte che dice "cose interessanti", in questo caso, è sempre una piccola frazione, originata dal famoso "tam tam" dei lettori/telespettatori.

Cooperazione = Qualità

Spostamenti di attenzione spontanei

In contesti non competitivi, invece, le regole sono diverse perché non sono dettate dal mercato. La blogosfera ne è un esempio pregnante, poiché si caratterizza come un sistema in cui lo "spostamento di attenzione" è funzionale, non lesivo di interesse

.

Anche chi ha una posizione dominante (per diverse ragioni) partecipa attivamente a questo spostamento di attenzione, poiché una posizione "difensiva" (oltre ad essere miope) sarebbe inutile.

Ed è superfluo annotare che in un modello simile il contenuto interessante ha buone probabilità di ricevere attenzione, anche quando proviene dall'estrema periferia della blogosfera.

Pericoli & Minacce

La superstizione dell'autarchia

In un modello come questo, in cui tutti guadagnano, solo due tipi di atteggiamenti potrebbero innescare dinamiche regressive:

- la scelta di posizioni di isolamento ("io non parlo di altri blog né cito quello che dicono");
- comportamenti competitivi (che ostacolerebbero lo smistamento di attenzione)

Di fatto, nessun blog da solo andrà lontano.

Allora cosa è un weblog?

Network sociale, comunità intellettuale

Se sommiamo tutte queste rapide considerazioni, appare evidente che il blog (più esattamente la blogosfera, di cui i singoli blog sono dei nodi) è una comunità intellettuale che:

- utilizza uno strumento in grado di facilitare al massimo la gestione dei contenuti (quindi dell'espressione);
- ha acquisito una logica di relazione che le consente di generare valore (attenzione, confronto, crescita) e che accoppiata allo strumento (preesistente al termine weblog) definisce il fenomeno.

La definizione

Without a blog, you're just a lurker on the net

“A blog is a social network application that represents the basic social building block: one person .“

[Peter Kaminsky].