DOPPIOZERO

Ci stiamo stancando dei social network?

Arianna Salatino

4 Giugno 2016

Sempre più spesso capita di leggere sulle nostre bacheche Facebook status di amici che annunciano di voler abbandonare il social network, lamentandosi del troppo tempo che ci passano, dell'inautenticità di alcuni rapporti, della superficialità con cui vengono trattate certe questioni, della faziosità delle notizie. Dell'odio gratuito sollevato da dibattiti, spesso ridotti a cori da stadio in cui ognuno giura di saperla lunga. Altri semplicemente spariscono e basta, qualcuno proclama di essere sul punto di farlo ma poi rimane lì (la solita vecchia storia: mi si nota di più se resto o se me ne vado?).

Stando ai dati più recenti, la pubblicazione di post relativi alle nostre vicende psichiche è in calo, e condividiamo sempre meno fotografie personali. La funzione "Accadde oggi" ripropone vecchi status del passato, per giorni vediamo girare di bacheca in bacheca gli stessi meme, i video diventano virali, circolano variazioni su variazioni delle stesse frasi, parole, modi di dire, citazioni. Si avverte a tratti una specie di inerzia, l'impressione di leggere post che sappiamo già come andranno a finire.



Sempre più preoccupati della nostra reputazione mediatica, stanchi di reggere la valanga di commenti che accompagnano ogni giorno i fatti più importanti, irritati dall'analfabetismo funzionale e dalla banalità disarmante di alcuni post che ci hanno costretti a mettere in discussione il diritto di ciascuno ad avere un'opinione (i cretini sono sempre gli altri), o più semplicemente annoiati dall'avvertire dietro a certe battute lo sforzo di un'identica, ripetuta fatica, stiamo forse piano piano abbandonando la scena.

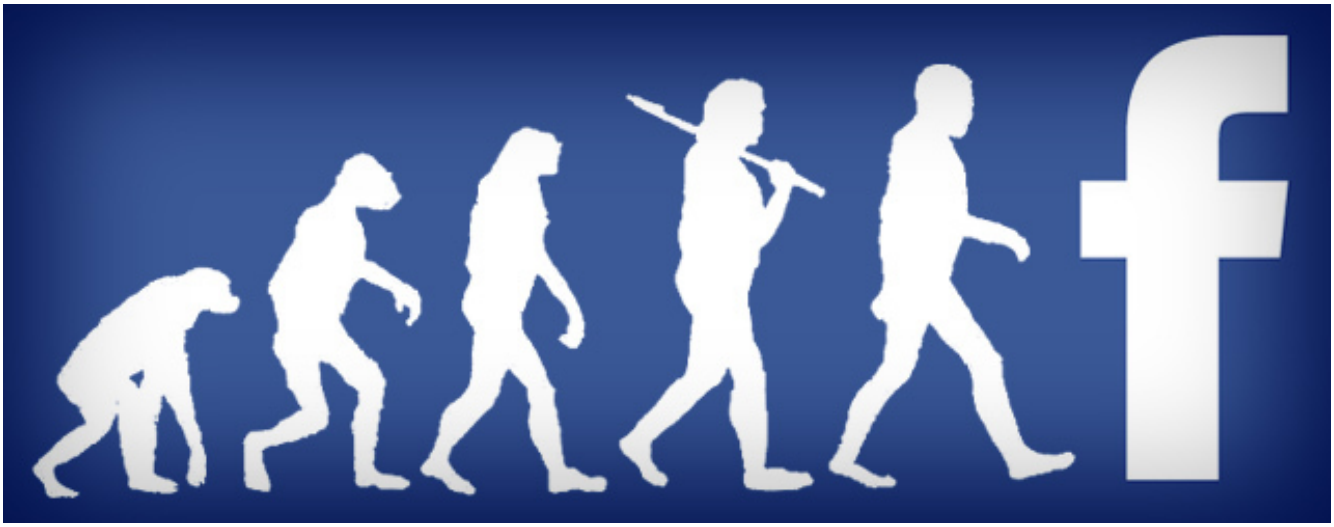
Tutti gli utenti di Facebook si assomigliano, ogni utente che lo abbandona lo abbandona a modo suo. Nonostante conti oggi un miliardo e 650 milioni di utenti attivi, Facebook fa sintomi da tutte le parti. Dopo il boom che ha caratterizzato i social network tra il 2007 e il 2010, pare infatti che la curva si stia abbassando (Twitter non se la passa meglio, come racconta Vincenzo Latronico qui.

Generatore di notizie in tempo reale, luogo di conversazioni amene ma anche di continuo malinteso, produttore impareggiabile di nuove forme di linguaggio e di scrittura, Facebook è diventato un'enorme cassa di risonanza capace di far più rumore di tutti gli altri media messi assieme. A partire dal 2004, anno della sua nascita, la realtà (qualunque cosa sia la realtà) è prima di tutto realtà percepita: un gigantesco archivio di interpretazioni consegnato agli studiosi del futuro che vorranno farsi un'idea di come ce la passavamo agli inizi del terzo millennio.

Sullo sfondo, la totale scompaginazione del legame sociale che tiene uniti gli esseri umani gli uni agli altri da quando sono al mondo, e che per una sorta di miracolosa selezione naturale ci ha portati a condividere affinità e sintonie con perfetti sconosciuti e ad allentare i rapporti con persone che reputavamo intelligenti e che su Facebook ci sono apparse incredibilmente stupide (“Forse col tempo, conoscendoci peggio…”, viene da dire con Ennio Flaiano). I simili con i simili.

Se nell’arco di appena un decennio ci siamo ritrovati tutti qui a condividere pensieri ed esperienze, al punto di arrivare a sentire la mancanza di persone che non abbiamo mai incontrato o di sognare qualcuno di cui non sapremmo immaginare la voce, ci sarà certo stato qualche vantaggio evolutivo.

Basta pensare all’algoritmo. L’algoritmo ci frega sempre: intercetta i nostri bisogni, anticipa i nostri desideri, ci propone ogni giorno senza alcuno sforzo una timeline il più possibile vicina alla nostra idea di mondo fino a influenzarci, secondo le letture più apocalittiche, nella scelta di dove compreremo cosa o addirittura di chi andremo a votare (resta da capire cosa viene prima: l’utente o l’algoritmo?).



Nella sua versione più semplice, Facebook era nato per permettere a persone distanti di tenersi in contatto attraverso la rete, ma con il tempo la piattaforma ha iniziato a fagocitare in maniera inarrestabile i contenuti più diversi provenienti da

siti esterni, monopolizzando definitivamente la nostra attenzione (lo ha spiegato molto bene Alessandro Gazoia in *Senza filtro*, Minimum Fax, 2016).

Sempre più cose si possono fare accedendo a Facebook, ma il senso di onnipotenza che ci pervade ogni volta che abbiamo l'impressione di compiere più azioni nello stesso tempo (apriamo finestre su finestre, clicchiamo un link dietro l'altro, salviamo articoli che probabilmente non avremo mai il tempo di leggere, intanto cuciniamo) ci costruisce attorno una specie di bolla ipertrofica che rischia di esplodere da un momento all'altro mandando per aria tutto (pensavo fosse multitasking, invece era deficit di attenzione).

Ma dove vanno quelli che escono da Facebook? Il primo a volerlo sapere naturalmente è Zuckerberg, che nel momento in cui un utente decide di sospendere il proprio account è chiamato a fornire la sua motivazione ("Si tratta di una misura temporanea. Tornerò", "Non mi sento al sicuro su Facebook", "Ci passo troppo tempo", "Penso che Facebook sia inutile" eccetera).

Costruirsi un'immagine pubblica soddisfacente sta diventando sempre più difficile, e solo a star zitti non si fa mai brutta figura. Cerchiamo visibilità ma sappiamo che ogni nostro post potrà essere usato contro di noi; smettiamo di seguire qualche amico che posta gattini da mattina a sera, ma temiamo di apparire impreparati se incontrandolo non siamo al corrente di novità importanti della sua vita; faremmo volentieri a meno di rimanere in contatto con certe persone, ma non siamo disposti a rinunciare alla nostra cerchia di ammiratori e seguaci (siamo incontentabili); veniamo aggiunti ai gruppi a nostra insaputa, ma poi anche noi cerchiamo supporter se creiamo un evento. Vorremmo piacere a tutti, ma piacere a tutti è faticoso quasi quanto lavorare (esistono posti nel mondo dove la gente è pagata per mettere like a pagine che neppure conosce, aumentando popolarità e profitti delle aziende; i siti per comprare pacchetti di follower e profili falsi si contano a decine: forse la cosa ci sta sfuggendo di mano).

Il guaio è che ricevere apprezzamenti, ormai lo sappiamo, produce nel nostro organismo una piacevole scarica di dopamina, e quando questa viene a mancare ci sentiamo tristi e infelici (la dipendenza da Facebook è una cosa seria, e ogni mese c'è un nuovo studio di "una prestigiosa università americana" pronto a

confermarlo).

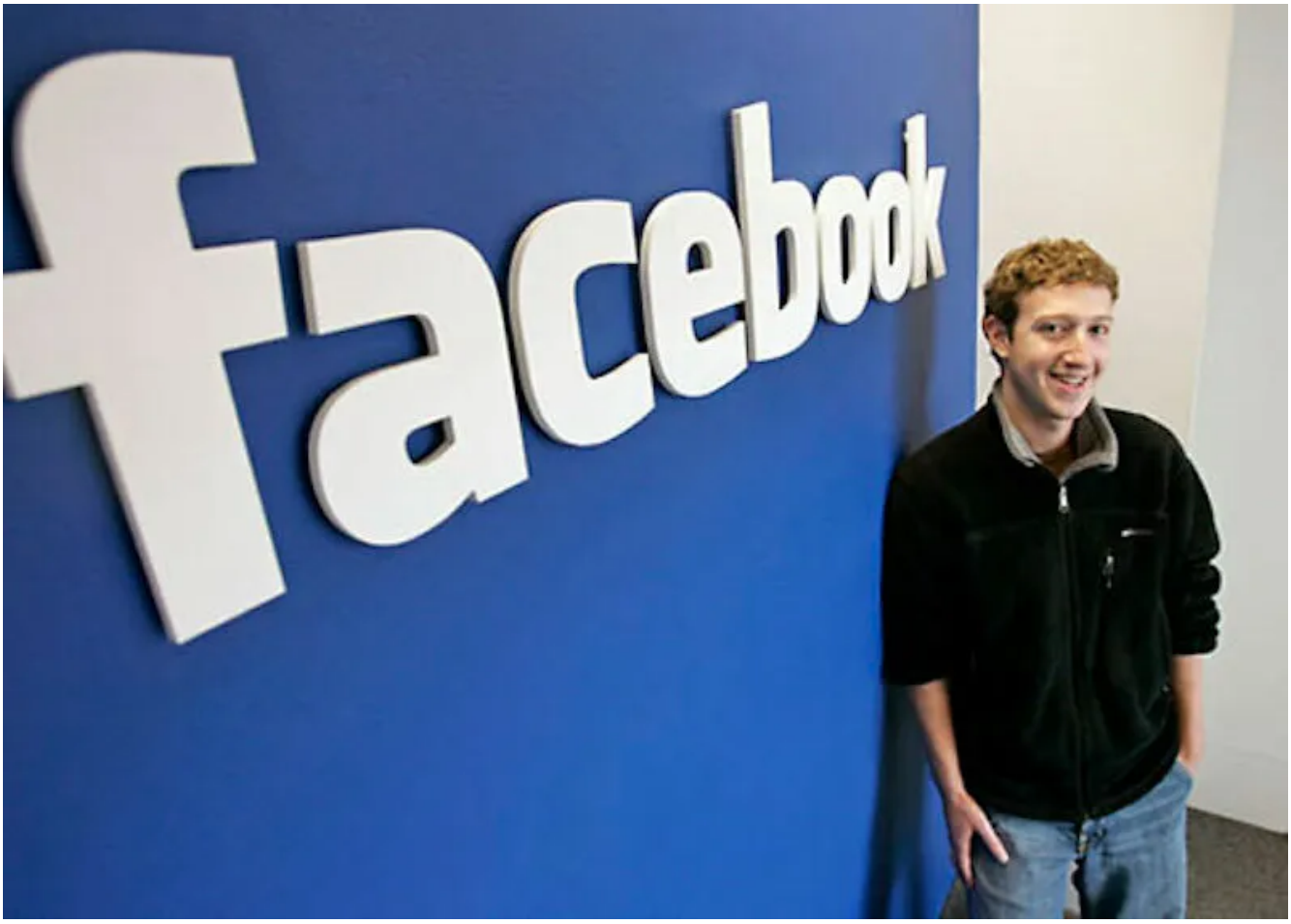
Ancora più doloroso è il caso in cui riceviamo insulti o subiamo linciaggi e pubbliche umiliazioni, cose che han rovinato la vita di molta gente (lettura consigliata: Jon Ronson, *I giustizieri della rete*, Codice Edizioni, 2015). Su Facebook violenza verbale, esplosioni di rabbia e offese di ogni tipo sono all'ordine del giorno, dimostrando ancora una volta la validità delle teorie elaborate oltre un secolo fa dai grandi sociologi delle folle. McDougall, Le Bon.

Sull'onda della psicologia collettiva diventiamo più aggressivi, più feroci. Se per Aristotele l'uomo era un animale sociale, nei grandi fenomeni di massa osservati nel Novecento diventa un animale selvaggio. È per "istinto gregario", scrive Freud in *Psicologia delle masse e analisi dell'io* (1921), che siamo portati a stare insieme, a fare "stirpe collettiva". "Nella vita psichica del singolo l'altro è regolarmente presente, come modello, come oggetto, come soccorritore, come nemico", categorie umane piuttosto elementari ma facilmente riconducibili a ciascuno dei nostri contatti Facebook. E se per caso ci capita di avvertire una fitta nel fianco destro davanti al successo delle bacheche degli altri, restiamo tranquilli. Per Freud l'invidia non è un sentimento totalmente immorale, poiché nasce innanzitutto da un'esigenza di giustizia, di uguaglianza tra simili. Di umanità.

A interagire con il nostro desiderio fisiologico di solitudine ci sarà sempre, dall'altro lato, l'attitudine primordiale all'imitazione e al contagio. È il dilemma dei porcospini che tormentava già Schopenhauer: il bisogno di avere gli altri accanto "per proteggersi, col calore reciproco, dal rimanere assiderati", ma nello stesso tempo l'intolleranza al loro starci troppo vicino, il mal sopportarne le spine, cosicché si rimane "sballottati avanti e indietro fra due mali".

Forse è per questo che una delle cose più frequenti che chi esce da Facebook si ritrova a fare dopo qualche tempo, è generalmente la stessa. Ritornarci.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO


facebook