

ETICA DEI SOCIAL NETWORK

SOCIAL NETWORKS ETHICS

Adriano Fabris, Università di Pisa, adriano.fabris@unipi.it

SOMMARIO

L'articolo evidenzia alcune delle implicazioni etiche che si vengono a creare nei social network dal punto di vista della trasformazione dell'idea di «comunità» e del trattamento dell'identità personale. Date queste implicazioni, l'autore suggerisce un piano di riflessione e di azione che si colloca su un duplice livello: un livello deontologico, che riguarda il modo in cui una determinata piattaforma social viene ad autoregolarsi e a regolamentare il proprio utilizzo, e un livello etico, che coinvolge i singoli utenti. Ed è a questo secondo livello che si colloca il ruolo fondamentale dell'educazione e dell'esercizio della «prudenza», categoria propria dell'etica antica, che oggi sempre più viene richiesta come competenza chiave di ogni singolo utente della rete e dei social network.

PAROLE CHIAVE

etica; social network; comunità; identità

ABSTRACT

The article underlies some of the ethical implications that originate from social networks with regards to the transformation of the idea of «community» and the treatment of personal identity data. Given these implications, the author suggests a plan of reflection and action at a double level: a deontological level,

concerning the regulation and self-regulation of social networks platforms, and an ethical level concerning every single user. It is precisely at this second level that education has a fundamental role to play, together with «caution», a notion from ancient ethics which is today more and more requested as a key competence social network users should have.

KEYWORDS

ethics; social networks; community; identity.

Autore per corrispondenza

Adriano Fabris, Università di Pisa, adriano.fabris@unipi.it

1 Problemi e opportunità dei social network¹

I social network, come ben sappiamo, sono piattaforme caratterizzate in particolare dall'espressività e della socialità (Riva, 2016). Esse cioè consentono agli utenti, in quanto sono facili da usare, di esprimere la loro individualità, di generare nuovi contenuti e di condividerli con altri utenti all'interno di una determinata comunità. Si tratta insomma di piattaforme attraverso le quali un utente può gestire sia la propria rete sociale, sia la propria identità sociale: quella con cui si presenta ai propri contatti. Da entrambi questi punti di vista i social network sono uno sviluppo dei blog (termine che deriva dalla contrazione di «weblog»): quello strumento del Web 2.0 mediante il quale molti soggetti mettono online storie personali o commentano pubblicamente notizie, magari sul sito di un giornale, disponibili a discutere i loro commenti con altri lettori.

I social network più diffusi oggi per le comunicazioni e le relazioni, almeno in Europa, sono Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter. Essi hanno però una struttura fra loro differente e svolgono il loro ruolo in modi diversi. Ad esempio Facebook, Instagram e, in parte, anche WhatsApp consentono a un gruppo di utenti di condividere fra loro vari contenuti multimediali senza che altri possano accedere a ciò che questi utenti stanno condividendo. La comunità che viene così istituita è una comunità tendenzialmente chiusa, ritagliata sulla base di specifici interessi e composta solo da «amici» o «amici di amici», anche se certamente essa può ampliarsi. Twitter invece permette all'emittente di inviare a coloro che lo seguono (i suoi *followers*) o messaggi generali – i più diffusi – o messaggi individuali. In questo caso, però, chi riceve questi messaggi può rispondere, ma non entrare in contatto con gli altri *followers* dello stesso emittente. In altre parole, mentre nel caso di Facebook, Instagram e WhatsApp la relazione comunicativa è orizzontale e reciproca, nel caso di Twitter è verticale e gerarchica. E ciò comporta, nell'uso, una serie di conseguenze significative (Fabris, 2015a; Fabris, 2015b).

Questa è dunque la struttura che rende possibile l'espressione e la condivisione della propria identità e delle proprie esperienze attraverso i social network. Tale identità non è soltanto qualcosa che viene preliminarmente dichiarato, in un profilo fatto per lo più di un testo e di un'immagine, ma è anche ciò che risulta progressivamente costruito e confermato proprio mediante i materiali tratti dalla propria vita – foto, video, commenti – che vengono di volta in volta condivisi. Si tratta dunque di un'identità fluida, fragile, esposta: costantemente ricostituita e riconfermata attraverso le relazioni online.

Appunto tenendo conto di queste caratteristiche dei social network emergono alcuni problemi che devono essere approfonditi da un punto di vista etico (Kadushin, 2012, capitolo 2). Sarà questo, anzi, il modo in cui intendo elaborare, qui, un'etica che riguardi tale ambiente. Voglio concentrarmi in particolare su

¹ Per un inquadramento e un approfondimento delle tematiche qui trattate rinvio a Fabris, 2018.

due conseguenze: la trasformazione dell'idea di «comunità» che essi producono e la questione del trattamento dell'identità personale.

Riguardo al primo punto, a prescindere dalla diversa struttura dei social network più diffusi, è indubbio che la possibilità che grazie a essi la rete offre di esprimere i propri pensieri e di condividerli all'interno di una comunità ha comportato il diffondersi dell'idea che ciascun utente non solo ha l'innegabile diritto di manifestare la propria opinione, ma che anzi è autorizzato a manifestarla sempre e comunque, anche se magari non possiede le competenze riconosciute per farlo in maniera autorevole. Basta infatti che ci sia una comunità in cui chi si esprime su un *Social* risulti inserito, e che commenti o accolga con un «like» la sua opinione, oppure che abbia dei *followers*. Emerge qui, in altre parole, un'orizzontalità più profonda, sostanziale, di quella che è propria del modo in cui sono strutturati alcuni social network: essa comporta infatti l'essere messi sullo stesso piano di tutti coloro che hanno accesso alla piattaforma. La piattaforma, come dice la parola stessa, ha un effetto di appiattimento.

Da un punto di vista politico si tratta di una particolare interpretazione del concetto di «uguaglianza». Qui l'uguaglianza delle opportunità, che l'accesso alla piattaforma appunto garantisce, rischia di trasformarsi nell'omologazione di tutti coloro che della comunità fanno parte. Essi cioè partecipano e hanno il diritto di esprimere la propria opinione nella misura in cui ed entro i limiti in cui ciò è garantito dalla struttura della piattaforma stessa. Non solo viene meno l'esigenza di un riconoscimento dell'autorevolezza, ma proprio il funzionamento di questa struttura online elimina ogni differenza fra le competenze, la preparazione, le esperienze dei vari utenti. Insomma: la possibilità, che i social network offrono, di esprimere la propria opinione e di condividerla fa dimenticare il fatto che un'opinione può essere più o meno fondata e che, in ogni caso, dev'essere argomentata.

Se manca questa possibilità, però, le opinioni e le notizie, e poi le notizie vere e quelle false (le ormai famigerate *fake news*) finiscono per essere collocate sullo stesso piano, allo stesso modo delle differenti opinioni, e sono in grado di diffondersi, come si dice, in maniera «virale». Se infatti viene meno il riconoscimento dell'autorevolezza della fonte di una notizia, se basta che su qualcosa si abbia solo un'opinione, qualunque essa sia, allora non ha più importanza che l'informazione sia verificata, ma basta che l'opinione espressa semplicemente corrisponda a ciò di cui io sono già convinto. E in effetti la diffusione delle notizie che avviene secondo la logica dei social network è quella della cosiddetta «*filter bubble*»: della bolla in cui ciascuno riceve solo le informazioni che gli interessano e che confermano le sue opinioni (Pariser 2011; Pitruzzella, Pollicino, Quintarelli, 2017; Quattrociochi, Vicini, 2017).

L'orizzontalità dei social network, il fatto che basta connettersi per essere autorizzati a esprimere validamente la propria opinione, il venir meno dell'autorevolezza e dell'esigenza di distinguere il vero dal falso trasformano dunque, insieme al concetto di «opinione pubblica», anche la nostra idea di comunità. E ciò ha una serie di conseguenze ben precise anche su di un piano politico

(Byung-Chul, 2016). Infatti, nonostante vi sia la possibilità di commentare estesamente il materiale che viene postato, molto spesso la reazione dei membri della comunità online si limita a un «mi piace» o, nel caso il sistema lo renda possibile, a un «non mi piace». È questo il modo in cui, per lo più, le opinioni vengono condivise in rete.

Ma «condividere» non è la stessa cosa che «partecipare». Ecco un punto che ha conseguenze molto importanti su di un piano politico. La partecipazione è infatti il risultato di un confronto di opinioni, richiede che esse siano argomentate e che, alla fine, venga scelta quella ritenuta migliore. Si tratta del modo in cui vengono prese, o dovrebbero essere prese, le decisioni all'interno di un regime democratico. Se ciò non avviene, se si considera invece identica a una decisione ponderata l'espressione di un'immediata preferenza a favore o contro una determinata opinione, allora la democrazia certamente s'indebolisce: se non, addirittura, viene meno.

A ben vedere, però, tutto questo risulta anche l'esito di una vera e propria trasformazione dell'identità individuale, che dipende dalla struttura dei social network. In quest'ambiente, come ho detto, ci presentiamo mediante il nostro profilo, ma anche confermiamo chi siamo attraverso quello che condividiamo. Possiamo certamente aprire vari account con nomi diversi, possiamo mentire riguardo a noi stessi, possiamo addirittura assumere l'identità altrui, ma in ogni caso siamo costretti a esprimerci, a svelarci, nel corso della nostra attività su questo o su quel social network.

Proprio il fatto che la nostra identità dev'essere un'identità riconosciuta socialmente, tuttavia, comporta due aspetti da considerare con molta attenzione. Ciò infatti ha conseguenze importanti, soprattutto nel caso dei nostri ragazzi. Da un lato, tale identità s'istituisce e si sviluppa solo attraverso relazioni. Dall'altro lato, proprio perciò essa risulta più fragile e richiede, soprattutto nel caso di utenti più giovani, delicatezza e cautela nell'esercizio delle interazioni online, allo scopo di non danneggiare, non solo in questi utenti ma più in generale, la costruzione di un'identità offline attraverso ciò che può succedere nel Web. In questa prospettiva siamo dunque in grado di comprendere perché possa verificarsi, mediante un certo uso della rete, la distruzione della reputazione di una persona, oppure come si sviluppino le dinamiche del cyberbullismo e per quale motivo abbiano effetti così dirompenti.

Tutto ciò si ricollega all'idea che l'*espressione* del sé che i social network rendono possibile coincide con un'*esposizione* completa e problematica di chi siamo. Il valore di fondo, che i social network sembra rendano possibile realizzare pienamente, è infatti quello della trasparenza (Byung-Chul, 2014). Da una parte, però, questa trasparenza è resa possibile dalla sovrabbondanza di informazioni che possiamo attingere online, fra le quali abbiamo difficoltà a orientarci e che dunque va adeguatamente gestita. Dall'altra essa è spesso intesa come una completa rinuncia alla propria privacy. Nei confronti di questa situazione, di fronte a questa diffusa perdita di pudore, vi è stato chi ha parlato di una vera e propria «pornificazione della società» (Ess 2009).

Tutto ciò è certamente il risultato, come dicevo, di una trasformazione del modo in cui l'identità personale è concepita e praticata all'interno dei social network. Non è affatto un problema conferire i propri dati; la salvaguardia della propria privacy, molto spesso, non è sentita come un'esigenza primaria, e lo è tanto meno dalle giovani generazioni. Altrettanto spesso, poi, i social network vengono intesi come un luogo che favorisce l'esibizione di sé: in cui tutto ciò che facciamo, anche le cose più banali, viene condiviso e commentato. Si tratta di un ulteriore stadio nello sviluppo di quella «società dello spettacolo» (Debord 2008) che già i mezzi di comunicazione audiovisivi avevano reso possibile e diffuso. Solo che oggi, grazie alla rete, ciascuno può essere il protagonista, il regista e il produttore dello spettacolo che lo riguarda. Basta che il pubblico degli «amici» non lo abbandoni.

2 Quale etica per i *social network*?

Questa situazione richiede di essere regolamentata. È possibile farlo collocandosi o su di un piano deontologico, oppure su di un terreno più specificamente etico. Si tratta in entrambi i casi di ciò che è possibile chiamare, più specificamente, l'etica nei social network.

Per quanto riguarda l'approccio deontologico, in questo caso esso assume una configurazione ben determinata. Non concerne le prescrizioni generali che potrebbero regolamentare alcuni utilizzi del Web. Riguarda invece il modo in cui una determinata piattaforma – sia essa Facebook, o Twitter, o qualsiasi altra – viene ad autoregolamentarsi e a regolamentare il proprio utilizzo. Si tratta di quelle regole che ciascun utilizzatore deve accettare formalmente al momento della sua iscrizione, per avere accesso ai servizi della piattaforma.

L'esigenza in generale è comprensibile. Lo abbiamo visto: per il tipo di comunità a cui un social network dà accesso bisogna che vi sia un set di norme fondative che permetta di definire in che modo questa comunità nasce, ritagliandosi il proprio spazio rispetto ad altre comunità, e si sviluppa nel Web. Ben presto però si scopre che queste norme sono pensate per favorire non tanto i membri della comunità stessa, ai quali viene offerta semplicemente la piattaforma d'interazione, quanto gli interessi delle aziende che governano i social network e i loro meccanismi. Si tratta di interessi legati all'acquisizione delle informazioni e dei dati che ci riguardano, e che noi liberamente mettiamo a disposizione proprio mentre usiamo la piattaforma.

In particolare le questioni in gioco, qui, sono due. Da una parte viene meno la privacy delle persone, dall'altra si rinuncia alla proprietà dei contenuti che sulla piattaforma vengono condivisi. Le due questioni sono diverse, ma collegate fra loro. Ciò che è caricato su un social network diventa infatti, virtualmente, di dominio pubblico, almeno per la comunità di riferimento. Da qui, poi, può essere diffuso in tutto il Web, senza limite alcuno. In tal modo non solo condivido ciò che faccio e ciò che sono, ma metto a disposizione sia della piattaforma, sia dei suoi utenti quanto personalmente ho elaborato. La mia identità – anche e soprat-

tutto quella che si realizza nelle mie espressioni in rete – è esposta senza filtri. In nome della trasparenza posso rinunciare non solo a ogni pudore, ma anche al diritto di veder riconosciuti come miei i contenuti che ho inserito.

L'ultimo caso è un esempio di quella tendenza all'eclissi della proprietà intellettuale che in generale Internet favorisce. La proprietà intellettuale è la proprietà dei prodotti dell'ingegno. Dal momento che Internet offre nuovi modi per creare, presentare e disseminare tali prodotti, diventa molto difficile ripristinare le condizioni di un adeguato riconoscimento del lavoro che ha portato a essi, per esempio su di un piano economico. L'ingresso in uno specifico ambiente comunicativo ha dunque un costo, corrispondente a una mutazione e a una spoliatura di sé.

Per alcuni, come abbiamo visto, questo è un bene. In rete tutto dev'essere accessibile a tutti. Per altri si tratta di un problema non solo di tipo economico – ciò che peraltro ha già portato le grandi aziende a modificare le forme di commercializzazione dei loro prodotti –, ma soprattutto di carattere giuridico ed etico (Migga Kizza, 2013, cap. 5). Nel caso dei social network questa situazione è per lo più definita dalle regole di accesso a questa o a quella piattaforma. Dal punto di vista legale ciò è ineccepibile, e certamente salvaguarda gli interessi di chi controlla la piattaforma stessa. Nel caso degli utenti, d'altronde, il più delle volte, accade che le decine di pagine in cui queste regole sono stabilite ed elencate, spesso facendo uso di un linguaggio specialistico, non vengono affatto lette, o almeno non vengono lette con l'attenzione dovuta. Si scorre il cursore velocemente fino alla fine delle pagine e si clicca su «I agree». Ciò che importa è accedere quanto prima alle opportunità offerte dal social network al quale ci stiamo iscrivendo.

Si tratta, com'è evidente, di un comportamento che può essere accusato quantomeno d'imprudenza, e rispetto ai pericoli che esso comporta i nostri ragazzi sono per lo più poco informati. A parziale discolta di chi agisce in questo modo vi è la convinzione che il set di regole a cui sottoporsi è comunque prefissato e non può essere oggetto di negoziazione. Ci si trova dunque nella condizione di prendere o lasciare.

Di fronte a ciò due possono essere le strategie da adottare, variamente presentate in recenti film o documentari sull'argomento. Mi riferisco per esempio al film *Disconnect* (2012) e al video di Werner Herzog *Lo and Behold* (2016). La prima è una soluzione ancora di tipo deontologico. Si tratta di far valere il proprio diritto alla privacy utilizzando gli stessi strumenti giuridici che regolamentano l'uso delle piattaforme. Se non è possibile farlo negoziando individualmente, lo si può fare cercando insieme agli altri utenti una regolamentazione più ampia, più generale, a cui il funzionamento di ciascun social network dovrebbe sottoporsi. Si tratterebbe di ciò che sarebbe chiamato a garantire un'Authority a livello globale. Vi sono già provvedimenti che vanno in questa direzione da parte di singoli Stati o della Comunità Europea (mi riferisco per esempio all'attività della Commissione europea per la concorrenza, ma anche alla meritoria opera del Garante italiano alla Privacy). Per il momento, tuttavia, siamo ancora ben lontani dall'ottenere che tali azioni abbiano un esito efficace.

Resta allora, forse, un'altra possibilità: l'assunzione di un atteggiamento che sia propriamente etico da parte dei singoli utenti. Resta l'educazione che c'induce a farlo proprio. Il riferimento, in questo caso, è a una categoria propria dell'etica antica, la categoria della prudenza, che appunto, nel passato, veniva insegnata (Rivoltella, 2015). Si tratta qui di contemperare, da un lato, le opportunità che i social network garantiscono e, dall'altro, i rischi legati alla cessione della privacy e della proprietà sui contenuti messi in rete. Si tratta di trovare un punto di equilibrio fra queste due istanze.

L'opportunità insomma è quella, che ci viene offerta, di costruire insieme qualcosa di nuovo, usando forme ben specifiche di comunicazione. Si tratta però di un'opportunità che dev'essere esercitata con cautela: senza cioè confondere, come abbiamo visto, da un lato la condivisione con la partecipazione, e dall'altro l'esibizione di sé con la propria espressione. C'è in generale un criterio etico che ci consente di riconoscere fino a che punto possiamo spingerci nel tenere unite queste due istanze. È il criterio etico per cui, in una relazione, è bene fare tutto ciò che serve a promuovere positivamente questa relazione, e non a distruggerla. Questo criterio generale lo possiamo applicare anche all'ambito dei social network, individuando il limite oltrepassando il quale una relazione non è più tale e la comunità, da insieme connesso di persone, si trasforma in una massa indifferenziata di soggetti spogliati della loro identità.

Per evitare che ciò avvenga c'è comunque un ultimo aspetto da tenere presente e che, come insegnanti, dobbiamo far presente ai nostri ragazzi. Non è bene rinunciare completamente alla propria privacy. Non è possibile. Parlo di ciò che caratterizza la nostra identità sia online che offline. Qualsiasi relazione sociale, infatti, è possibile solo tra identità che in qualche modo sono diverse e che restano diverse, anche sviluppando una relazione. Se non salvaguardiamo gli spazi in cui possiamo essere noi stessi e confondiamo ciò che siamo veramente con ciò che appare di noi in rete, allora alla fine non avremo più nulla da dire: né all'interno di un social network, né al di fuori di esso. Teniamolo presente e cerchiamo di farlo capire.

Bibliografia

- Byung-Chul, H. (2014). *La società della trasparenza*. Milano: Nottetempo.
- Byung-Chul, H. (2016). *Psicopolitica. Il neoliberalismo e le nuove tecniche del potere*. Milano: Nottetempo.
- Debord, G. (2008). *La società dello spettacolo*. Milano: Dalai.
- Ess, C. (2009). *Digital Media Ethics*. Cambridge (UK): Polity Press.
- Fabris, A. (2015a). *Twitter e la filosofia*. Pisa: Edizioni ETS.
- Fabris, A. (2015b). *Il tempo esplosivo. Filosofia e comunicazione nell'epoca di Twitter*. Bologna: EDB.
- Fabris, A. (2018). *Etica per le tecnologie dell'informazione e della comunicazione*. Roma: Carocci.

- Kadushin, C. (2012). *Understanding Social Networks: Theories, Concepts, and Findings*. Oxford: Oxford University Press.
- Migga Kizza, J. (2013). *Ethical and Social Issues in the Information Age*. London/Heidelberg/New York/Dordrecht: Springer.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: How the New Personalized Web is Changing what We Read and how We Think*. New York: Penguin.
- Pitruzzella, E., Pollicino, O. & Quintarelli, S. (2017). *Parole e potere. Libertà d'espressione, hate speech e fake news*. Milano: Egea.
- Quattrociocchi, W. & Vicini, A. (2017). *Misinformation. Guida alla società dell'informazione e della credulità*. Milano: FrancoAngeli.
- Riva, G. (2016). *I social network*, Bologna: il Mulino.
- Rivoltella, P.C. (2015). *Le virtù del digitale. Per un'etica dei media*. Brescia: Morcelliana.