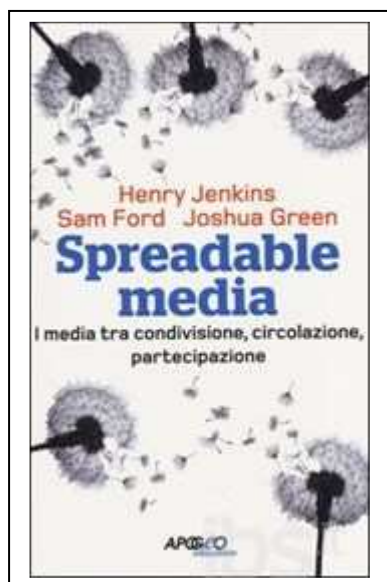


RECENSIONE



Jenkins H., Ford S., Green J.
**Spreadable media. I media tra condivisione,
circolazione, partecipazione**
Apogeo, 2013, p. 364

In questa cultura di rete, non si può identificare una sola causa per cui le persone diffondono materiali. Ciascuno compie una serie di decisioni, socialmente contestualizzate, quando sceglie di diffondere un testo mediale: si tratta di contenuto a cui val la pena dedicare del tempo? Val la pena condividerlo con altri? Comunica qualcosa su di me o sulla mia relazione con queste persone? Qual è la piattaforma migliore per diffonderlo? Lo devo mettere in circolazione allegandogli un messaggio particolare? Anche se non ha allegato alcun commento ulteriore, comunque, il solo ricevere una notizia o un video da qualcun altro arricchisce quel testo di una serie di nuovi significati potenziali. Quando si ascolta, si legge o si guarda un contenuto condiviso, si pensa non solo (e spesso neanche in primo luogo) a quello che chi l'ha prodotto poteva voler significare, ma a quello che la persona che l'ha condiviso cercava di comunicare. La diffondibilità - la spreadability diventa un attributo del panorama dei media contemporanei che ha la potenzialità di ridefinire drasticamente il funzionamento delle istituzioni culturali e politiche centrali. "Spreadable media" mette in crisi l'idea diffusa che il contenuto digitale diventi magicamente "virale". Descrive invece brillantemente le dinamiche sottostanti il coinvolgimento delle persone nei social media, in modi che sono, al contempo, ricchi dal punto di vista teorico e significativi da quello pubblico.