

Produzione culturale al tempo delle reti

Capitale sociale, interazione e collaborazione on line nelle pratiche di *crowdfunding*

Milena Cassella,

PhD Student presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma Dottorato in “Comunicazione, Ricerca, Innovazione”

Abstract del progetto

Il lavoro si propone di indagare le pratiche di crowdfunding, ovvero il meccanismo di finanziamento di un progetto o di un'impresa attraverso la raccolta di piccole somme provenienti da un gran numero di finanziatori, mediante l'ausilio di piattaforme sul web. Il fenomeno può essere inserito da una parte all'interno degli studi sulle industrie culturali (Hesmondhalgh 2007), con particolare riferimento alle teorie della produzione culturale (Peterson 1989; Crane 1992; Griswold 1994) e alla prospettiva relazionale (Mitchell 1973; Wellman 1988; Galaskiewicz, Wasserman 1993; Lomi 1997) adottata da alcuni recenti studi di sociologia organizzativa (Soda 2001); dall'altra collocandolo tra i fenomeni abilitati dalle nuove tecnologie del Web 2.0 (Wellman 2004; 2010), e dalle modalità di relazione tipiche della Network Society (Castells 1996), tra cui l'emergere di una cultura partecipativa (Fiske 1992; Jenkins 2006) che permette agli utenti di condividere, commentare e rieditare i contenuti.

Attraverso il confronto tra diverse campagne di finanziamento e piattaforme di condivisione, e abbinando analisi di rete a interviste in profondità, la ricerca tenta di ricostruire il ruolo svolto dalla comunicazione e dall'interazione on line tra gli utenti nel determinare il successo dei progetti finanziati. È proprio sul piano relazionale che, a nostro avviso, il promotore di un progetto di crowdfunding usufruisce delle maggiori chance per il raggiungimento dell'obiettivo prefissato: l'investimento in termini di tempo, la disponibilità al confronto, la condivisione di aspetti e caratteristiche del prodotto ancora in via di definizione stabiliscono un essenziale clima di fiducia nella relazione instaurata, e danno all'utente la sensazione che egli sia realmente parte di un processo produttivo dal quale in passato era in gran parte escluso. Quest'ultimo sembra esercitare contemporaneamente più ruoli: oltre a quello tradizionalmente svolto di fruitore del prodotto finale, anche quello di co-creatore (crowdsourcing) (Howe 2008) e, nel momento in cui sceglie di finanziare un determinato progetto, di nuovo particolare gatekeeper che interviene nel processo di produzione.

Keywords: network society; produzione culturale; capitale sociale; cultura convergente; social network analysis.

Riferimenti bibliografici

Castells M.

1996, *The Rise of the Network Society*, trad. it. *La nascita della società in rete*, Egea, Milano, 2000.

Crane D.

1992, *The Production of Culture. Media and the Urban Arts*, trad. it. *La produzione culturale*, Il Mulino, Bologna, 1997.

Fiske J.

1992, *The cultural economy of fandom*, in Lewis L., (a cura di), *The adoring audience. Fan culture and Popular Media*, Routledge, London-NY, 1992.

Galaskiewicz J., Wasserman S.

1993, *Social Network Analysis: Concepts, Methodology and Directions for the 1990's*, in «Sociological Methods and Research», 22 (1), August, 3-22.

Griswold W.

1994, *Cultures and Societies in a Changing World*, trad. it. *Sociologia della cultura*, Il Mulino, Bologna, 2005 (ed.).

Hesmondhalgh D.

2007, *The Cultural Industries*, trad. it. *Le industrie culturali*, EGEA, Milano, 2008. Howe J.

2008, *Crowdsourcing: How the Power of the Crowd is Driving the Future of Business*, Crown Publishing Group, New York.

Jenkins H.

2006, *Convergence Culture*, New York University Press, trad. it. *Cultura convergente*, Apogeo, Milano, 2007.

Lomi A.

1997, (a cura di), *L'analisi relazionale delle organizzazioni: riflessioni teoriche ed esperienze empiriche*, Il Mulino, Bologna.

Mitchell J. C.

1973, *Networks, norms and institutions*, in J. Boissevain, J. C. Mitchell, (a cura di),

Network Analysis. Studies in Human Interaction, trad. it. *Reti, norme e istituzioni*, in F. Piselli, (a cura di), *Reti. L'analisi di network nelle scienze sociali*, Donzelli, Roma, 2001 (ed.).

Peterson R. A

1979, «Revitalizing the Culture Concept», in *Annual Review of Sociology*, n. 5, pp. 137-166.

Soda G.

2001, *Reti organizzative per l'industria culturale*, Introduzione in S. Salvemini, G. Soda, (a cura di), *Artwork & Network. Reti organizzative e alleanze per lo sviluppo dell'industria culturale*, Egea, Milano, 2001.

Wellman B.

1988, *Structural analysis: from method and metaphor to theory and substance*, in B. Wellman, S. D. Berkowitz, (a cura di), *Social Structures*, Cambridge University Press, Cambridge, 1988.

2004, «The Three Ages of Internet Studies», *New Media and Society*, vol. 6 (1).

2010, *Studying the Internet Through the Ages*, in R. Burnett, M. Consalvo, C. Ess, (a cura di), *The handbook of internet studies*, Wiley-Blackwell, Chichester, 2010.