

Prima, Seconda, Terza Vita.

Presenza, assenza e agenzia in *Second Life*

Matteo Bittanti

“La metafora è infranta. L’avatar non si comporta come un vero corpo. Ricorda a tutti i clienti abituali del Sole Nero che si trovano in un mondo immaginario. La gente odia sentirselo ricordare” (Neal Stephenson, *Snow Crash*, 1992, p. 94)

Second Life si colloca al crocevia tra diverse pratiche e fenomeni di natura tecno-sociale: realtà virtuale, *open source*, *creative commons*, Web 2.0 e MMOG (*massively multiplayer online game*). Ambiente elettronico tridimensionale¹ accessibile su internet attraverso un personal computer, *Second Life* è stato creato nel 2003 da Linden Lab, una società che ha sede a San Francisco. Non è un videogioco convenzionale e nemmeno un MMORPG (*massively multiplayer online role-playing game*), sebbene includa alcuni elementi – come l’interfaccia e l’iconografia – di chiara ispirazione videoludica. Tuttavia, *Second Life* non prevede situazioni di vittoria o sconfitta, obiettivi da raggiungere o livelli da superare. Come tale, rientra a pieno titolo nell’alveo delle simulazioni digitali. È uno spazio persistente, aperto, altamente personalizzabile e configurabile. Per Philip Rosedale (2006), presidente di Linden Lab, *Second Life* è la risposta alla domanda: “Come possiamo usare dei computer per creare una simulazione digitale del mondo?”. Cory Ondrejka, direttore creativo di Linden Lab, definisce i mondi digitali come *Second Life* “motori di creazione” (2005: 4). Alla base di *Second Life* troviamo dunque un doppio imperativo *mimetico* e *demiurgico*. In un certo senso, questo spazio è la traduzione elettronica del “metaverso”, il mondo virtuale narrato da Neal Stephenson (in *Snow Crash*, 1992), dell’“oltreverso” di Vernor Vinge (*Il vero nome*, 1981) nonché dei “mondi speculari” descritti da David Gelernter (*Mirror Worlds*, 1992)².

¹ Ondrejka (2005) usa il termine “digital world”, mondo digitale, per definire *Second Life*. In questa accezione, i mondi digitali sono “spazi che usano il mondo reale come metafora; sono creati, si evolvono e sono posseduti dai loro residenti; sono indirizzati a una audience di massa anziché a un ristretto numero di techno-utenti” (2005: 2).

² Ondrejka (2005) individua quattro tecnologie fondamentali che hanno prefigurato l’avvento di *Second Life*. La prima è il *gaming online*, le cui origini affondano negli anni 70 con i MUD (acronimo di Multi-User Dungeon) e che ha trovato in giochi come *Ultima Online* (Origin, 1997), *EverQuest* (Sony, 1999) e *World of Warcraft* (Blizzard, 2004) una consacrazione commerciale, estetica e culturale². La seconda tecnologia – in realtà, *conditio sine qua non* della precedente – è ARPANET, l’antesignano dell’attuale internet, creata nel 1969 dal DARPA (*Defence Advanced Research Project Agency*) del ministero della difesa degli Stati Uniti d’America. La terza tecnologia è la realtà virtuale, concepita negli anni sessanta per fini di ricerca, progettazione e, in un secondo momento, sperimentazione artistica. Ultimi, ma non meno importanti, gli ambienti virtuali di tipo grafico, accessibili in forma vicaria attraverso l’uso di avatar. Il primo esempio è *Habitat*, creato nel 1986 da LucasFilm per Commodore 64². Un secondo esempio è *Active Worlds*, ideato da

La crescita di *Second Life* è stata relativamente rapida. Questo ambiente digitale si estende per oltre 130 chilometri quadrati³ di realtà virtuale: in termini assoluti, la sua superficie è superiore a quella di Boston e corrisponde a tre volte quella di Manhattan. La topologia di *Second Life* consiste in oltre 2.000 zone interconnesse dette “sims”. Di queste, il 70% sono considerate “terra ferma”, mentre il restante 30% sono “isole”⁴. A oggi – maggio 2006 – *Second Life* ha oltre 200.000 utenti registrati⁵, il 75% dei quali di nazionalità americana o residenti sul territorio statunitense. I britannici rappresentano la seconda ‘colonia’ per estensione. L’età media degli utenti è di 32 anni⁶. Il 43% sono donne, mentre la percentuale di avatar femminili ammonta al 50% del totale. La gestione tecnica ed amministrativa di *Second Life* è affidata a un team di circa sessanta persone tra sviluppatori e programmatori, concentrati tra San Francisco e la Bay Area californiana.

Il modello di business di *Second Life* è particolarmente interessante. L’accesso a questo laboratorio di sperimentazione è gratuito, ma una residenza stabile richiede un dazio di entità variabile. Detto altrimenti, attraverso un pagamento rateale gli utenti acquisiscono il diritto alla *permanenza* e alla *conservazione* degli artefatti creati nel mondo sintetico. Si paga, in altre parole, per conferire consistenza ontologica a un operare transeunte e intangibile.

Non a caso, una delle attività più diffuse in *Second Life* è la produzione di oggetti, per il possesso, lo scambio o la compra-vendita con altri utenti⁷. Sugli oltre duemila server presenti negli uffici di San Francisco⁸ alloggiavano circa 15 tera byte di informazioni, che corrispondono a circa 10 milioni di manufatti. Stando ai dati forniti dalla società (Ondrejka, 2005, Rosedale, 2006), questi ultimi spendono un quarto del loro tempo online in attività di creazione di oggetti e di strutture. La trasformazione del materiale grezzo (‘primitives’) in artefatti richiede un considerevole investimento temporale, tecnico e creativo (Ondrejka, 2005: 12). Per converso, l’investimento economico è relativamente contenuto e corrisponde al costo della capacità di calcolo e della memoria del computer, nonché della larghezza di banda necessaria per accedere alla simulazione. A differenza della maggior parte degli MMORPG disponibili sul mercato, in

Ron Britvich nel 1994. Il debutto vero e proprio di *Active Worlds*, uno spazio interattivo fruibile in rete, risale tuttavia al 1995.

³ Tutti i dati relativi a *Second Life* riportate in questo saggio sono attribuibili a Cory Ondrejka, direttore creativo di *Second Life* e Philip Rosedale, CEO di Linden Labs in occasione di due presentazioni avvenute durante la Game Developers Conference di San Jose (20-24 marzo 2006) e l’Emerging Technology Conference di San Diego (6-9 marzo 2006).

⁴ La previsione di Rosedale è che entro la fine del 2006 il numero di ‘sims’ salirà a 3.000.

⁵ Erano 15.000 nell’ottobre 2004 (fonte: Ondrejka, 2005).

⁶ Di poco superiore a quella del videogiocatore medio, 29, secondo i dati forniti dall’*Entertainment Software Association* (2005).

⁷ Ondrejka (2005) fornisce un’esauriente descrizione delle prassi di produzione degli oggetti in *Second Life*, cfr. pp. 10-11.

⁸ Secondo Rosedale (2006), sul finire del 2006 dovrebbero aggiungersi anche dei server europei.

Second Life la proprietà intellettuale (IP) degli artefatti digitali rimane ai rispettivi creatori⁹, ossia agli utenti. Questa caratteristica – del tutto inusuale per l'industria videoludica – incoraggia la produzione e la distribuzione di materiale sintetico. La prassi creativa che si svolge all'interno di *Second Life* è *decentralizzata e fortemente collaborativa* (Ondrejka, 2005: 13-14): gli utenti condividono spontaneamente e in modo del tutto libero risorse, conoscenze e competenze tecniche. Gli oggetti creati possono essere liberamente trasferiti, modificati e riprodotti a costo zero. I principi ispiratori di *Second Life* sono la filosofia *open source*¹⁰ e il modello delle *creative commons*¹¹, finalizzati alla libera condivisione delle informazioni. Allo stesso tempo, l'economia di *Second Life* si regge su logiche di tipo capitalistico, per quanto declinate in modi peculiari¹².

Secondo i dati forniti da Linden Lab, il valore delle transazioni economiche che si realizzano mensilmente in *Second Life* ammonta a circa sei milioni e mezzo di dollari¹³, derivanti da 5 milioni di transazioni *peer-to-peer*¹⁴. Dal debutto di *Second Life* ad oggi, gli scambi commerciali mostrano un trend in crescita: se nel gennaio 2006 sono stati commercializzati oltre 180.000 oggetti differenti, nel mese successivo la cifra è salita a 240.000 (Rosedale, 2006). Il prezzo medio dei manufatti e dei servizi venduti è inferiore a \$1, anche se all'interno di questo mondo vige il Linden Dollar, il cui valore viene adeguato quotidianamente sulla base delle fluttuazioni di mercato. Circa un terzo delle attività commerciali che si svolgono in *Second Life* sono di natura sessuale e spaziano dall'acquisto di 'skin' di genitali a servizi paragonabili alla prostituzione (Fulco, 2006). Circa il 75% degli utenti registrati hanno acquistato almeno un oggetto, mentre il 25% sono venditori. Per qualche centinaio di users, *Second Life* rappresenta un'occupazione professionale a tempo pieno (Craig, 2006). Tra questi spicca Anshe Chung¹⁵, la maggiore proprietaria terriera di *Second Life*, che guadagna circa 175.000 dollari all'anno grazie alla vendita di terreni virtuali (Hof, 2006). Queste cifre non sono insolite considerando che

⁹ Con alcune limitazioni, come si legge nell'*End User License Agreement*, o EULA.

¹⁰ "In informatica, open source (termine inglese che significa sorgente aperto) indica un software rilasciato con un tipo di licenza per la quale il codice sorgente è lasciato alla disponibilità di eventuali sviluppatori, in modo che con la collaborazione (in genere libera e spontanea) il prodotto finale possa raggiungere una complessità maggiore di quanto potrebbe ottenere un singolo gruppo di programmazione. L'open source ha ovviamente tratto grande beneficio da internet. Alla filosofia del movimento Open Source si ispira il movimento Open content: in questo caso ad essere liberamente disponibile non è il codice sorgente di un programma ma contenuti editoriali quali testi, immagini, video e musica" (da *Wikipedia*, 2006, ultimo accesso: 5 aprile 2006).

¹¹ "La Creative Commons (CC) è un'organizzazione non-profit dedicata all'espansione della portata del opere di creatività disponibili per la condivisione e l'utilizzo da parte degli altri e per fornire anche la possibilità di poter costruire, com'è sempre avvenuto prima che si abusasse della legge sul copyright, sul lavoro degli altri nel pieno rispetto delle leggi esistenti" (da *Wikipedia*, 2006, ultimo accesso: 5 aprile 2006)..

¹² Per esempio, la nozione di copyright all'interno di questi spazi è molto meno vincolante rispetto a quella in vigore nel mondo 'reale' (cfr. Ondrejka, 2005: 13). In secondo luogo, non esistono banche all'interno di *Second Life*.

¹³ Come riferimento, nell'ottobre 2004, il valore complessivo delle transazioni era di 1 milione di dollari (fonte: Ondrejka, 2005).

¹⁴ Il dato si riferisce a febbraio 2006 (Ondrejka, 2006).

¹⁵ L'avatar di un'insegnante di lingue di origini cinesi che risiede a Francoforte (Hof, 2006).

l'acquisto di merci digitali – dalla musica 'liquida' alle suonerie dei telefonini – costituisce una prassi ormai consolidata. Ergo, le transazioni che si svolgono all'interno dei MMOG attraverso la formula dei micro-pagamenti non sono altro che l'ultima evoluzione di un progressivo fenomeno di smaterializzazione delle merci¹⁶.

Tutt'altro che sorprendentemente, gli utenti di *Second Life* considerano il dominio digitale come un luogo di residenza a tutti gli effetti, un'enclave, uno 'spazio abitativo'. Scrive Ondrejka (2005):

Digital worlds' residents already describe themselves as living in them and millions of people spend much, even most, of their waking lives in them. To them, digital worlds are real places by any useful definition and can only be understood within that framework. Dismissing the representation of digital worlds as unimportant or irrelevant misses out on basic aspects of what makes us human (2005: 20).

Il 35% degli utenti adulti di *Second Life* hanno dichiarato di investire più tempo online che sul lavoro (Rosedale, 2006), ma non si tratta di pura ricreazione: *Second Life* – come abbiamo già sottolineato – non è un gioco, ma uno spazio sintetico ibrido, che viene utilizzato per le finalità più svariate, dagli incontri alle presentazioni di libri, dalle conferenze alle simulazioni. Per esempio, il 18 gennaio 2006, il docente di legge dell'Università di Stanford, Lawrence Lessig, ha tenuto una conferenza all'interno di *Second Life* e qualche mese più tardi il suo esempio è stato seguito da altre autorità accademiche, tra cui Howard Rheingold, docente di giornalismo della medesima università e autore di opere influenti come *The Virtual Community* (2000) e *Smart Mobs* (2003). I *digerati* hanno sposato la filosofia di Linden Lab.

Il potenziale didattico di *Second Life* è noto. Al momento, diciassette università statunitensi e britanniche utilizzano questa piattaforma per scopi pedagogici ed educativi di tipo sincrono e asincrono nell'ambito dell'iniziativa di Campus *Second Life* predisposta da Linden Lab¹⁷. Ogni settimana si svolgono centinaia di corsi differenti, dall'urbanistica all'architettura, dall'antropologia all'etica, tutti declinati in chiave virtuale. A questi vanno aggiunti oltre un centinaio di progetti di ricerca sviluppati all'interno di *Second Life* (Rosedale, 2006). L'università di California Davis, per esempio, ha dato vita a un'iniziativa intitolata "Virtual Hallucination", per studiare i disturbi associati alla schizofrenia (Aldhous, 2006). Il Dartmouth College ha invece creato una simulazione per addestrare il personale a reagire in modo adeguato a situazioni di crisi (Terdiman, 2006). Un altro progetto prevede il ricorso alla simulazione per il trattamento di soggetti che soffrono della sindrome di Asperger (Silverstein, 2005).

¹⁶ Per ulteriori informazioni, cfr. Edward Castronova (2005) e Julian Dibbell (2006).

¹⁷ Ulteriori informazioni sono disponibili all'indirizzo: <http://secondlife.com/education>.

In aggiunta alla dimensione didattica e terapeutica, va segnalato anche l'uso di *Second Life* come strumento filantropico. Nel 2005, l'American Cancer Society, l'associazione americana per la cura contro il cancro, ha organizzato un evento al fine di raccogliere donazioni per la ricerca all'interno di *Second Life*. In un giorno ha racimolato quello che normalmente richiederebbe diverse settimane in una piccola cittadina americana (Rosedale, 2006).

Come abbiamo sottolineato, la comunità degli utenti di *Second Life* svolge una cospicua opera di creazione¹⁸. De facto, essi producono la stragrande maggioranza dei contenuti di questo mondo sintetico, con una libertà d'azione che supera largamente quella della serie di *The Sims* (EA, 2000-), il cui successo commerciale dipende in larga parte dall'attività dei fans (Bittanti & Flanagan, 2003)¹⁹. Secondo Linden Lab, inoltre, per ottenere risultati ancora più sofisticati circa il 15% degli utenti si servono di linguaggi di programmazione in C anzichè limitarsi ai tool messi a disposizione dai progettisti. Questa attività di programmazione ammonta a oltre 2.5 milioni di linee di codice alla settimana e ha prodotto finora qualcosa di 12.000 *scripts* differenti. Questa prassi creativa è cospicua, spontanea e sostanzialmente anarchica. I rappresentanti di *Second Life* amano descriverla attraverso una retorica tecno-utopistica. Per esempio, Ondrejka sostiene che grazie alle competenze acquisite in *Second Life*, gli utenti possono costruire un 'mondo migliore': "The powerful realization is that these skills are real and transfer back into the real world. Residents are not just building a world; they're building a better world and better people" (2005: 15).

L'efficacia partecipativa degli utenti si estende anche alla struttura legislativa di *Second Life*. Per esempio, le proteste organizzate degli 'abitanti' hanno spinto gli amministratori ad eliminare il sistema di tassazione inizialmente predisposto per regolamentare le transazioni economiche²⁰. Questo episodio attesta la capacità dell'uomo comune (De Certau, 2001) di imporsi sulle istituzioni per mezzo dell'applicazione di tattiche *ad hoc*. Un altro aspetto di grande interesse riguarda le conseguenze inaspettate dell'attività degli utenti, la cui portata spazia dall'innocuo al dirompente. Per esempio, dei buontemponi hanno introdotto nel gioco l'*escamotage* del 'rapimento alieno' – capita a volte che gli ignari visitatori vengano rapiti per qualche secondo da presunti marziani e ricondotti nel mondo di *Second Life* dopo aver ricevuto in dono una maglietta con la scritta beffarda: "sono stato rapito dagli alieni e tutto quello che ci ho

¹⁸ Tale attività non è peculiare di *Second Life*, nè degli MMOG in quanto tali, ma riguarda la dimensione ludica in quanto tale. Si veda, per esempio, Anne-Marie Schleiner (1999), Lev Manovich (2002), Henry Jenkins (2003), Andrew Mactavich (2003) e Olli Sotamaa (2003).

¹⁹ Non a caso, il successore di *The Sims*, *Spore*, utilizza un sistema di generazione dei contenuti simile a quello di *Second Life*. Per ulteriori informazioni: <http://www.spore.com/>.

²⁰ Nella fattispecie, gli utenti davano fuoco ai loro avatar nell'area di ingresso, scoraggiando le matricole e i nuovi visitatori a prendere parte alla simulazione. Per ulteriori dettagli vedi James Grimmelmann (2003).

guadagnato è questa squallida t-shirt” (Rosedale, 2006). Un secondo esempio di produzione emergente di contenuti (Johnson, 1999) riguarda l’introduzione di oggetti quali gli aquiloni o gli animali da compagnia, che incorporano dinamiche fisiche e routine di intelligenza artificiale non predisposte dai progettisti. Meno piacevoli, per gli amministratori, sono i frequenti attacchi da parte di hacker che creano oggetti capaci di auto-replicarsi, mandando in crash il sistema. *Second Life* è dunque un complesso ecosistema, un organismo digitale in continua fluttazione, il che rende problematico un qualsivoglia lavoro di analisi.

2. *Second Life* come piattaforma partecipativa

Prima di procedere, è opportuno definire alcune nozioni che utilizzeremo nella seconda parte di questo saggio: prima vita, seconda vita, terza vita e agenzia. Definiamo “prima vita” la dimensione concreta, non digitale, di un soggetto, comunemente detta “vita reale”. È l’insieme delle pratiche sociali di un soggetto che si realizzano ‘offline’. Per “seconda vita” intendiamo invece riferirci all’operato di un avatar in *Second Life*. Tale attività si svolge all’interno di un dominio digitale di simulazione. Definiamo infine terza vita l’insieme di attività di un soggetto agente in *Second Life attraverso* un avatar. Tale individuo presenta le caratteristiche del cyborg. Si tratta infatti di un soggetto potenziato attraverso estensioni e protesi analogiche e digitali, quali l’avatar, il computer, la tastiera e il monitor. La terza vita non è la semplice somma delle precedenti: è la risultante dell’interazione tra le due. Un soggetto che sperimenta pratiche di terza vita interseca simultaneamente due piani di realtà: quello *analogico* (prima vita) e quello *digitale* (seconda vita), dando luogo a una singolare dialettica di presenza/assenza. Preferiamo distinguere tra diverse declinazioni esistenziali del soggetto anziché ricorrere alla dicotomia tra reale e virtuale che giudichiamo priva di senso, equivoca e fuorviante. Il termine ‘virtuale’, infatti, depaupera di senso e di coerenza le azioni degli utenti, subordinandole – dal punto di vista ontologico, fenomenologico e assiologico – a quelle che si realizzano nella dimensione concreta. La stessa dimensione ‘tangibile’, inoltre, presenta un considerevole numero di aspetti del tutto ‘virtuali’. Come scrive Julian Dibbel (1999):

Socio-political reality is not that different, finally, from the virtual kind, and [...] a human being never inhabits a physical landscape, without also inhabiting its ghostly abstract counterpart – the geography of language, law, and fantasy we overlay, collectively, on everything we look at (74).

È nostra opinione che non vi sia nulla di irreali nelle prassi che si realizzano sullo schermo – come nella realtà, il soggetto ricorre a sistemi simbolici per interagire con gli altri. In

entrambi i casi, questi sistemi sono arbitrari, convenzionali, relativi. Il senso non è intrinseco alla materia – atomica o digitale – ma è sempre un costrutto socio-culturale. L'identità, a sua volta, non è intrinseca alla materia, ma si distribuisce attraverso una pluralità di testi, pratiche e processi, dalla messaggistica digitale alle azioni degli avatar in *Second Life*.

Un'altra nozione chiave è quella di agenzia, dall'inglese *agency*. Janet Murray (1997: 126) la definisce in questi termini:

Agency is the satisfying power to take meaningful action and see the results of our decisions and choices [...] however, we do not usually expect to experience agency within a narrative environment. Even in the rare circumstances when we are invited to participate in a traditional narrative form, our participation is circumscribed in a way that generally limits our sense of agency (126).

Per *agenzia* intendiamo l'esercizio della capacità di intervento di un soggetto all'interno di un determinato contesto²¹ (di tipo non narrativo). Tale esercizio è gratificante nella misura in cui l'azione intrapresa è significativa. Nella fattispecie, il soggetto gode del risultato delle proprie iniziative all'interno di uno spazio reattivo, non inerte – per esempio, la “vita reale” o una simulazione ludica.

Un'analisi approfondita dell'agenzia all'interno di *Second Life* trascende gli obiettivi di questo saggio. In questa sede preferiamo concentrarci su un singolo aspetto dell'agenzia, ovvero la possibilità di creare oggetti, strutture e infrastrutture nello spazio digitale. Come abbiamo già precisato, il successo – per non dire l'esistenza stessa – di *Second Life* dipende in massima parte dall'attività di produzione dei fruitori, i quali svolgono la funzione di co-creatori del ‘testo’. In questo senso, gli utenti di *Second Life* non sono semplici consumatori, ma *fan*, ossia consumatori particolarmente attivi, che partecipano alla costruzione dei testi che consumano. Per Fiske (1989), il *fandom* costituisce una forma ‘intensificata’ di *popular culture* e il fan rappresenta un ‘lettore eccessivo’ (32). Questa componente di ‘eccesso’ si riferisce, per esempio, alla tendenza del fan a consumare in modo ‘profondo’ alcuni artefatti culturali. Tale fruizione diventa, in molti casi, ampliamento, estensione e co-produzione degli artefatti stessi. In *Television Culture* (1987), John Fiske osserva che la fusione tra “performer e fan all'interno di una comunità produttiva riduce la tradizionale “distanza tra l'artista e l'audience, trasformando il testo in un evento, non in un oggetto d'arte” (40).

Secondo Fiske, l'attività produttiva dei fan si articola in tre direzioni: *semiotica*, *enunciativa* e *testuale*. A un primo livello, i fans – e, più in generale i consumatori di testi –

²¹ La nozione di ‘agenzia’ è specifica di media elettronici come i videogame e i mondi digitali, non per media narrativi come il cinema o la letteratura.

producono senso a partire dalle risorse culturali veicolate dall'artefatto culturale (37). Si tratta di una prassi essenzialmente individuale, soggettiva: quando i significati vengono condivisi a livello collettivo – attraverso una conversazione diretta o mediata – si realizza invece una produzione di tipo enunciativo. Un terzo livello di produzione del fandom è di tipo *testuale* e riguarda tutti quei testi fatti circolare all'interno di uno specifico contesto (39). *Second Life* incoraggia questi tre livelli di produzione, privilegiando tuttavia il terzo. Gli utenti/fans, infatti, ammobiliano gli spazi digitali attraverso il loro operare, un operare – lo ribadiamo – spontaneo, libero e, in massima parte, auto-gestito. Le tre categorie presentano differenti livelli di complessità²² e sono, de facto, tre stadi di un processo lineare.

Le osservazioni di Fiske sul *fandom* sono state successivamente elaborate ed ampliate, tra gli altri, da Henry Jenkins (1992, 2003, 2006). Il direttore del programma in Comparative Media Studies del MIT di Boston ha investigato a lungo le comunità dei fans della narrativa fantascientifica (*sci-fi*) e dei videogiochi. Per Jenkins, i fans costituiscono una forma di audience peculiare: “sono consumatori che inoltre producono, lettori che inoltre scrivono, spettatori che inoltre partecipano” (1992: 208). Essi costituiscono una comunità interpretativa particolarmente attiva, caratterizzata da dinamiche di consumo dei testi che prevede la loro “traslazione in altri tipi di attività culturale e sociale” (210). La comunità fans costituisce un “mondo dell'Arte” (Becker, 1984), un “network di collegamenti di tipo cooperativo” tra le istituzioni che si occupano della produzione, distribuzione, consumo, interpretazione e valutazione di artefatti mediali o artistici. Infine, essi rappresentano un modello alternativo di comunità sociale, geograficamente distribuito, ma fondato su interessi comuni. Inoltre, secondo Jenkins,

What fandom offers is a community not defined in traditional terms of race, religion, gender, region, politics, or profession, but rather a community of consumers defined through their common relationship with shared texts. Fans view this community in conscious opposition to the mundane world inhabited by non-fans, attempting to construct social structures more accepting of individual difference, more accommodating of particular interests, and more democratic and communal in their operations (Jenkins, 1992: 213).

In cosa consiste la produzione del fandom? Secondo Jenkins (1992), i fans creano ‘significati e interpretazioni’, ‘opere d'arte ‘comunità’ e ‘identità alternative’. *Second Life* si regge su una “fan community” particolarmente dinamica. Come abbiamo visto, i residenti svolgono simultaneamente il ruolo di produttori e consumatori di un meta-testo che incoraggia la socializzazione e l'interazione sociale. Gli utenti-fans di *Second Life* sono, allo stesso tempo,

²² Chiaramente, la produzione testuale presuppone cospicue risorse tecniche e temporali ed è pertanto la più complessa.

architetti e residenti, imprenditori e visitatori. Nello specifico, tale produzione si articola su tre piani: sociale, culturale ed economico.

Per *produzione sociale* ci riferiamo al network di interazioni che s'instaura tra gli amministratori/service provider (Linden Lab) e gli utenti stessi, i quali a loro volta diventano *content provider* a tutti gli effetti. Questa relazione è di tipo verticale e gerarchico: è definita economicamente e legalmente attraverso la stipulazione di un contratto. Gli amministratori sorvegliano il mondo sintetico, limitando al minimo gli interventi. Sono 'dittatori benevolenti', che in qualunque momento possono espellere dal paradiso digitale coloro che violano l'etichetta, le regole condivise dai membri della comunità. Alcune di queste regole sono imposte dall'alto, mentre altre sono frutto di una negoziazione tra utenti e amministratori.

Una seconda relazione, di tipo orizzontale, si viene a creare tra gli utenti di *Second Life*, i quali interagiscono tra di loro a livello *intratestuale* (ovvero all'interno del mondo sintetico) ed *extratestuale* (e-mail, forum, wiki, siti, blog, podcast, incontri *vis-a-vis*, etc.). A loro volta, gli amministratori del programma, pur svolgendo il ruolo di supervisori, sono contemporaneamente abitanti e quindi utenti, in quanto abitano in forma vicaria il mondo digitale per mezzo dei loro avatar. A sua volta, l'utenza di *Second Life* è stratificata: le attività, i ruoli e l'influenza dei soggetti variano enormemente. Non solo: all'interno di questo mondo, essi possono svolgere molteplici funzioni, dall'esplorazione alla costruzione, dalla compravendita all'educazione²³.

La produzione culturale è sia interna che esterna. Nel primo caso, riguarda il corpus di oggetti, scripts, gesti, palazzi e manufatti prodotti all'interno di *Second Life*. Definiamo tale produzione "culturale" in quanto ogni oggetto è iconograficamente e ideologicamente connotato. La produzione culturale esterna si riferisce ai testi e ai discorsi sviluppati su/a partire da *Second Life*: dai siti di informazione ai saggi critici, dai blog ai video musicali e machinima.

La produzione economica si svolge prevalentemente all'interno di *Second Life* e riguarda il florido commercio di oggetti e servizi. L'impossibilità di importare in *Second Life* oggetti creati al di fuori di questa piattaforma riduce considerevolmente l'interscambio economico tra la prima e la seconda vita. Va da sè che tra le due sussiste una grande permeabilità: non a caso, Edward Castronova (2005) definisce i mondi sintetici come delle 'membrane' tra la dimensione del reale tangibile e quella digitale.

3. Studiare *Second Life*

Per quanto sintetica, questa introduzione ha lo scopo di portare in primo piano la complessità di *Second Life*. La natura ibrida, fluida e stratificata di questo contesto di interazione si presta a

molteplici investigazioni. In questo paragrafo vogliamo indicare alcuni possibili percorsi di analisi:

3.1 Analisi economica. Un'aspetto di *Second Life* che merita un approfondimento è la dimensione economica. Per esempio, Hof (2006) sottolinea che un numero crescente di aziende si servono di *Second Life* come piattaforma di sperimentazione di nuove forme di produzione, distribuzione e consumo delle merci:

A consortium of corporate training folks from Wal-Mart Stores (WMT), American Express (AXP), Intel (INTC), and more than 200 other companies, organized by learning and technology think tank The MASIE Center in Saratoga Springs, N.Y., is experimenting inside *Second Life* with ways for companies to foster more collaborative learning methods (44)

Altri brand, come Coca-Cola, usano *Second Life* per fini di *product placement*. Come vengono declinate le nozioni di domanda e offerta in uno spazio digitale di questo tipo? Come si misura il 'valore' di un servizio, di una risorsa o di una merce all'interno di *Second Life*? Quali sono gli interscambi tra l'economia della prima e della seconda vita? Su quelli leggi si fonda un mercato in cui le merci possono essere copiate e trasferite a costo zero? Un'approfondita investigazione delle componenti mercantili dei mondi virtuali è stata condotta, tra gli altri, da Castronova (2001, 2003, 2005), Julian Dibbell (2006) e Thomas Malaby (2006) a cui rimandiamo tutti i lettori interessati.

3.2 Analisi sociologica. Un secondo aspetto affascinante riguarda le relazioni sociali che si svolgono all'interno di questo mondo. Uno studio approfondito di questa componente richiederebbe un'investigazione di tipo etnografica, basata su un'osservazione situata e prolungata nel tempo. Infatti, oltre ai benefici economici, gli utenti che creano oggetti e servizi all'interno di *Second Life* accrescono la loro influenza, competenza, e reputazione²⁴ all'interno delle comunità, svolgendo il ruolo di 'saggi' del villaggio. Trattandosi di uno spazio che, per definizione, è sempre in fieri, transeunte e cangiante, la condivisione delle risorse tra i vari utenti e il capitale sociale che producono rappresenta un aspetto centrale. Un eccellente studio sulle pratiche sociali nei mondi virtuali è *Play Between Worlds: Exploring Online Game Culture* di

²³ Per ulteriori dettagli vedi Thomas Malaby (2006: 145-147).

²⁴ Un certo numero di residenti "veterani" quali Catherine Omega, Cubey Terra, Marilyn Murphy, Eggy Lippmann and the Midnights, Cristiano, Chip, Torrid e Mistress rappresentano dei veri e propri punti di riferimento di una comunità in costante espansione.

T.L. Taylor (2006) su *EverQuest*, mentre la ricercatrice britannica Aleks Krotoski²⁵ sta investigando nello specifico *Second Life*.

3.3 Analisi architettonica. Parimenti affascinante è la componente architettonica del mondo digitale. Un'analisi ad hoc potrebbe concentrarsi su istanze di carattere spaziale, tentando di mettere a fuoco le dinamiche sottese alla strutturazione degli spazi di *Second Life*. Sul piano strutturale e cognitivo, *Second Life* può essere considerato l'erede digitale dei palazzi della memoria e dei teatri della sapienza del Rinascimento. Com'è noto, nel Rinascimento l'arte della mnemonica conosce una sorprendente fioritura, come attestano i trattati dei principali intellettuali dell'epoca, da Giovanni Pico della Mirandola a Marsilio Ficino fino a Giordano Bruno. Inoltre, una delle grandi sfide del Rinascimento è la costruzione di macchine capaci di automatizzare le prassi di archiviazione e recupero delle informazioni. Un esempio è il celebre Teatro della Memoria del letterato e filosofo Giulio Camillo Delminio (1484-1544), descritto nell'opera *L'idea del Teatro* (1550), ma mai realizzato se non sotto forma di prototipo di legno. Il modello di Camillo era strutturato secondo il modello vitruviano del teatro, suddiviso in ordini e gradi in cui erano sistemati i vari luoghi del sapere, con figure dipinte e scatole contenenti oggetti che richiamavano alla memoria luoghi, situazioni ed idee. Al gesuita Matteo Ricci (1552-1610) va riconosciuta la progettazione dei Palazzi della Memoria (1596). Simile al teatro camilliano, il Palazzo della Memoria era del tutto congeniale alla cultura cinese, il cui linguaggio basato su ideogrammi rendeva esplicita l'associazione tra l'immagine e l'idea. *Second Life* riprende e aggiorna le intuizioni di Camillo e Ricci, in quanto è costruito come un sistema architettonico che custodisce e struttura l'insieme delle conoscenze della comunità di utenti. *Second Life* è uno spazio tridimensionale all'interno del quale sono archiviate un grande numero di informazioni sotto forma di documenti, immagini, collegamenti ipertestuali, video in streaming. Attraversare i luoghi sintetici di *Second Life* equivale ad un esercizio di mnemotecnica esattamente come nell'opera di Ricci, in cui i collegamenti tra idee ed immagini potevano essere creati e percorsi *fisicamente* tramite una efficace navigazione attraverso tutto lo scibile umano²⁶.

3.4 Analisi tecnica. Un'altra possibilità di investigazione riguarda la componente squisitamente tecnica di *Second Life*, con particolare attenzione alle interfacce, ai sistemi di simulazione fisica, agli *script* e ai *tool*. Esempio paradigmatico del modello Web 2.0, *Second Life* può interfacciarsi direttamente con la rete e sfruttare applicazioni quali browser interni, lettori RSS, streaming audio

²⁵ Per ulteriori informazioni: <http://www.surrey.ac.uk/~psp1ak/>.

²⁶ L'analogia tra *Second Life* e il Teatro della Memoria è stata suggerita, tra gli altri, da Philip Rosedale (2006).

e video. Gli utenti scrivono degli script *ad hoc* e costruiscono oggetti per rendere possibili gli usi più svariati dello spazio sintetico, dalle biblioteche alle discoteche. La televisione britannica BBC, per esempio, ha inaugurato nel 2005 la trasmissione di un servizio di informazione all'interno del mondo sintetico. Un'analisi tecnica potrebbe illuminare il rapporto che sussiste tra i progettisti del gioco e gli utenti in termini di negoziazione delle risorse, competenze e dinamiche di interazione.

3.5 Analisi fenomenologica. Un approccio di questo tipo riguarda le prassi di fruizione da parte degli utenti. È un'interpretazione soggettiva che utilizza un metodo di ricerca di tipo qualitativo, non replicabile né generalizzabile. L'utilità di tale approccio dipende ovviamente dalla perspicacia del ricercatore ed è orientata a portare in primo piano le caratteristiche sui generi dei mondi sintetici, ma anche quelle che riproducono aspetti della prima vita. Per esempio, in aggiunta all'attività di produzione, una delle modalità di fruizione privilegiate è l'*esplorazione*. Al pari di altri mondi virtuali, *Second Life* rappresenta una destinazione esotica per decine di migliaia di navigatori della rete (Wallace, 2005; Gerosa e Pfeiffer, 2006). Nel saggio "Traveling Through Cyberspace: Tourism and Photography in Virtual Worlds" (2003), Betsy Book esamina la nozione di turismo nel ciber spazio, con particolare attenzione per *Second Life*, che viene esplicitamente paragonato a un luogo di villeggiatura. Scrive Book:

Vacation/holiday themes are so abundant even the most casual visitor is sure to notice the preponderance of travel-related imagery. Common travel references include visitor information booths, reproductions of famous landmarks, guided world tours, sweeping scenic views, and even tourist outfits for avatars (par. 3).

Un'analisi di tipo fenomenologico potrebbe fare luce sulle ragioni che spingono milioni di individui a privilegiare le vite seconde rispetto alle vite prime.

3.6 Analisi ludologica. Questo approccio privilegia le dinamiche squisitamente ludiche di *Second Life*, esaminando gli aspetti che rendono questa applicazione simile a un videogioco. Per esempio, uno dei passatempi più diffusi all'interno di *Second Life* è un gioco chiamato *Tringo*, che fonde assieme alcune caratteristiche del bingo e del videogame *Tetris*. *Tringo* è stato creato dal trentunenne programmatore australiano Nathan Keir, il cui alter ego è Kermitt Quirk. Keir ha venduto i diritti del gioco a Nintendo, che ha introdotto una versione *ad hoc* per Game Boy Advance (Hof, 2006). Un'altra versione del gioco è prevista per i telefoni cellulari. Per un'analisi prettamente ludologica dei mondi virtuali vedi Bartle (2003).

4. Conclusione

In questo breve saggio abbiamo tentato di illustrare alcuni aspetti di *Second Life*, fornendo alcune nozioni e suggerendo alcuni percorsi ermeneutici. La natura *in fieri* di un testo che, per definizione, non conosce “chiusure” ma è continuamente e infinitamente riconfigurabile dagli utenti rappresenta una sfida notevole per un’investigazione accademica.

In questo senso, *Second Life* rappresenta un esempio paradigmatico dell’era digitale, un’era che richiede nuovi strumenti analitici, approcci e cornici teoriche. Un’era che l’*Economist* (2006) definisce “rivoluzionaria”²⁷. Un’era marcata da forme di consumo partecipativo che stanno mettendo in discussione gli assetti produttivi tradizionali.

²⁷ Nello speciale dell’*Economist* (2006), “Among the audience. A survey of new media”, *Second Life* viene descritto come “apripista di un fenomeno molto più ampio”, capace di ridefinire lo status quo mediale.

Bibliografia

- Aldhous, Peter (2006) "Illness simulators boost medical empathy", *The New Scientist*, 16 aprile disponibile online: <<http://www.newscientist.com/channel/health/mg19025466.400-illness-simulators-boost-medical-empathy.html>>
- Bartle, Richard (2003) *Designing Virtual Worlds*, Indiana: New Riders Publishing.
- Becker, Harold (1984) *Art Worlds*, Berkeley: University of California Press (trad. it. *I mondi dell'arte*, Il Mulino, Bologna, 2004).
- Bittanti Matteo & Flanagan, Mary (2003) *The Sims. Similitudini, Simboli & Simulacri*, Milano: Edizioni Unicopli.
- Castronova, Edward (2005) *Synthetic Worlds: The Business and Culture of Online Games*, Chicago: University of Chicago Press.
- Castronova, Edward (2003) "On Virtual Economies", *Game Studies*, n. 3, vol. 2, disponibile online: <<http://www.gamestudies.org/0302/castronova>>.
- Castronova, Edward (2001) "Virtual Worlds: A First-Hand Account of Market and Society on the Cyberian Frontier", CESifo Working Paper n. 618, disponibile online: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=294828>.
- Craig, Kathleen (2006) "Making a Living in Second Life", *Wired News*, 8 febbraio, disponibile online: <http://www.wired.com/news/technology/0,70153-1.html?tw=wn_story_page_next1>
- N.D. (2006) "Among the audience. A survey of new media", *The Economist*, April 22.
- De Certau, Michel (2001) *L'invenzione del quotidiano*, Roma: Edizioni Lavoro.
- Dibbell, Julian (2006) *Play Money: Or, How I Quit My Day Job And Struck It Rich in Virtual Loot Farming*, New York: Perseus Books Group.
- Dibbell, Julian (1998) *My Tiny Life. Crime and Passion in a Virtual World*, New York: Holt.
- David Gelernter (1992) *Mirror Worlds : or the Day Software Puts the Universe in a Shoebox...How It Will Happen and What It Will Mean*, Oxford: Oxford University Press.
- Entertainment Software Association (2005) "Essential Facts About The Computer and Video Game Industry", accessibile online: <<http://www.theesa.com/files/2005EssentialFacts.pdf>>.
- Fiske, John (1987) *Television Culture*, London: Methuen.
- Fiske John (1989) *Understanding Popular Culture*, Boston: Unwin Hyman.
- Fulco, Ivan (2006) "Second Life: Sesso e prostituzione, ma solo per gioco", *La Stampa*, 13 aprile, disponibile online: <http://www.lastampa.it/cmstp/rubriche/girata.asp?ID_articolo=36&ID_blog=35&ID_sezione=50>.
- Gerosa, Mario & Pfeiffer, Aurelien (2006) *Mondi virtuali*, Roma: Castelvecchi.
- Grimmelmann, James (2003) "On Second Life Tax Revolt", 21 dicembre, disponibile online: <<http://research.yale.edu/lawmeme/modules.php?name=News&file=article&sid=1222>>.
- Hof, Rob (2006) "My Virtual Life", *Business Week*, 18 aprile, disponibile online: <http://www.businessweek.com/magazine/content/06_18/b3982001.htm?chan=tc&chan=technology_technology+index+page_today%27s+top+stories>

- Jenkins, Henry (2006) *Fans, Bloggers, And Gamers*, New York: New York University Press.
- Jenkins, Henry (2003), "Interactive Audiences? The 'Collective Intelligenc' of Media Fans", disponibile online: <<http://web.mit.edu/21fms/www/faculty/henry3/collective%20intelligence.html>>
- Jenkins, Henry (1992) *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, London: Routledge.
- Johnson, Stephen (1999) *Emergence: The Connected Lives of Ants, Brains, Cities, and Software*, New York: Scribner (trad. it. *La nuova scienza dei sistemi emergenti. Dalle colonie di insetti al cervello umano, dalle città ai videogame e all'economia, dai movimenti di protesta ai network*, Garzanti Libri, Milano, 2004).
- Mactavish, Andrew (2003) "Game Mod(ifying) Theory: The Cultural Contradictions of Computer Game Modding", presentazione, Power Up: Computer Games, Ideology, and Play conference, Bristol, 14-15 luglio.
- Malaby Thomas (2006) "Parlaying Value: Capital in and Beyond Virtual Worlds", *Games & Culture*, Vol. 1, N. 2, aprile, pp.141-163.
- Manovich, Lev (2002), "Models of Authorship in New Media". disponibile online: <http://www.manovich.net/DOCS/models_of_authorship.doc>
- Morningstar, Chip & Farmer, Randy (1990) "The Lessons of Lucasfilm's Habitat", disponibile online: <<http://www.fudco.com/chip/lessons.html>>
- Murray, Janet (1997), *Hamlet on the Holodeck*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Ondrejka, Cory (2005) "Changing Realities. User Creation, Communication, and Innovation in Digital Worlds", 19 gennaio, Themis Group, disponibile online: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=799468>
- Ondrejka, Cory (2006) "Web 3.0", presentation, O'Reilly Emerging Technology Conference, San Diego, California, 7 marzo 2006.
- Schleiner, Anne-Marie (1999), "Parasitic Interventions: Game Patches and Hacker Art", disponibile online: <<http://www.opensorcery.net/patchnew.html>>
- Silverstein (2005) "A World Where Anything Is Possible", *ABC News*, 9 agosto, disponibile online: <<http://abcnews.go.com/Technology/FutureTech/story?id=1019818&page=1>>
- Sotamaa, Olli (2003) "Computer Game Modding, Intermediality and Participatory Culture", disponibile online: <http://old.imv.au.dk/eng/academic/pdf_files/Sotamaa.pdf>
- Stephenson, Neal (1992) *Snow Crash*, New York: Spectra.
- Rosedale, Philip (2006) "You Can(not) Be Serious", presentazione, Game Developers Conference, San Jose, California, 20 marzo 2006.
- Taylor, T.L. (2006) *Play Between Worlds: Exploring Online Game Culture*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Terdiman, Daniel (2006) "Making big bucks in 'Second Life'", *CNET News*, 4 aprile, disponibile online: <<http://news.cnet.co.uk/gamesgear/0,39029682,49260992,00.htm>>.
- Vinge, Vernor (1982) *True Names*, New York: Tor Books (trad. it., *Il vero nome*, Milano, Edizioni Nord, 2003).
- Wallace, Mark (2005) "A Virtual Holiday in the Virtual Sun", *The New York Times*, 28 ottobre, Disponibile online: <<http://www.nytimes.com/glogin?URI=http://www.nytimes.com/2005/10/28/travel/escapes/28virtual.html>>

