

Mp3, vinili e HiFi

Tecnologie, pratiche e utenti della cultura sonora

di Paolo Magaudda

1. Introduzione

La *cultura sonora* e il suo ruolo nel mondo contemporaneo costituiscono un ambito di indagine relativamente recente nel campo degli studi sociali e culturali. Se varie e differenti discipline hanno affrontato, ciascuna dal suo punto di vista, il nesso tra suono e società, tale questione è tuttavia rimasta, come ha evidenziato Jonathan Sterne, un oggetto di studio privo di coerenza e afflitto da un'estrema frammentazione concettuale (Sterne, 2003b, p. 4). Anche in Italia, pur di fronte ad una pratica – quella dell'ascolto musicale – che interessa circa quaranta milioni di italiani, le scienze sociali e culturali hanno relegato il mondo dei suoni a oggetto di indagine solamente sporadico e marginale (Santoro, 2002). Eppure, una maggiore attenzione verso la cultura sonora sarebbe più che giustificata. A partire dalla metà del XVIII secolo il suono e l'ascolto, sia come categorie concettuali che come oggetti materiali, sono diventate questioni sempre più complesse e intricate. La possibilità offerta dai primi fonografi alla fine dell'Ottocento di registrare e riprodurre il suono rappresenta solamente uno dei punti di snodo di più profonde trasformazioni che hanno visto intrecciarsi nel corso dell'ultimo secolo fattori sociali, culturali e, naturalmente, tecnologici.

Le trasformazioni sociali e culturali legate all'evoluzione della «musica riprodotta» possono infatti essere inquadrare in un processo segnato dalla continua necessità degli individui di costruire attorno al suono e all'esperienza dell'ascolto un insieme di pratiche «extramusicali», sia materiali che discorsive, finalizzate a colmare la mancanza di autonomia semantica che caratterizza l'*auralità* dei media sonori (Symes, 2004, p. 245). La cultura sonora si presenta quindi come un ambito di particolare interesse, non solo in quanto questione autonoma ricca di molteplici sfaccettature, ma anche come un crocevia in cui gli oggetti materiali e l'agire individuale diventano anche il punto di contatto tra la generazione delle pratiche sociali e la struttura materiale e simbolica del mondo che ci circonda. Gli oggetti materiali che mediano il sonoro e le pratiche che attorno ad essi vengono elaborate dai soggetti rappresentano, per questa ragione, anche

una sfera privilegiata per fare luce sui processi pragmatici dell'agire umano, portando al centro dell'analisi culturale il concetto di «pratica», ovvero il «tipo di comportamento ordinario che consiste di vari elementi interconnessi l'un l'altro: forme di attività fisiche e mentali, le cose e i suoi usi, un sapere di base costituito dalle conoscenze, dal saper fare, dalle emozioni e dalle motivazioni» degli individui (Reckwitz, 2002, p. 249)¹.

Le pratiche sonore, e quelle musicali tra queste, prendono dunque forma anche a partire dal rapporto degli individui con gli oggetti materiali e in particolare, aggiungiamo noi, con gli oggetti tecnici. In questo contributo intendiamo in particolare soffermarci sul ruolo di tali oggetti e sul rapporto fra questi ultimi e gli attori sociali nel processo di definizione delle pratiche culturali legate al mondo della musica. In una prima parte introduttiva presenteremo alcuni aspetti generali del rapporto tra musica, tecnologie e pratiche culturali. Successivamente guarderemo al mondo dell'ascolto musicale e, in particolare, ad alcuni aspetti che caratterizzano il rapporto tra ascoltatori e tecnologie musicali. Partendo dalle riflessioni elaborate all'interno dell'approccio della «costruzione sociale della tecnologia» o meglio, nel suo acronimo inglese, SCOT (Pinch e Bijker, 1984; Bijker *et al.* 1987; Bijker, 1995), dell'*actor-network theory* (Latour, 1987; Woolgar, 1991; Akrich, 1992) e degli studi sui processi di consumo, presenteremo quindi alcuni primi risultati di una ricerca in corso, basata su interviste qualitative con ascoltatori e sull'analisi di documenti, e mostreremo come il rapporto tra utenti e oggetti tecnici costituisca una chiave di interpretazione per comprendere l'evoluzione delle pratiche e delle culture dell'ascolto.

2. La complessità del paesaggio sonoro contemporaneo tra cultura e tecnologie

Il rapporto tra società e suono ha subito nel corso della storia umana significative trasformazioni. Jacques Attali (1977) suggestivamente individua nel suo ormai classico libro *Rumori* quattro distinti periodi di esistenza del suono nella storia umana contraddistinti da quattro differenti concetti: il *sacrificio*, la *rappresentazione*, la *riproduzione* e la *composizione*. Queste differenti fasi appaiono, nella ricostruzione di Attali, come implicitamente generate dalle nuove tecnologie che si sono di volta in volta susseguite e che hanno segnato in un primo tempo il passaggio da una società rituale e orale ad un mondo in cui la scrittura e la notazione musicale hanno permesso di oggettivare la musica. Successivamente, grazie al fonografo, il suono ha vissuto il passaggio a «musica riprodotta»

¹ Negli ultimi anni il concetto di «pratica» è stato oggetto di un crescente interesse sia a livello di teoria generale (Schatzki *et al.*, 2001), sia in ambiti specifici come gli studi organizzativi (Orlikowski, 2002), gli studi sul consumo (Warde, 2005) e i *mass media studies* (Couldry, 2004).

destinata a una società di massa. E, infine, noi stessi oggi assistiamo al processo di digitalizzazione del suono che agevola la riappropriazione da parte dell'ascoltatore delle fasi più creative e compositive della musica². Volendo allargare la nostra prospettiva, possiamo soffermare l'attenzione sulla radicale trasformazione del paesaggio sonoro come conseguenza dello sviluppo delle società industriali. Questa problematica ha costituito la principale preoccupazione che spinse il compositore canadese Murray R. Schafer a promuovere, a partire dagli anni Sessanta, il progetto *Soundscape*. L'inquietudine che dominava i pensieri di Schafer riguardava l'aumento dell'inquinamento acustico provocato dal dirompente diffondersi di suoni di tutti i tipi prodotti dalle società industriali e tutto ciò era visto non solo con profonda preoccupazione, ma anche con una connotazione esplicitamente negativa: «Il paesaggio sonoro – scriveva Schafer – sembra avere oramai raggiunto il massimo della volgarità» (1977, p. 13).

Comunque, al di là di giudizi di valore, è evidente come il paesaggio sonoro, unitamente ai meccanismi di diffusione del suono, sia stato caratterizzato da profonde trasformazioni a partire dagli anni in cui Edison doveva ancora inventare la riproduzione fonografica. A partire da allora, infatti, il suono è stato riconcettualizzato, oggettivato, riprodotto, mercificato, industrializzato e, infine, digitalizzato. Questo sviluppo si è strutturato di pari passo con l'evolversi di pratiche, di gusti stratificati e di differenti soggettività che hanno di volta in volta incorporato le varie tecnologie sonore nei contesti della propria vita quotidiana. Riferendoci al grammofono possiamo per esempio notare con Sophie Maisonneuve (2000, 2004) come l'introduzione di tale dispositivo, avvenuta tra la fine del XIX secolo e l'inizio del successivo, abbia coinciso con la ridefinizione dell'ascolto e dell'ascoltatore e dunque delle pratiche culturali legate all'atto di ascoltare la musica. Porre al centro dell'analisi culturale il rapporto tra le tecnologie sonore e le forme di socialità del suono significa dunque riconoscere come «il suono riprodotto sia un suono mediato. Ed è mediato attraverso una tecnologia che richiede ai propri utilizzatori di adattare le proprie *pratiche* musicali e i propri *habitus* in una varietà di modi» (Katz, 2004, p. 2). In particolare, gli ultimi venticinque anni sono stati caratterizzati – come dicevamo – dal processo di digitalizzazione del suono che già sembra avere profondamente ridefinito i modi di produrre, scambiare e consumare musica. Queste recenti trasformazioni sono state interpretate con toni a volte forse eccessivamente entusiasti, come nel caso del musicologo Timothy Taylor che ha definito la digitalizzazione del suono come «la più fondamentale trasformazione nella storia della musica occidentale almeno dall'invenzione della notazione musicale nel IX secolo» (2001,

² Attali, che scriveva alla fine degli anni Settanta, descriveva l'ultimo periodo, quello della *composizione*, come ancora da venire. E esso sembra per molti versi coincidere con ciò che sta avvenendo oggi in seguito alla diffusione dei software musicali e dello scambio di mp3 attraverso internet (cfr. Taylor, 2001).

p. 3). È evidente tuttavia come il suono, sia nei suoi aspetti tecnici, sia in quelli culturali, abbia assunto l'aspetto di una questione sempre più aperta.

Le pratiche di ascolto sono il risultato di un complesso processo, a volte lineare a volte contraddittorio, in cui le innovazioni tecniche hanno rivestito un ruolo centrale. Proprio per questo, negli ultimi anni gli studi sulle tecnologie hanno individuato nel rapporto tra musica e tecnologie un particolare settore di studio dal carattere multidisciplinare, i *sound studies*, nel tentativo di elaborare una più ampia cornice concettuale. I *sound studies* assumono infatti come proprio oggetto di ricerca quello della «produzione e del consumo materiale della musica, del suono, del silenzio e di come questi aspetti sono cambiati in differenti epoche e in differenti società» (Pinch e Bijsterveld, 2004, p. 636). All'interno del contesto STS (*science and technology studies*) sono state organizzate alcune importanti conferenze su questi argomenti, trasformate successivamente in pubblicazioni, come per esempio l'incontro *Technology and Music* organizzato nel 1996 a Budapest (Braun, 2000) o il più recente *Sound Matters* tenutosi a Maastricht nel 2002 (Pinch e Bijsterveld, 2004). L'interesse sorto nei confronti delle tecnologie sonore nasce dal riconoscimento di questo ambito come una sfera fortemente mediata culturalmente e in cui i significati vengono vissuti e elaborati in modo particolarmente intenso dagli individui. «Bisogna applaudire davanti alla musica prodotta da una macchina?» è per esempio la domanda di partenza di un articolo di Pinch e Bijsterveld (2002), in cui gli autori pongono in rilievo come il mondo materiale delle tecnologie e quello simbolico della cultura interagiscono e si modellano reciprocamente in un processo di mutua influenza.

L'uso delle tecnologie presuppone, infatti, l'adozione e l'appropriazione da parte degli utenti di nuovi oggetti tecnici: l'evoluzione delle tecnologie dipende, insomma, dalla scelta di usare o meno certe tecnologie da parte degli utenti e dalle forme in cui questi nuovi strumenti vengono adattati dagli individui nelle proprie abitudini e nel proprio universo quotidiano. Come ha mostrato Ruth Cowan (1987) in relazione alle tecnologie domestiche, il consumo e le pratiche sociali attorno a cui si strutturano gli usi delle tecnologie diventano dunque uno dei punti di congiunzione per rendere conto delle forme di diffusione sociale delle tecnologie quotidiane³. L'evoluzione delle tecnologie acquista senso a partire dal contesto di uso quotidiano in cui le persone «consumano» concretamente queste tecnologie: esse e i propri utenti si costruiscono reciprocamente in un processo di mutua definizione che prende forma nella concretezza dei bisogni, degli immaginari e delle routine della vita degli individui (cfr. Oudshoorn e Pinch, 2003).

³ Sempre in relazione alle tecnologie domestiche, Elizabeth Shove (2003) ha mostrato come la loro integrazione nelle pratiche di uso quotidiano rappresenti un elemento essenziale per comprendere la complessa struttura di consumo contemporaneo.

Questo rapporto – tra tecnologie e utenti – può essere letto alla luce di una metafora testuale (Woolgar, 1991): per un verso le tecnologie presentano una «sceneggiatura» o uno «script» (Akrich, 1992), ovvero la «prescrizione» di un uso privilegiato nei confronti degli utenti. A loro volta, gli utenti negoziano queste prescrizioni, ne sottoscrivono alcuni aspetti, ma nel contempo ne rifiutano altri⁴. Le tecnologie, come i testi, presentano dunque molteplici possibilità di interpretazione in relazione alle culture e alle pratiche condivise dai propri utilizzatori. La cultura dell'utente, plasmata dalle esperienze, dalle conoscenze e dal contesto di uso, diventa per questo un elemento fondamentale per rendere conto dei differenti usi e significati che le tecnologie assumono nella vita sociale. L'insieme di questi elementi – tecnologie, utenti, pratiche – contribuisce a comporre e definire il *quadro socio-tecnico* (Bijker, 1995) all'interno del quale le tecnologie vengono create e trasformate e in rapporto al quale prendono forma i processi di appropriazione degli oggetti tecnici.

Partendo da questa prospettiva teorica, possiamo adesso prendere in considerazione il rapporto tra pratiche, tecnologie e utenti in relazione ad alcuni specifici oggetti che mediano l'esperienza dell'ascolto musicale. Proponendo alcuni materiali di una ricerca incentrata sugli utenti di tecnologie musicali, analizzerò alcune pratiche e usi che caratterizzano tre differenti oggetti tecnologici: il disco in vinile, l'impianto di alta fedeltà e il formato digitale mp3⁵.

3. Costruire nella pratica l'esperienza dell'ascolto: il disco in vinile e i suoi rituali

Le traiettorie di diffusione dei supporti musicali sono utili indicatori dei cambiamenti negli usi e nelle pratiche degli ascoltatori. La «biografia» sociale del disco in vinile si presenta in questo senso di estremo interesse. Il disco di «vinilite», infatti, fu introdotto nel 1948 e si diffuse come principale medium musicale tra gli anni Cinquanta e gli anni Settanta, per poi essere sostituito alla fine degli anni Ottanta dal compact disc digitale⁶. In seguito, la sua circolazione si è ristretta ad una nicchia della produzione musicale, e tuttavia negli ultimi anni il disco ha mostrato un'inattesa vitalità: i dati dell'industria discografica relativi al 2001, per esempio, facevano registrare un incremento delle vendite di vinili, a fronte di una contrazione generale delle vendite di compact disc e cassette (Nosengo,

⁴ Akrich e Latour (1992) hanno elaborato i concetti di «sottoscrizione», «de-iscrizione» e «antiprogramma» per descrivere i differenti risvolti di questa negoziazione.

⁵ La ricerca, di cui presentiamo qui alcuni dei primi risultati, si basa su un corpus di 35 interviste qualitative realizzate tra l'aprile 2005 e il giugno 2006 con ascoltatori di dischi in vinile, di impianti di alta fedeltà e di musica digitale.

⁶ Per una storia del disco in vinile si vedano Chanan (1995), Millard (1995) e Day (2002).

2003)⁷. Se l'odierna diffusione di vinili nel mercato discografico riguarda principalmente lussuose riedizioni per audiofili, album di musica rock alternativo e dischi destinati ai DJ, è nel mercato dell'usato che la circolazione di vinili si presenta particolarmente viva. Il mercato dell'usato di dischi si articola, infatti, oggigiorno attraverso i negozi di seconda mano, circuiti di fiere mensili⁸ e – negli ultimi anni – attraverso le aste on-line su internet⁹. Il disco in vinile, quindi, dopo essere stato abbandonato dall'industria musicale e sostituito dal tecnicamente più evoluto compact disc, vive nella sfera dell'uso un processo di «ricostruzione» attraverso la sua rielaborazione nelle esperienze degli ascoltatori.

Una sfera rilevante per indagare le ragioni della sopravvivenza del disco in vinile è quella del collezionismo musicale, un'attività ricca di comportamenti peculiari e abitudini a volta maniacali (si vedano, per esempio, Eisemberg, 1987 e Milano, 2003). Lasciando per ora da parte le pratiche estreme dei collezionisti, possiamo invece soffermarci sugli usi più ordinari e quotidiani delle pratiche di ascolto del vinile. Tra i principali aspetti che aiutano a comprendere la rivalutazione dell'uso del disco in vinile, quelli della dimensione materiale di questi oggetti e dei rituali che tale materialità permette di attivare costituiscono delle questioni centrali. È interessante per esempio soffermarsi sull'importanza delle dimensioni fisiche e delle qualità tattili di questa oramai antiquata tecnologia. Per un utilizzatore di vinili la musica acquista significato in particolar modo a partire dalle qualità «paratestuali» (Genette, 1987) che il disco di vinile offre a chi lo maneggia. L'importanza della materialità del disco può diventare lo spunto per ricreare, nel momento dell'ascolto, un particolare contesto di fruizione, grazie per esempio alla consuetudine di esporre e contemplare visivamente la copertina nel momento dell'ascolto, come ci racconta Daniele, uno degli ascoltatori intervistati:

In primo luogo c'è il fatto di fisicità, proprio tattile. Se hai del vinile hai un bel materiale in mano, non è plastica, l'etichetta trasparente, capito? Cose così... inoltre il fatto che hai la copertina e note di copertina: cioè il vinile era curato graficamente. Le copertine sono le stesse sul vinile e sul cd però sul vinile sono grandi così [mima le dimensioni di un vinile], fanno quasi da posterino... il cd è piccolo così [mima le dimensioni del cd], ti fa un effetto strano, quello della plastica... cioè i vinili mi piace anche metterli in mostra, quando li ascolti in camera o in salotto e puoi

⁷ Tra il 2000 e il 2001 i dati di vendita di dischi in vinile hanno sorpreso le stesse industrie discografiche. Mentre i dati riferiti al totale dei supporti presentava un calo del 6,4%, le vendite di vinile aumentavano da 7,000,000 a 7,800,000 (dati RIAA, www.riaa.com).

⁸ Esiste un circuito di mostre mercato del disco usato e da collezione che organizza in forma continuativa fiere in una trentina di città italiane, prevalentemente nel centro e nord Italia.

⁹ Alla fine del 2005 le aste di vinile sul sito di aste on-line E-bay erano circa 160,000 in USA, 133,000 in Gran Bretagna e 10,000 in Italia. Sorprendentemente, il paese con la maggior offerta di vinile è invece la Germania, che faceva registrare oltre 240,000 aste attive (nostra rilevazione, ottobre 2005).

lasciarne qualcuno con la copertina in mostra quasi fosse un *quadretto*.
(intervista nr. 5\A, Daniele, 30 anni).

Le caratteristiche materiali del vinile si presentano dunque all'ascoltatore come risorse utili per generare particolari contesti all'interno dei quali prende forma l'esperienza dell'ascolto. La creazione di un particolare *setting* in cui elaborare l'esperienza dipende dall'esito della collaborazione tra gli oggetti tecnici e i propri utenti. Alcuni aspetti della manipolazione del disco costituiscono, infatti, per l'ascoltatore, peculiari forme di «rituali di passaggio» (Van Gennep, 1909) tra la *routine* quotidiana e il momento dell'«ascolto concentrato». I gesti richiesti dall'uso del giradischi, le prescrizioni che esso propone all'ascoltatore offrono lo spunto per elaborare dei «riti preliminari» che contribuiscono a creare, come racconta Edoardo, un appassionato di musica rock, un particolare senso di «rispetto» per la musica che si ascolta:

[mi piace] il fatto di prendere un vinile e appoggiarlo sul piatto, ascoltarlo... denota un diverso tipo di consumo della musica, [...] è proprio un tipo di *rispetto* che è nei confronti della cosa che vai ad ascoltare molto maggiore, cioè ti siedi, pulisci il tuo vinile, lo metti su, finisce il lato, poi lo rimetti su, ti guardi la copertina, te lo tieni in mano, te lo maneggi (intervista nr. 6\A, Edoardo, 31 anni).

Dobbiamo pensare agli oggetti tecnici come entità eterogenee. Essi sono costituiti dalle proprie caratteristiche fisiche, dalle azioni pratiche che essi richiedono per essere utilizzate e dalle connotazioni culturali che attorno ad essi vengono elaborate. L'interazione tra una tecnologia e l'utente coinvolge dunque anche l'insieme di rappresentazioni sociali di cui gli oggetti tecnici sono ammantati. Nel caso del vinile, la costruzione di nuovi significati culturali attorno al suo uso non riguarda, perciò, solamente la sua dimensione materiale, ma anche la reinterpretazione simbolica da parte dell'ascoltatore del suo valore sociale. Per l'ascoltatore, il *frame* (Goffman, 1974) dell'esperienza dell'ascolto si costruisce anche a partire dall'interpretazione della traiettoria storica di questo artefatto, come ci suggeriscono alcune riflessioni di Carlo, un altro appassionato di vinili:

Il vinile ha sì una settantina di anni... un'ottantina di anni..., ed è una storia che è anche già finita quella del vinile, questo lo fa diventare ancora più vecchio, più antico, ancora più del libro e incredibilmente ancora più del cd. Il cd ha una storia molto più giovane e il cd sinceramente non riesco assolutamente a concepirlo come un prodotto di... in qualche maniera di collezione, non riesco a storicizzarlo... (Intervista nr. 4\A, Carlo, 29 anni).

Le condizioni concrete dell'ascolto non prendono forma solamente a partire dalle motivazioni, dagli stati d'animo, dai gusti culturali degli individui; queste

condizioni sorgono invece anche a partire dalla collaborazione tra gli oggetti, le rappresentazioni culturali e le pratiche messe in atto dagli utilizzatori, all'interno di un processo interattivo che genera nel suo stesso farsi le condizioni specifiche in cui la musica è vissuta dalle persone. Come mostra il successivo esempio, la ritualità «proposta» dal disco, se «accolta» dall'ascoltatore, diventa uno strumento attivo nella gestione dei tempi dell'ascolto:

Il disco è una cosa che ti mantiene l'attenzione, in un certo senso... tu metti un disco, ma non ti puoi scordare di averlo messo, come magari succede con il cd, perché dopo un po' finisce il lato, devi tornare a girarlo... non dura come un cd... magari tu te ne stavi scordando e devi cambiare lato... è come se il disco ti chiede attenzione quando ti stai scordando di avere acceso lo stereo (Intervista nr. 9\A, Iacopo, 28 anni).

Se il vinile è oramai scomparso dai negozi di dischi, ciò non è altrettanto vero per quando riguarda la sua esistenza nel circuito delle rappresentazioni mediali. Non è raro, infatti, incontrare negli ultimi anni pubblicità di musica digitale che rendono visibili i propri prodotti «immateriali» attraverso un'iconografia legata alla materialità del disco in vinile, come ci mostra l'esempio dalla figura 1. La rappresentazione visiva della musica, un qualcosa di astratto e *aurale*, rimane legata all'iconografia del disco, anche se oramai per la maggior parte degli ascoltatori esso non costituisce uno strumento ordinario per l'ascolto musicale.

L'interpretazione culturale che l'ascoltatore costruisce attorno al vinile è un elemento importante per comprendere il processo di rielaborazione culturale generato attorno a questo oggetto. Se per certi versi il disco costituisce oggi una «spazzatura culturale» con cui fare i conti (Straw, 2000), per altri esso si arricchisce di nuovi significati sociali. Possiamo individuare due fenomeni antitetici che riguardano la costruzione di valore culturale attorno all'oggetto vinile. Nel contesto di un'industria culturale, caratterizzata dalla rapida successione di artisti e musiche, il disco di vinile si arricchisce di valore economico nel campo del collezionismo e dunque, parallelamente, esso si valorizza ulteriormente dal punto di vista sociale (Kopytoff, 1986). D'altronde, il disco può essere interpretato come un oggetto oramai fuoriuscito dal «regime di valore economico» e dunque, avendo in parte perduto il proprio *status* di merce, consente agli appassionati di utilizzarlo come uno strumento attraverso cui esprimere una reazione critica nei confronti del processo di commercializzazione della cultura. Il significato culturale del vinile acquista dunque ulteriori sfaccettature nel momento in cui esso non si presenta come una «merce» disponibile per chiunque, ma come il risultato di una attività di ricerca generatrice di senso che richiede all'appassionato l'investimento di risorse materiali ed emotive. Tale aspetto appare con chiarezza dalle parole



Fig. 1. Una azienda attiva nel commercio telematico pubblica il proprio negozio di musica digitale attraverso un'iconografia legata al disco in vinile.

di Carlo, che critica l'attuale possibilità di trovare «facilissimamente» vinili rari attraverso internet, poiché egli percepisce questa possibilità come uno stragemma che ne svilisce il valore:

Sì, alla fine o andavi al mercatino, e ne ho fatti, oppure al negozio, magari sapevi che c'era quello in un'altra città come in questo caso *Settima via...*, sapevi che se il sabato pomeriggio andavi a Vicenza ce n'era un altro, sapevi che magari a Firenze ce n'era un altro e allora quando capitavi lì ci andavi, capito? Ma era molto, molto più uno sbattimento... e adesso con i siti internet, le aste on-line... in realtà è un po' troppo facile questo sistema qua, cioè chiunque fatica poco a trovare tutto... *facilissimamente...* e questo cosa vuol dire? Vuol dire che dà meno soddisfazione a ottenere un risultato, di avere un tot di dischi di quel tipo lì, di quella qualità lì (intervista nr. 4\A, Carlo, 30 anni).

Anche questo esempio permette di mettere in luce come l'ascolto di musica non debba essere concepito come un processo in cui il ruolo dell'ascoltatore coincide con quello di un consumatore passivo, oppure, tutt'al più, come un momento in cui l'ascoltatore si immedesima in un gioco sociale di appropriazioni e di distinzioni sociali. Piuttosto, l'ascolto si configura come un *fare*, come una pratica situata durante la quale gli individui collaborano a creare contemporaneamente il contesto e il senso dell'ascolto a partire da determinate tecnologie: la musica non è dunque «un prodotto fissato su uno spartito, un disco o un programma, bensì [...] un evento incerto, un fatto estemporaneo, un insorgere a partire da strumenti e da apparecchi, da mani e da gesti» (Hennion, 2000, p. 265). Proprio attorno a questo *fare* gli individui elaborano, anche a partire dagli strumenti che essi utilizzano, elementi significativi della propria vita quotidiana, trasformando la musica in uno strumento attivo nella gestione delle proprie esperienze o, come ha mostrato la sociologa Tia De Nora (2000), in una vera e propria «tecnologia del self».

4. Pratiche, «addomesticamento» e alchimia nell'alta fedeltà musicale

Nella storia culturale della riproduzione musicale un posto di rilievo spetta di diritto al mito della «fedeltà sonora». Esso rappresenta un elemento che attraversa l'intera storia delle apparecchiature di riproduzione sonora (cfr. Coleman, 2003; Sterne, 2003b; Gitelman, 2004). La cultura dell'alta fedeltà, che ha eletto questo mito a principio ordinatore del proprio mondo, si fonda infatti sull'idea secondo la quale la migliore tecnologia per ascoltare musica sia quella che riproduce in modo più fedele e adeguato un determinato evento acustico reale. Il quadro socio-tecnico degli odierni impianti di alta fedeltà si iscrive, appunto, all'interno di questa epistemologia basata sull'idea dell'esistenza di un «suono assoluto» (Perlman, 2004), un concetto che appare in tutta la sua chiarezza nella definizione data da Harry Pearson, fondatore di «The Absolute Sound», una delle più autorevoli riviste statunitensi di alta fedeltà:

Noi crediamo che il suono della musica, non amplificato, che esiste in uno spazio reale è un assoluto filosofico rispetto al quale noi possiamo giudicare le prestazioni di apparecchiature costruite per riprodurre la musica (Harry Pearson, <http://www.theabsolutesound.com>).

Il settore tecnologico dell'alta fedeltà si sviluppa a partire dalla fine degli anni Quaranta e gli oggetti tecnici legati a questo settore si diffondono nei decenni successivi. Anche in Italia negli anni Settanta – seppure con qualche anno di ritardo rispetto agli Stati Uniti – nascono e si moltiplicano le riviste per

appassionati, le fiere e i manuali tecnici¹⁰. Seppure oggi il mondo dell'alta fedeltà si presenta come un settore strutturato, tecnologicamente maturo e organizzato in relazione ai molteplici attori coinvolti, la sua nascita fu in primo luogo il risultato dell'attività creativa dei primi appassionati che vi si dedicarono. Negli anni Quaranta, infatti, il settore della riproduzione musicale domestica non costituiva un ambito di consumo autonomo e strutturato e, dunque, i primi utenti dovettero creare nuovi oggetti e nuovi strumenti a partire da differenti contesti tecnologici (Tang, 2004). Molti dei primi appassionati di alta fedeltà misero infatti in relazione ambiti tecnologici differenti come quello della cultura dell'assemblaggio elettrotecnico e quello della cultura musicale svolgendo così il ruolo di *boundary shifters* tra mondi di conoscenze precedentemente distanti (Pinch e Trocco, 2002, p. 313; Star e Griesemer, 1989).

La traiettoria di diffusione degli impianti di alta fedeltà, che raggiunse il proprio apice tra gli anni Settanta e gli anni Ottanta, ha invece mostrato nell'ultimo decennio vari segnali di crisi. Nel corso degli anni, infatti, le tecnologie dell'alta fedeltà hanno dovuto fronteggiare la concorrenza della diffusione delle apparecchiature «di consumo» e a basso costo. Un sintomo di questa crisi è rappresentato dall'elaborazione all'interno del mondo dell'alta fedeltà di strategie e pratiche che mirano a distinguere le apparecchiature riconosciute come «vero hi-fi» da quelle «di consumo». Già negli anni Ottanta, infatti, la definizione di «hi-fi» – termine appunto inflazionato nell'elettronica di consumo – è stata sostituita da quelle di «hi-end» o di «hi-fi esoterico» al fine di distinguere i prodotti appartenenti a questo settore. Un esempio di «distinzione tecnologica» nel settore dell'alta fedeltà è rappresentato dalla campagna di sensibilizzazione *We support real stereo*, cui aderiscono decine di attori internazionali del settore, che si propone come obiettivo quello di

indirizzare l'attenzione verso i benefits, spesso dimenticati, del VERO Stereo [...] e sottolineare alle industrie il fatto che molte persone non vogliono che la fantastica invenzione di Alan Blumlein [inventore della riproduzione stereo] sia trascurata e dimenticata nell'inarrestabile corsa commerciale alle nuove tecnologie di consumo (<http://www.tnt-audio.com/topics/realstereo.html>).

Un'analisi dei dibattiti presenti nelle riviste del settore durante gli ultimi anni è illuminante per comprendere come il quadro socio-tecnico dell'alta fedeltà appaia oggi in crisi proprio a causa della diffusione dei nuovi formati digitali e di apparecchiature a basso costo. Ecco per esempio un estratto di una lettera

¹⁰ Agli inizi degli anni Settanta prendono avvio in Italia le pubblicazioni le prime riviste interamente dedicate all'alta fedeltà come «Suono» (1971) e «Stereoplay» (1972). Nel corso degli anni Settanta si moltiplicano anche le guide e i manuali per principianti dedicati all'hi-fi, come per esempio i manuali di Folie-Dupart (1973) e di Mazzotti e Gelsomini (1979).

inviata da un rivenditore e appassionato di alta fedeltà e pubblicata nella rubrica della posta della rivista italiana «Suono»:

Desidero rivolgere a tutti gli operatori una sana provocazione: *abbiamo una data di scadenza sotto il sedere?* [...]. Cosa vendiamo? Tecnologia? Oppure emozioni? Esclusivamente? Cosa vogliono comprare coloro che acquistano nei nostri negozi? Cosa vorrebbero comprare invece coloro che pur potendosi permettere di acquistare presso di noi scelgono deliberatamente di non farlo? («Suono», nr. 384, p. 8).

Questa lettera mette in rilievo la complessità sociale e culturale delle tecnologie musicali. Esse costituiscono un *assemblaggio* eterogeneo di «tecnologie» e «emozioni», di oggetti materiali e di costruzioni soggettive. In un determinato momento storico attorno a questi oggetti si sono addensate le passioni degli utenti, le strategie produttive delle imprese del settore e le tendenze del consumo domestico che individuano l'impianto di alta fedeltà come un oggetto essenziale all'interno del panorama tecnologico domestico. Oggigiorno questa *rete eterogenea* (Law, 1992) mostra le proprie difficoltà nel rigenerarsi nelle pratiche e nelle passioni degli ascoltatori di musica, come pure nelle attività delle industrie produttrici.

La cultura degli utenti di alta fedeltà, gli *audiofili*, si presenta infatti come un universo complesso e altamente strutturato in cui interagiscono specifiche pratiche, conoscenze tecniche e un'attenzione particolare ai contesti di utilizzo. Uno degli aspetti che caratterizzano l'uso di apparecchiature dell'alta fedeltà è quella dell'autocostruzione e della modificazione dei componenti tecnici (Perlman, 2003), che può riguardare sia la vera e propria costruzione di apparecchiature, sia più semplicemente la sostituzione e la messa a punto di alcuni dei loro aspetti. Modificare gli impianti non si presenta come un aspetto accidentale o eccezionale nell'attività degli audiofili, ma costituisce piuttosto un momento fondamentale in cui la pratica dell'audiofilo assume concretezza. Proprio per questo, all'interno dell'industria dell'alta fedeltà gli strumenti e gli accessori finalizzati alla modificazione delle proprie apparecchiature rappresentano una parte consistente del mercato¹¹. Molti degli appassionati di alta fedeltà cercano infatti di trasformare le prestazioni del proprio impianto attraverso differenti accorgimenti. Andrea, per esempio, racconta di come egli abbia provveduto a sostituire le valvole di amplificazione del proprio impianto per ottenere un suono migliore:

¹¹ A tal proposito possiamo segnalare un intero numero speciale della rivista «Fedeltà del Suono» dedicata unicamente agli accessori degli impianti («Fedeltà del Suono», XV, 3, 2005). In tale numero della rivista possiamo trovare per esempio i test di 9 differenti tipi di cavi per collegare i componenti dello stereo, con un prezzo che oscilla tra i 74 e i 3.300 euro.

Poi recentemente ho comprato questo amplificatore a valvole usato. Le valvole funzionavano bene, ma io non ero soddisfatto del suono, così, vedi, l'altro giorno ho comprato delle valvole russe differenti... [...] sì russe, le valvole russe sono ancora le migliori, e, vedi... [indica l'amplificatore in parte smontato sul mobile], le ho sostituite e ora sto provando come va, ma già mi sono accorto che l'amplificatore *guida* molto meglio le casse, anche se delle casse non sono soddisfatto e sarà sicuramente il prossimo pezzo che sostituirò... (intervista nr. 1\b, Andrea, 34 anni).

Una delle caratteristiche delle tecnologie riguarda il fatto che esse, ad un certo punto del loro sviluppo, diventano delle «scatole nere» (Latour, 1987) e il loro funzionamento si fa così invisibile per l'utente (Norman, 1998). Il rapporto con le tecnologie di molti appassionati di alta fedeltà sembra invece differenziarsi da questa tendenza. Per alcuni audiofili, la tecnologia spesso non rappresenta una «scatola nera», ma addirittura, come nell'esempio proposto, la metafora dell'apertura della «scatola nera» assume concretezza attraverso la letterale apertura delle proprie apparecchiature. La modificazione e la messa appunto degli impianti da parte degli utenti si presenta dunque come uno degli aspetti «prescrittivi» che queste tecnologie presentano nei confronti dei propri utenti (Akrich e Latour, 1992).

La messa a punto degli impianti richiede una serie di azioni, che riguardano anche la gestione e la manipolazione dello spazio domestico in cui l'impianto musicale deve essere usato. Nel processo di «addomesticamento» di queste tecnologie (Silverstone e Hirsh, 1992; Lie e Sorensen, 1996), la scelta dello spazio della casa da destinare all'impianto costituisce uno degli aspetti basilari: per poter essere apprezzato in modo soddisfacente, infatti, l'impianto di alta fedeltà richiede all'utente una minuziosa collocazione spaziale nella stanza, nonché una serie di specifici accorgimenti che contribuiscono a migliorarne il suono. È interessante a tal proposito soffermarsi sulla disposizione ideale dell'impianto che le guide specializzate consigliano per posizionarlo. Come si può notare dalla figura 2, estratta da una guida per audiofili, la disposizione delle casse di amplificazione e del punto di ascolto all'interno della stanza costituiscono delle forme di «prescrizione» dell'uso delle tecnologie che gli utenti devono fare proprie e, successivamente, rielaborare nei propri contesti.

La realizzazione concreta delle regole codificate relative alla disposizione dell'impianto pone agli utilizzatori alcuni problemi di adattamento e richiede dunque uno specifico lavoro. L'appropriazione delle tecnologie costituisce il «lavoro intrapreso [dall'utente] per risolvere le discrepanze e per levigare le differenze tra il tipo di ordine inscritto in specifici apparecchi e dispositivi e quello inscritto in precedenti (ma contingenti) sistemi di relazioni sociali e di abitudini» (Shove, 2003, p. 55). Dal punto di vista dello spazio domestico, l'appropriazione delle tecnologie riguarda per esempio la scelta dello spazio da destinare all'impianto e la disposizione dei mobili. È interessante notare come

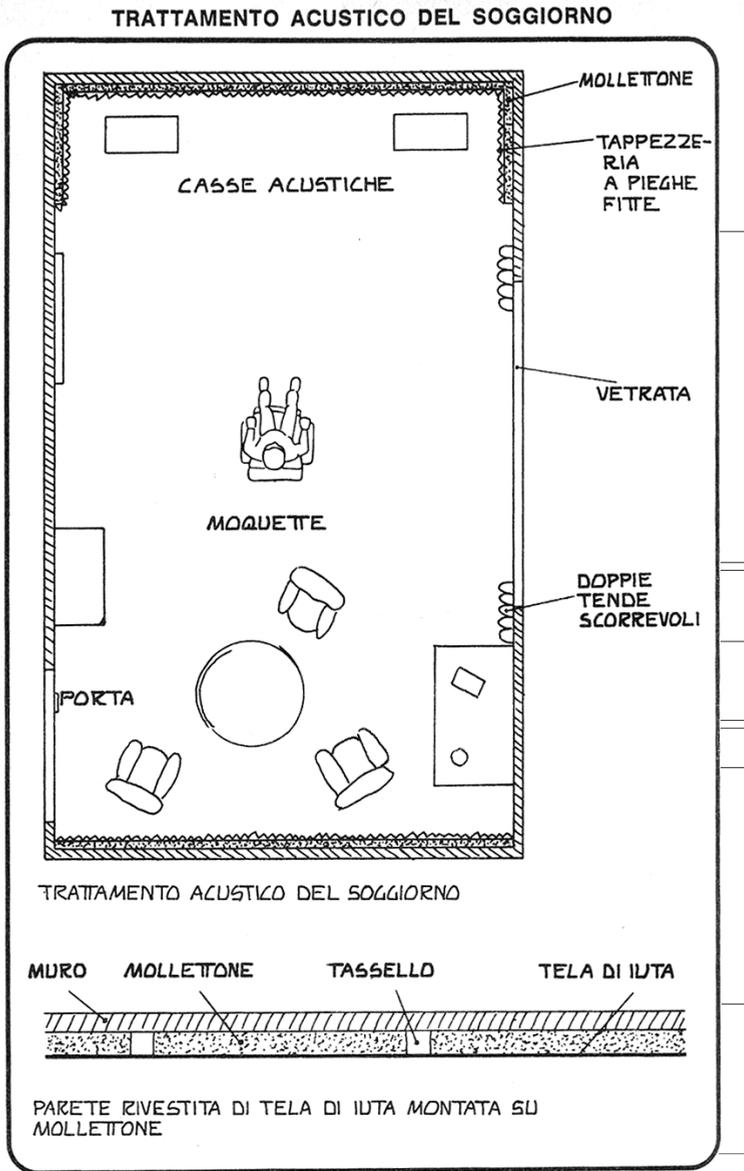


Fig. 2. Schema per il corretto posizionamento dell'impianto di alta fedeltà nella stanza.
Tratto da Folie-Dupart, (1973, p. 76).

il corretto posizionamento dell'impianto possa rappresentare un elemento di tensione e discussione nell'ambito familiare. Come mi è stato riferito da Giulio, al momento del trasferimento in una nuova casa di piccole dimensioni, la scelta della disposizione dell'impianto è stato il risultato di una accesa discussione tra l'appassionato (che intendeva utilizzare per l'impianto l'angolo migliore del soggiorno) e la sua compagna (che voleva invece organizzare in modo differente lo spazio). Un altro audiofilo, Andrea, mi ha invece raccontato che la scelta del nuovo divano per il salotto è stata sottoposta ad una simile discussione conclusasi con l'acquisto di un modello sufficientemente piccolo da essere posizionato al centro della stanza davanti agli altoparlanti – ma in modo da non causare intralcio – e sufficientemente grande per ospitare comodamente almeno due persone. La sistemazione dell'impianto, fondamentale per il suo corretto funzionamento richiede dunque agli audiofili il possesso di precise conoscenze tecniche, mentre gli aspetti più critici dell'«addomesticamento» fanno leva sulla sua integrazione nel contesto sociale familiare e culturale della propria sfera domestica.

Un ulteriore aspetto di interesse della cultura audiofila riguarda il fatto che alcuni parametri di giudizio e di conoscenze degli utenti sono a volte fondati su convinzioni che difficilmente riescono a essere ricondotte a principi tecnici o scientifici. Uno degli audiofili intervistati, descrivendo le qualità del proprio impianto (del costo di circa 25.000 euro), utilizza per esempio la metafora dell'«alchimia» per rendere conto di impercettibili dettagli che contribuiscono al miglioramento del suono:

Se tu sottoponi il mio stereo alle misure di «Audio Review», che è il riferimento, il risultato delle analisi metriche non è soddisfacente, ma lo sanno anche in Francia... [dove lo producono] quindi chiariamo anche quali sono gli aspetti importanti.... C'è sempre un fondamento scientifico, ma il fondamento scientifico non è detto che sia la Bibbia, cioè qua siamo molto più a livello di *alchimia* che di scienza... nel senso che la messa a punto dell'impianto... se tu cominci a mettere mano alle viti dell'impianto tu hai una differenza di suono. Qua non c'è una correlazione con le misure (intervista 2\b, Benedetto, 31 anni).

Gli impianti di alta fedeltà «esigono» dunque un intenso coinvolgimento da parte degli utenti. Essi richiedono, attraverso l'imposizione di un complesso insieme di «prescrizioni», un vero e proprio «arruolamento» degli utenti nelle pratiche e nella cultura dell'alta fedeltà. Per essere usati, gli impianti di alta fedeltà richiedono ai propri utenti la messa in atto di una serie di azioni specifiche che riguardano la modificazione fisica delle proprie apparecchiature, la ridefinizione dei propri contesti di utilizzo e l'elaborazione di uno specifico universo simbolico e cognitivo. L'articolazione da parte degli utenti di specifiche pratiche – in cui convergono oggetti, conoscenze e relazioni sociali – rappresenta un processo complesso e tuttavia essenziale per «arruolarsi» nella cultura audiofila.

La crisi della diffusione dell'alta fedeltà può dunque essere compresa considerando l'estrema specificità e complessità di questo «universo prescrittivo». Agli utilizzatori si rendono oggi disponibili una molteplicità di pratiche alternative, sia per quanto riguarda le tecnologie nel campo musicale (home theatre, iPod), sia in relazione ad altre pratiche di *loisir* mediate tecnologicamente, che implicano una maggiore interazione sociale (per esempio i blog su internet o la fotografia digitale). Un ulteriore elemento esplicativo della crisi dell'alta fedeltà riguarda, inoltre, la capacità di questa pratica di generare forme di «ricompensa sociale» garantite dal prestigio riconosciuto a questo tipo di attività (si veda Warde, 2005, p. 143). Un diffuso luogo comune relativo all'alta fedeltà è infatti quello dell'identificazione dell'audiofilo con una sorta di «pazzo», ossessionato dalle qualità tecniche del proprio impianto, ma del tutto indifferente alla dimensione emotiva della musica e, in ultima analisi, come qualcuno distante da un approccio autentico all'esperienza dell'ascolto.

5. Mp3, file-sharing e l'articolazione di nuove pratiche musicali

La più recente tecnologia per l'ascolto musicale ad essersi diffusa è quella dei formati digitali, il più noto dei quali è il formato mp3. Gli mp3 sono file informatici che contengono musica in forma «compressa» e il cui uso è strettamente connesso a quello di programmi di scambio di musica attraverso internet (i software di *file sharing*) e di lettori portatili che ne permettono l'uso in movimento, come il lettore iPod¹². Alcune delle caratteristiche principali legate all'uso del formato mp3 sono la sua portabilità, la flessibilità di utilizzo, l'estrema accessibilità alla musica e, non ultimo, la sua economicità (Katz, 2004). Del resto, in modo assai diverso dall'alta fedeltà, questo formato musicale non mira a esaltare le qualità uditive umane, cercando dunque di riprodurre tutte le frequenze percepibili o meno dall'orecchio. Esso, piuttosto, costituisce tecnicamente un impoverimento della qualità sonora della musica e, in un certo senso, rappresenta una diversa «filosofia dell'ascolto» rispetto ai formati musicali tradizionali (Sterne, 2006)¹³.

Gli incerti dati quantitativi sulla diffusione degli mp3 e dei lettori portatili descrivono un quadro di eccezionale successo di queste tecnologie, soprattutto tra le nuove generazioni di ascoltatori. I dati di vendita del lettore Apple iPod presentano per questa tecnologia un tasso di diffusione superiore a quello

¹² Per una ricostruzione dello sviluppo dei software di scambio musicale in rete si veda Alderman (2001). Per una discussione dei problemi sollevati nell'ambito del *copyright* si veda Lessing (2004). Altri contributi di ricerca sull'uso dei formati musicali digitali sono Cooper e Harrison (2001); Beuscart (2002); Giesler e Pohlmann (2003); Molteni e Ordanini (2003) e Leyshon *et al.* (2005).

¹³ La codifica mp3 (abbreviazione di «MPEG-1 Audio Layer 3») è infatti basata sull'eliminazione di tutte quelle frequenze, pur presenti in un compact disc, che l'orecchio umano non è in grado di percepire naturalmente.

avuto dal Sony Walkman durante gli anni Ottanta (Cosentino, 2006). Secondo i dati ufficiali della CEA (Consumer Electronic Association), le vendite di generici lettori portatili nel mercato americano sono triplicate tra il 2003 e il 2004 raggiungendo i 6,9 milioni di pezzi venduti («Business Wire», 2005). Per quanto riguarda l'Italia, i dati di una recente indagine Eurispes (2006, p. 3) affermano che il 56,3% dei ragazzi tra i 12 e i 19 anni utilizza un lettore mp3 (mentre solo il 48,2% possiede un lettore DVD). L'uso dei programmi di scambio di musica attraverso la rete (*file sharing*) si è invece diffuso partendo dall'introduzione del software Napster nel 1999, per coinvolgere negli anni successivi diversi milioni di utenti, come mostrato nella figura 3.

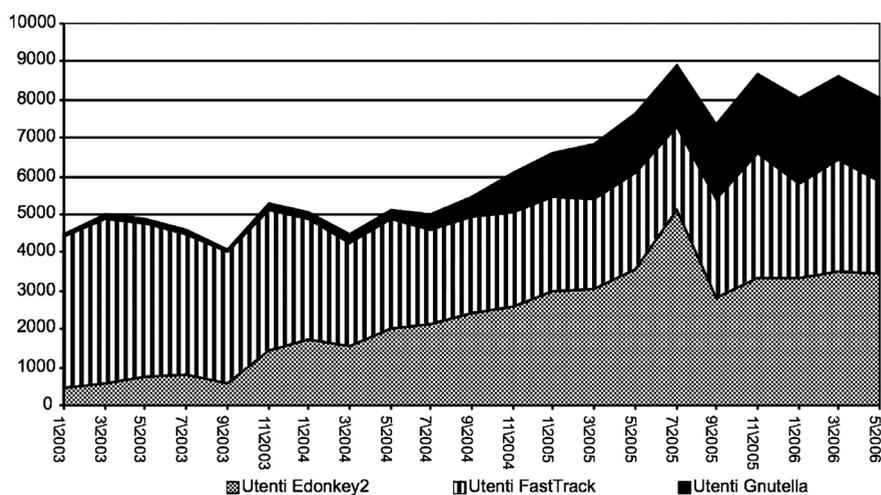


Fig. 3. Numero di utenti dei tre principali network di file sharing: *Edonkey2k*, *Fasttrack* e *Gnutella* (gennaio 2003 – giugno 2006). Dati in migliaia. Nostra elaborazione su dati Slyck.com.

La rapida diffusione di queste nuove tecnologie è comprensibile considerando l'estrema flessibilità di uso che esse presentano agli utenti. Il sistema tecnico costituito da mp3, lettori portatili e software di scambio si presenta tutt'ora come una tecnologia dotata di «flessibilità interpretativa» (Bijker, 1995). Le caratteristiche di queste tecnologie presentano, infatti, aspetti utili sia all'utente esperto, profondo appassionato di musica o anche professionista del settore, sia all'utente occasionale e sporadico. Per questa ragione gli usi del formato mp3 si articolano in forme differenti in relazione alle differenti culture, abitudini e pratiche sociali elaborate dagli utenti. Le pratiche sociali all'interno delle quali

l'uso concreto delle tecnologie prende forma rappresentano uno degli elementi centrali per comprendere il processo di appropriazione da parte degli utenti.

L'ascolto musicale, come abbiamo visto nelle pagine precedenti, rappresenta un'esperienza complessa, che si costruisce a partire da una rete di relazioni tra oggetti, culture musicali e pratiche di uso. L'appropriazione delle nuove tecnologie come l'mp3 costituisce un percorso accidentato in cui l'utente stesso è impegnato in un processo di riconversione delle proprie pratiche alla luce dei nuovi oggetti: l'utente deve rearticolare le proprie abitudini musicali alla luce degli «script» proposti da queste nuove tecnologie (Akrich, 1992). Egli adatta e adotta le nuove tecnologie attraverso un lavoro che impone di riformulare le proprie abitudini musicali in relazione alle caratteristiche presentate dalle nuove tecnologie.

Una prima fase del processo di rearticolazione degli usi di una nuova tecnologia è spesso segnata dalla continuità con pratiche precedentemente centrali nell'esperienza dell'utente. Un esempio interessante per comprendere questo processo di riadattamento delle proprie pratiche riguarda gli utenti che concepiscono i software per «scaricare» la musica dalla rete non come dei sostituti del disco o del cd, ma come dispositivi di «preascolto» in vista dell'acquisto successivo del tradizionale compact disc. Ecco come Gabriele, un appassionato di musica rock e elettronica, descrive il proprio uso del *download* – ossia lo scaricare musica da internet:

Se vogliamo parlare di download, io sostanzialmente uso il download come una sorta di... non so se si dica... di preview... di preascolto. Quindi scarico parecchi dischi nuovi che escono, perché comunque, mentre prima i miei preascolti avvenivano in negozio, cioè mi mettevo con i dischi che mi interessavano in negozio e li ascoltavo, adesso ho cominciato a fare la maggior parte del mio preascolto a casa invece che in negozio. E mi serve per selezione per poi acquistare dischi. Cioè, non uso il download come fine a se stesso ma in funzione poi dell'acquisto (intervista nr. 8\A, Gabriele, 31 anni).

Una differente forma di rielaborazione delle pratiche di ascolto musicale è invece rappresentata da quegli usi del formato mp3 che richiamano le caratteristiche dell'uso della radio. La musica scambiata attraverso internet può assumere per alcuni utenti la forma più tradizionale di una fonte attraverso la quale l'utente può recuperare e ascoltare con facilità musica di larga diffusione che egli non avrebbe comunque comprato in un formato tradizionale. Ecco per esempio il racconto di Aldo, che descrive l'ultima occasione in cui ha scaricato un brano musicale da internet:

Perchè nell'ultimo San Remo è uscito un pezzo, [...] che credo è un cd che io non avrei mai comprato, però questo pezzo mi serviva ed è anche carino... *Quando i bambini fanno...* [canta] *quando i bambini fanno*

ooooob, un topolino... e insomma... appena l'ho sentito ho detto: «Ah, che figata questo pezzo!». E subito sono andato in rete e l'ho cercato e già c'era e già era possibile scaricarlo anche in maniera abbastanza veloce, mentre magari musica di un livello superiore o più ricercata, a volte ti devi mettere in coda (intervista, 1ª, Aldo, 28 anni).

È interessante notare come questo tipo di uso riproduca in parte la pratica oramai in disuso di registrare dalla radio, su musicassetta, le canzoni trasmesse nei programmi radiofonici che presentano le classifiche dei dischi più venduti. Ma gli usi della musica in formato mp3 non riarticolano solamente pratiche preesistenti connesse ad altri dispositivi tecnici: essi ricreano anche forme di interazione precedentemente associate a contesti di socialità diretta. Un esempio interessante riguarda la discussione e lo scambio di gusti, di consigli e di musica tra appassionati. Questo tipo di pratiche musicali sono infatti tradizionalmente associate alle interazioni tra appassionati durante i concerti dal vivo, nei club e nelle associazioni musicali. Un utilizzatore dei software di scambio racconta per esempio di come egli utilizzi particolari funzioni dei programmi per scaricare musica al fine di diffondere attivamente i propri gusti tra gli altri utenti della rete:

Comunque mi è rimasta questa cosa che quei gruppi che mi interessano particolarmente, che penso che sono particolarmente bravi, che voglio supportare, gli stessi di cui compro i cd ai concerti che vado a vedere quando suonano, allora faccio una cartella a parte, che si chiama *spaghetti e mandolino* e quando becco uno straniero che non li conosce gli dico «prenditi questo che ti piacerà sicuramente». [...] I gruppi italiani che esco- no in poche copie perché sono etichette piccole e indipendenti, quando li trovo mi sento anche in dovere di lasciarli là, vorrei che li scoprissero tutti (intervista nr. 2ª, Battista, 28 anni).

Questo ultimo esempio rende palese, inoltre, come l'uso del sistema tecnologico che permette lo scambio di musica in internet richieda, in modo non differente da altri tipi di tecnologie, un insieme di conoscenze esplicite e implicite necessarie per attualizzare una tecnologia nel suo uso: l'acquisizione di queste competenze costituisce un ulteriore elemento che interagisce nel processo di «costruzione» delle tecnologie da parte dell'utente.

Le forme che assumono le tecnologie nel momento dell'uso possono essere tra loro differenti proprio in relazione al diverso coinvolgimento che gli utenti instaurano con esse. Spesso, infatti, la possibilità di scaricare musiche più esclusive, come per esempio registrazioni di concerti e album rari, è condizionata all'autorità di certi utenti all'interno dei network di scambio oppure da meccanismi di *do ut des* imposti dai possessori di tali musiche. A tal proposito, un altro intervistato racconta di come egli restringa l'accesso di una parte della musica che egli condivide e di come a volte lo scambio attraverso internet non costituisca un processo impersonale e automatico:

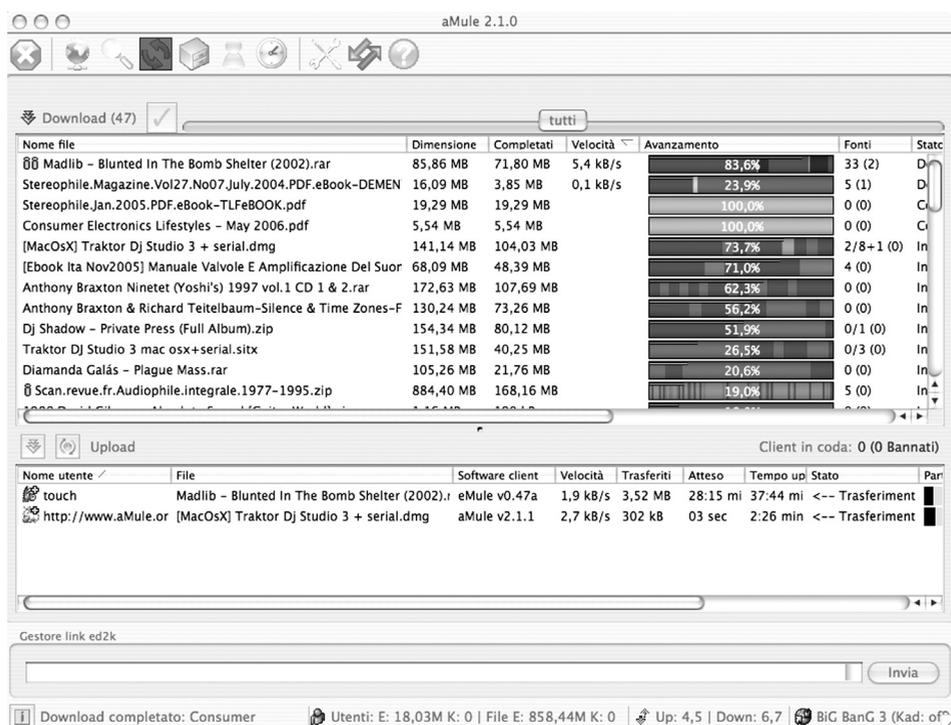


Fig. 4 . L'interfaccia di uno dei software più diffusi per lo scambio di musica on-line

Per esempio io adesso faccio così: [...] i file più particolari o più lunghi io li metto a disposizione solo della mia *user list*, e lo stesso fanno loro, nel senso che tu più o meno becchi una persona che ha tanti dischi però devi sapere che ce li ha perché non li puoi vedere, quindi ci devi parlare, e devi dire: «facciamo uno scambio», ci si mette in lista a vicenda e si scambiano le cose direttamente (intervistato nr. 2/a, Battista, 28 anni).

La possibilità di acquisire e di usare certi tipi di musica attraverso internet dipende dunque dall'acquisizione di competenze tecniche (sapere come fare), dalla qualità della propria collezione (avere musiche che interessano la controparte) e dalla capacità di relazione personale (intrattenere una conversazione adeguata). Peraltro, non è detto che tutti gli ascoltatori riconoscano nei nuovi dispositivi potenzialità adeguate a soddisfare i bisogni espressi dalle proprie pratiche musicali. Il punto di vista dei «non-utenti» può a tal riguardo offrire elementi utili per comprendere come le pratiche incorporate nell'esperienza dagli utenti possano anche disincentivare l'adozione di una nuove tecnologie (Wyatt, 2003). Ecco, per esempio, l'argomentazione di una ragazza che, pur conoscendo a grandi linee il funzionamento dello scambio di mp3, giustifica il fatto di non voler usare i software di file sharing:

Quando voglio sentire la musica che circola la sento in radio, e se mi va compro il cd, lo vedo più diretto di scaricarsi la musica, andarsela a cercare, masterizzarla e fare tutte queste trafale allunga solo la cosa. È la soddisfazione e il desiderio dell'oggetto. Perché poi devi comunque pagare internet, e altre tremila cose, invece io compro tre cd al mese che mi interessano invece di stare a lavorare in continuazione, e poi ci metti lo stress (intervista nr. 3\A, Anna, 25 anni).

L'esempio del rifiuto dell'uso del mp3 di questa «non-utente» suggerisce come le pratiche incorporate possano costituire sia una risorsa nei confronti dell'elaborazione degli usi concreti delle nuove tecnologie – come abbiamo visto negli esempi precedenti – sia un freno nei confronti dell'adozione dei nuovi dispositivi: per la nostra ascoltatrice appare troppo oneroso, in termini di risorse culturali, oltre che economiche, rinegoziare le pratiche culturali da lei acquisite connesse alla fruizione della musica.

Diventare utenti di una nuova tecnologia è un processo che coinvolge la rinegoziazione da parte degli utenti delle pratiche acquisite in precedenza attraverso l'esperienza di altre tecnologie e con altri contesti. Queste esperienze trovano un fondamento negli usi di differenti dispositivi (come la radio) o nella frequentazione di differenti contesti (come il concerto o il negozio di dischi). La relazione con una nuova tecnologia richiede all'utente uno specifico lavoro: quello di articolare in nuove forme il proprio *fare* ordinario, le proprie conoscenze e, in una certa misura, il proprio universo di relazioni personali. Tuttavia, la dialettica tra utente, pratiche e tecnologie che dà forma ai processi di appropriazione può produrre, come abbiamo visto, esiti negativi. L'utente può rigettare l'adozione della nuova tecnologia non riuscendo, o non ritenendo conveniente, rimettere in discussione i propri comportamenti ordinari. L'incertezza del risultato dei processi appropriazione da parte degli utenti si riflette, dunque, anche sull'incertezza delle traiettorie di innovazione delle tecnologie (Neresini, 2002). Rimanendo nel campo delle tecnologie musicali, l'incertezza dell'innovazione caratterizza storicamente le stesse industrie produttrici, per le quali l'esito della commercializzazione di certi prodotti rimane a volte qualcosa di relativamente poco prevedibile, come dimostra in parte il caso della diffusione del Walkman alla fine degli anni Ottanta¹⁴. L'incertezza e l'instabilità che caratterizzano le relazioni sociali contemporanee (Bauman, 1999; Sennett, 1998) ritrovano nell'incertezza dello sviluppo delle tecnologie quotidiane un'ulteriore e peculiare consonanza.

¹⁴ Sembra che all'interno dello staff della Sony la progettazione del Walkman sia stata caratterizzata da uno scetticismo riguardo alle possibilità di successo del nuovo prodotto (si veda du Gay *et al.*, 1997, p. 51). Recentemente si è inoltre scoperto che il primo prototipo di «lettore portatile a cassette» fu realizzato dall'ingegnere tedesco Andreas Pavel nel 1972, ma il suo progetto fu rifiutato da produttori importanti come Grundig e Phillips che non lo considerarono un prodotto appetibile per il mercato (Rohter, 2005).

6. Conclusione: le pratiche degli utenti e la cultura tecnologica

Le tecnologie per ascoltare la musica hanno assunto nel corso del tempo forme differenti come risultato di un processo di mutua strutturazione che ha coinvolto le caratteristiche tecniche degli oggetti, le pratiche sociali attraverso cui essi sono stati usati e il più vasto contesto culturale e sociale. La *co-evoluzione* di questo insieme di elementi ha dato vita alla diffusione del grammofono all'inizio del secolo, alla stereofonia negli anni Cinquanta, così come oggi ai formati musicali digitali. Da questo punto di vista, la sfera dell'agire pratico degli utilizzatori costituisce uno dei luoghi in cui si generano i processi di innovazione, diffusione e decadenza delle tecnologie. Soffermarci su questi elementi ci permette di comprendere alcuni aspetti del rapporto tra tecnica e società senza cadere né in un *determinismo tecnologico*, che vede nell'introduzione di una nuova tecnologia il motore del cambiamento sociale, e neppure in un vago e olistico *determinismo sociale*, secondo il quale un generico bisogno della società impone in modo diretto la diffusione e le caratteristiche di una tecnologia. L'attore sociale riveste un ruolo centrale all'interno di questi processi. Tale ruolo consiste nel generare le proprie esperienze, le proprie identità e i propri universi di significato in accordo o in tensione rispetto a specifici *assemblaggi* socio-tecnici, che a loro volta si trasformano in conseguenza di ciò che accade nella sfera dell'uso e del consumo.

Gli esempi presentati in questo contributo ci hanno permesso di concentrare la nostra attenzione sulle dinamiche pragmatiche di adozione e uso di tecnologie da parte degli utenti. Gli oggetti tecnologici, infatti, acquisiscono determinate forme in relazione alle pratiche che gli stessi utenti elaborano nei propri contesti quotidiani; queste pratiche, a loro volta, seppur sedimentate nelle abitudini e nelle relazioni sociali delle persone, si confrontano con le innovazioni tecniche in un processo dai risultati incerti. Le tecnologie non sono dunque solo «oggetti». Esse costituiscono delle «cristallizzazioni di forme di agire socialmente organizzate» (Sterne, 2003a, p. 367) e incorporano l'esperienza quotidiana degli individui diventando così «portatrici» di specifiche pratiche culturali. Pensiamo alla diffusione del grammofono, che nei primi decenni del Novecento ha rappresentato uno degli elementi che hanno contribuito ad un più vasto processo di ridefinizione dello spazio domestico come luogo deputato a pratiche culturali in precedenza associate ai luoghi pubblici (Flichy, 1991). Oppure al successo del Walkman e delle altre apparecchiature di ascolto mobile, la cui diffusione si iscrive in più vasti cambiamenti sociali che hanno preso forma in relazione alla richiesta di maggiore mobilità sociale e dell'aumento di complessità dell'esperienza urbana (Bull, 2000; Bull e Back, 2003; Sheller e Urry, 2006). Entrambe queste tendenze si presentano in sintonia con quel processo apparentemente contraddittorio definito da Raymond Williams (1974; 1983)

come «privatizzazione mobile». Per un verso, infatti, assistiamo al diffondersi di pratiche e tecnologie che potenziano l'esperienza che prende forma nella sfera domestica privata. Parallelamente, il panorama socio-tecnico si evolve nella direzione di un incremento delle possibilità di interconnessione tra le differenti sfere private attraverso una differente gestione della mobilità personale, fisica o virtuale degli individui. Le tecnologie centrate sulla sfera domestica come l'impianto hi-fi si sono diffuse all'interno di un processo che ha condotto alla privatizzazione dell'esperienza d'ascolto, mentre la circolazione della musica attraverso internet e l'ascolto in movimento reso possibile dai lettori portatili rendono oggi più significative le forme di mobilità personale.

Se tutto ciò ci aiuta a comprendere alcuni aspetti della complessità sociale del suono e della musica, indagare le pratiche attorno a cui si articola il rapporto tra ascoltatori e oggetti tecnici costituisce anche una strategia per riflettere sull'intricato rapporto tra cultura e tecnologia. Ma, come abbiamo discusso in questo contributo, ha forse poco senso parlare di *cultura e tecnologia* come di due entità separate: meglio forse cambiare insieme alla nostra prospettiva di analisi anche il nostro vocabolario. Meglio discutere delle forme che assume la *cultura tecnologica* contemporanea.

Bibliografia

- Alderman, J.
2001 *Sonic boom*, Cambridge, Perseus Publishing.
- Akrich, M.
1992 *La de-scrizione degli oggetti tecnici*, trad. it. in A. Mattozzi (a cura di), *Il senso degli oggetti tecnici*, Roma, Meltemi, 2006, pp. 53-80.
- Akrich, M. e Latour, B.
1992 *Vocabolario di semiotica dei concatenamenti di umani e non-umani*, trad. it. in A. Mattozzi (a cura di), *Il senso degli oggetti tecnici*, Roma, Meltemi, 2006, pp. 407-414.
- Attali, J.
1977 *Rumori*, trad. it. Milano, Mazzotta, 1978.
- Bauman, Z.
1999 *La società dell'incertezza*, trad. it. Bologna, Il Mulino, 1999.
- Beuscart, J.S.
2002 *Les usagers de Napster, entre communauté et clientèle*, in «Sociologie du Travail», vol. 44 (4), pp. 461-480.

- Bijker, W.E.
 1995 *La bicicletta e altre innovazioni*, trad. it. Milano, McGraw-Hill, 1998.
- Bijker, W.E., Hughes, T.P. e Pinch T. (a cura di)
 1987 *The social construction of technological systems: new directions in the sociology and history of technology*, Cambridge, MIT Press.
- Braun, H.J. (a cura di)
 2000 «*I sing the body electric*». *Music and technology in the 20th century*, Berlin, Wolke.
- Bull, M.
 2000 *Sounding out the city. Personal stereo and the management of everyday life*, Oxford, Berg.
- Bull, M. e Back, L. (a cura di)
 2003 *The auditory culture reader*, Oxford, Berg.
- «Business Wire»
 2005 *CEA reports consumer electronics sales jump 11 percent in 2004*, 7 gennaio, http://www.findarticles.com/p/articles/mi_m0EIN/is_2005_Jan_7/ai_n8682432 (giugno 2006).
- Chanan, M.
 1995 *Repeated takes. A short history of recording and its effects on music*, London, Verso.
- Coleman, M.
 2003 *Playback. From the Victrola to MP3, 100 years of music, machines, and money*, Cambridge, Da Capo Press.
- Cooper, J. e Harrison, D.M.
 2001 *The social organization of audio piracy on the Internet*, in «Media, Culture and Society», 23, pp. 71-89.
- Cosentino, G.
 2006 «*Hacking*» the iPod. *A look inside Apple's portable music player*, in M.D. Ayers (a cura di), *Cybersounds*, New York, Peter Lang, pp. 185-207.
- Couldry, N.
 2004 *Theorising media as practice*, in «Social Semiotics», 14 (2), pp. 115-132.
- Cowan, R.S.
 1987 *The consumption junction. A proposal for research strategies in the sociology of technology* in W.E. Bijker, T. Hughes e T. Pinch (a cura di), *op. cit.*, pp. 261-280.
- Day, T.
 2002 *A century of recorded music. Listening to musical history*, New Haven, Yale University Press.
- De Nora, T.
 2000 *Music in everyday life*, Cambridge, Cambridge University Press.

- du Gay, P., Hall, S., Janes, L., Mackay, H. e Negus, K.
1997 *Doing cultural studies. The story of the Sony Walkman*, London, Sage.
- Eisemberg, E.
1987 *L'angelo con il fonografo*, trad. it. Torino, Instar Libri, 1997.
- Eurispes
2006 *6° Rapporto sulla condizione dell'infanzia e dell'adolescenza dell'informazione e della comunicazione*, Roma, rapporto di ricerca.
- Flichy, P.
1991 *Storia della comunicazione moderna*, trad. it. Bologna, Baskerville, 1994.
- Folie-Dupart, P.
1973 *L'alta fedeltà in dieci lezioni*, trad. it. Milano, Mondadori, 1974.
- Genette, G.
1987 *Soglie*, trad. it. Torino, Einaudi, 1989.
- Giesler, M. e Pohlmann, M.
2003 *The anthropology of file sharing. Consuming Napster as a gift*, in P.A. Keller e D.W. Rook (a cura di), *Advances in consumer research*, Provo (UT), Association for Consumer Research, vol. 30, pp. 94-100.
- Gitelman, L.
2003 *Souvenir foils. On the status of print at the origin of recorded sound*, in L. Gitelman e G.B. Pingree, (a cura di), *New Media 1740-1915*, Cambridge, MIT Press, pp. 157-174.
- Goffman, E.
1974 *Frame analysis. L'organizzazione dell'esperienza*, trad. it. Roma, Armando, 2001.
- Hennion, A.
2000 *Passioni, gusti, pratiche. Dalla storia della musica alla sociologia dell'ascolto musicale*, in «Rassegna Italiana di Sociologia», XLI (2), pp. 265-289.
- Katz, M.
2004 *Capturing sound. How technology has changed music*, Berkeley, University of California Press.
- Kopytoff, I.
1986 *The cultural biography of things. Commodification as process*, in A. Appadurai (a cura di), *The social life of things. Commodities in cultural perspective*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 64-94.
- Latour, B.
1987 *La scienza in azione. Introduzione alla sociologia della scienza*, trad. it. Torino, Edizioni di Comunità, 1998.

Law, J.

1992 *Notes on the theory of the actor-network. Ordering, strategy and heterogeneity*, in «Systems Practice», 5 (4), pp. 379-393.

Lessing, L.

2004 *Free Culture. How big media uses technology and law to lock down culture and control creativity*, New York, Penguin Press.

Leyshon, A., Webb P., French S., Thrift, N. e Crewe, L.

2005 *On the reproduction of the musical economy after the Internet*, in «Media, Culture & Society», 27 (2), pp. 177-209.

Lie, M. e Sorensen, K. (a cura di)

1996 *Making technology our own? Domestication of technology into everyday life*, Oslo, Scandinavian University Press.

Maisonneuve, S.

2000 *Dischi e socialità. La nuova cultura dell'ascolto musicale negli anni venti e trenta del Novecento*, in «Quaderni Storici», 35 (2), pp. 437-468.

2004 *Per una socio-storia dell'ascolto. Situazione, metodi, prospettive*, in «Studi Culturali», 1 (1), pp. 191-214.

Mazzotti, G. e Gelsomini, G.P.

1979 *L'alta fedeltà. Tecniche, apparecchiature, installazioni*, Firenze, Sansoni.

Milano, B.

2003 *Vinyl junkies. Adventures in record collecting*, New York, St. Martin Press.

Millard, A.

1995 *America on record. A history of recorded sound*, Cambridge, Cambridge University Press.

Molteni, L. e Ordanini, A.

2003 *Consumption patterns, digital technology and music downloading*, in «Long Range Planning», 36, pp. 389-406.

Neresini, F.

2002 *L'incertezza tecnologica nella vita quotidiana. Il punto di vista dell'utente*, in M. Rampazi (a cura di), *L'incertezza quotidiana. Politica, lavoro, relazioni nella società del rischio*, Milano, Guerini e Associati, pp. 153-167.

Norman, D.A.

1998 *Il computer invisibile. La tecnologia migliore è quella che non si vede*, trad. it. Milano, Apogeo, 2000.

Nosegno, N.

2003 *L'estinzione dei tecnosauri*, Milano, Sironi Editore.

- Orlikowski, W.J.,
 2002 *Knowing in Practice: Enacting a Collective. Capability in distributed organizing*, in «Organization Science», 13 (3), pp. 249–273.
- Oudshoorn, N. e Pinch, T. (a cura di)
 2003 *How users matter. The co-construction of users and technology*, Cambridge, The MIT Press.
- Perlman, M.
 2003 *Consuming audio. An introduction to tweak theory*, in R. Lysloff e C. Gay (a cura di), *Music and technoculture*, Middletown, Wesleyan University Press, pp. 346-357.
 2004 *Golden ears and meter readers. The contest for epistemic authority in audiophilia*, in «Social Studies of Science», 34, pp. 783-807.
- Pinch, T. e Bijker, W.E.
 1984 *The social construction of facts and artefacts. For how the sociology of science and the sociology of technology might benefit each other*, in «Social Studies of Science», 14, pp. 399-441.
- Pinch T. e Bijsterveld, K.
 2002 «Should one applaud?». *Breaches and boundaries in the reception of new technology in music*, in «Technology & Culture», 44 (3), pp. 536-559.
 2004 *Sound studies. New technologies and music*, in «Social Studies of Science», 43 (4), pp. 635-648.
- Pinch, T. e Trocco, F.
 2002 *Analog days. The invention and impact of the Moog synthesizer*, Cambridge, Harvard University Press.
- Reckwitz, A.
 2002 *Toward a theory of social practices. A development in culturalist theorizing*, in «European Journal of Social Theory», 5 (2), pp. 243-263.
- Rohter, L.
 2005 *An unlikely trendsetter made earphones a way of life*, in «The New York Times», edizione on-line, 17 dicembre, <http://www.nytimes.com/2005/12/17/international/americas/17pavel.html?ex=1292475600&en=5f4f6a4c9731e289&ei=5090&partner=rssuserland&emc=rss> (settembre, 2006).
- Santoro, M.
 2002 *La musica, la sociologia e 40 milioni di italiani*, in «il Mulino», 5, pp. 952-963.
- Schafer, M.
 1977 *Il paesaggio sonoro*, trad. it. Lucca, Ricordi, 1985.
- Sennett, R.
 1999 *L'uomo flessibile. Le conseguenze del nuovo capitalismo sulla vita personale*, trad. it. Milano Feltrinelli, 1998.

- Schatzki, T., Knorr Cetina, K. e Von Savigny, E. (a cura di)
2001 *The practice turn in contemporary theory*, London, Routledge.
- Sheller, M. e Urry, J. (a cura di)
2006 *Mobile technologies of the city*, London, Routledge.
- Shove, E.
2003 *Comfort, cleanliness and convenience. The social organization of normality*, Oxford, Berg.
- Silverstone, R. e Hirsh, E. (a cura di)
1992 *Consuming technologies. Media and information in domestic spaces*, London e New York, Routledge.
- Star, S.L. e Griesemer, J.R.
1989 *Institutional ecology, translations and boundary objects. Amateurs and professionals in Berkeley's museum of vertebrate zoology 1907-39*, in «Social Studies of Science», 19, pp. 387-420.
- Sterne, J.
2003a *Bourdieu, technique and technology*, in «Cultural Studies», 17 (3-4), pp. 367-389.
2003b *The audible past. Cultural origins of sound reproduction*, Durham, Duke University Press.
2006 *The mp3 as cultural artefact*, in «New Media and Society», 8 (5), pp. 853-870.
- Straw, W.
2000 *Exhausted commodities. The material culture of music*, in «Canadian Journal of Communication», 25 (1), pp. 175-185.
- Symes, C.
2004 *Setting the record straight. A material history of classical recordings*, Middletown, Wesleyan University Press.
- Tang, J.
2004 *The endless quest for fidelity. A portrait of the early audiophile community*, paper presentato alla conferenza 4S-EASST, Parigi, 25-28 Agosto.
- Taylor, T.
2001 *Strange sounds. Music, technology and culture*, London, Routledge.
- Van Gennep, A.
1909 *I riti di passaggio*, trad. it. Torino, Bollati Boringhieri, 1981.
- Wyatt, S.
2003 *Non users also matter. The construction of users and non-users of the internet*, in N. Oudshoorn e T. Pinch (a cura di), *op. cit.*, pp. 67-80.

Warde, A.

2005 *Consumption and theories of practice*, in «Journal of Consumer Culture», 5 (2), pp. 131-153.

Williams, R.

1974 *Televisione. Tecnologia e forma culturale*, trad. it., Bari, De Donato, 1981.

1983 *Towards 2000*, London, The Hogart Press.

Woolgar, S.

1991 *Configurare l'utente, inventare nuove tecnologie*, trad. it. in A. Mattozzi (a cura di), *Il senso degli oggetti tecnici*, Roma, Meltemi, 2006, pp. 223-270.

