

[Pocherighe #1] La teoria dei piccoli mondi e il tuo potere in rete

Sei gradi di separazione dividono ciascun individuo da qualsiasi altro essere umano sulla terra. Sarà vero? Di sicuro questa è l'affascinante ipotesi di un film del '93 intitolato proprio "Sei gradi di separazione". Interpretato da Donald Sutherland e Will Smith, il film ripropone una teoria elaborata dal sociologo Stanley Milgram nel 1967.

Dalla **teoria dei piccoli mondi** partiamo per raccontare che anche all'interno della rete più grande e democratica che riusciamo a immaginare, il Web, **è sempre possibile raggiungere tutti**. Ma come?

Ne parliamo con **Mafe de Baggis**, direttore creativo e autrice di "**Le tribù di Internet**".

di Rosella Gaudiuso e Simona Pallai

È vero che il Web è un luogo assolutamente democratico?

Direi che si tratta del primo media che consente a chiunque di pubblicare le sue idee per un universo potenziale di milioni di lettori.

Il punto è: chi leggerà davvero quelle opinioni? Se i link fra i nodi della rete fossero distribuiti a caso, si otterrebbe davvero un ambiente democratico, in cui tutti dispongono in media dello stesso numero di lettori.

In realtà, il Web è dominato da pochissimi **hub** strategici (nodi altamente connessi come ad esempio i portali) che sono i soli ad avere effettivamente la capacità di far pervenire il proprio messaggio a un numero significativo di utenti.

In una rete enorme, dunque, ci sono pochi siti che hanno caratteristiche speciali?

Esatto. E questo aspetto è diretta conseguenza del fatto che ad Internet (così come alle reti sociali) non è applicabile il modello delle *reti casuali*. Secondo questo modello, infatti, il numero di contatti per ogni nodo si distribuisce in modo casuale. Se così fosse, ogni soggetto delle rete avrebbe la possibilità di creare più o meno lo stesso numero di contatti.

E questa è stata a lungo la convinzione dominante in materia di reti. In realtà, all'interno di ogni rete ci sono solo pochi soggetti in grado di attirare un elevato numero di contatti.

In primo luogo, perché i soggetti più "vecchi" godono del vantaggio di aver avuto più tempo per acquisire link o contatti e poi perché il criterio di scelta del nodo a cui connettersi tiene conto anche delle sue qualità, la cosiddetta "fitness".

Qualcuno sostiene che la rete ha un diametro. Qual è il diametro del Web?

Ogni rete, che siano le cellule del cervello o gli aeroporti americani, ha un suo diametro pari al numero di passi necessari per raggiungere un altro punto della stessa rete.

Attualmente esistono alcuni miliardi di pagine Web. Molte di esse contengono link che le connettono ad altre, proprio come gli esseri umani sono legati da catene di conoscenza.

In Internet, i gradi di separazione sono 19 [Barabasi 2002].

Sembrano tanti, vero? In realtà sono pochi, considerata l'ampiezza della rete.

Questo non significa che sia facile compiere i 19 passi per arrivare a qualunque sito ci interessi. Infatti, con la stessa facilità possiamo arrivare in ogni altro sito e la scelta di quelli che poi visitiamo dipende da quanto a loro volta sono già connessi e dal loro contenuto.

La rete telematica è dominata da hub logistici (come Google o Virgilio) che per il meccanismo di scelta preferenziale tendono a diventare sempre più grossi e connessi.

Chi ha più link ha maggiori probabilità di averne di nuovi (preferential attachment).

E le reti sociali? Cosa sono?

Ognuno di noi vive immerso in una rete di contatti: amici, colleghi, parenti e semplici conoscenti. È una rete virtuale che, per una volta, Internet aiuta a materializzare, rendendola visibile sia a chi la crea, che a chiunque vi acceda.

Le piattaforme di **social network** (reti sociali) permettono d'invitare chi già conosci a far parte della tua rete, visualizzata come elenco e affiancata da un profilo professionale o personale dove parlare di sé. È un sistema per creare relazione e ampliare le dimensioni di quelle già esistenti. Non poteva non accadere: la rete di relazioni offline tende a coincidere con quella online.

La distinzione fra amici e colleghi di Internet e quelli del mondo reale comincia a non aver più senso (www.linkedin.com; www.friendster.com)

Più ridotto il diametro delle reti sociali che è uguale a 6 come nella teoria dei "sei gradi di separazione". Questo vuol dire che ci conosciamo tutti?

Non è esattamente così. Quella dei sei gradi di separazione per cui sarebbero sufficienti solo sei contatti per conoscere qualunque persona nel mondo è un'intuizione qualitativa delle proprietà delle reti sociali, più che una teoria vera e propria.

Perché si possa parlare di teoria, è necessario poterla applicare sempre e in ogni luogo.

È più corretto parlare di "**teoria dei piccoli mondi**".

La memoria va all'esperimento condotto dal sociologo Stanley Milgram nel 1967, che ha verificato come un gruppo di volontari nel Nebraska e nel Kansas fossero in grado di venire in contatto con sconosciuti nel Massachusetts, impiegando la loro rete di amici e conoscenze. Senza nulla togliere al valore di quest'esperienza è importante considerare che nelle reti sociali conta anche la qualità delle **performance** - *reputazione personale* - che gli individui sono in grado di offrire. Se è amico di un mio amico mi fido, e sono portata a fidarmi ancor più se quel mio amico lo stimo in modo particolare, cioè se per me gode di un'ottima reputazione. Insomma, anche qui, chi ha più contatti ha maggiori probabilità di averne di nuovi. Così come accade in Internet, ci sono poche persone che hanno relazioni eccellenti e che governano una rete molto più ampia di conoscenze rispetto ad altri.

È possibile usare le proprietà delle reti sociali anche per sviluppare strategie di marketing?

Certo! Le relazioni interne alle reti sociali, offrono interessanti spunti per le strategie di comunicazione e di web marketing. E non solo. Si pensi alle potenzialità e alle competenze che all'interno delle aziende le persone si trovano a gestire diversamente da quanto previsto dagli organigrammi aziendali. Al di là di ruoli predefiniti, si sviluppano competenze e capacità del tutto inespresse.

In un'Intranet i social network possono aiutare la comparsa di "**community of practice**" (comunità di pratica) dalle gerarchie ufficiali: la mappa delle relazioni e degli interessi dei dipendenti (su base volontaria, ovvio) può svelare attitudini e competenze ufficiose, utilissime per ridisegnare i processi o creare gruppi di lavoro multidisciplinari.

Anche le local community meglio ancora se professionali, possono avvantaggiarsi della creazione di una **mappa dei rapporti**: pensiamo per esempio alle sempre più numerose esperienze di marketing territoriale promosse dai comuni, dove lo sviluppo del progetto non può prescindere dalla conoscenza dinamica delle relazioni preesistenti e delle nuove possibilità.

Pocherighe è la newsletter della [Palestra della scrittura](#),

fondata da Alessandro Lucchini e Paolo Carmassi.