

Considerazioni sulla conservazione dei blog

I blog sembrano proliferare ovunque ultimamente, ma dobbiamo chiederci cosa ci riserverà il domani (e il giorno successivo e quello dopo ancora...).

La questione se i blog meritino o meno di essere conservati, al di là delle azioni intraprese dai rispettivi autori, è oggetto di opinioni differenti. Questo documento non è un contributo a quel tipo di discussione, piuttosto offre una panoramica delle questioni che le organizzazioni impegnate nella pianificazione di programmi di conservazione dei blog devono tenere in considerazione. I blog sono il prodotto di una rete di partecipanti: gli autori stessi, i service provider e il pubblico dei lettori. Nel presente abstract sono discusse alcune proprietà fondamentali dei blog e le caratteristiche e i comportamenti di questi partecipanti, che possono incidere sulle attività di conservazione.

Introduzione

Nella letteratura specializzata si sostiene che i blog, come testimonianze che possono rivelarsi preziose rispetto alle tracce documentarie lasciate dall'uomo, sono degni di tutela e di conservazione a lungo termine. PANDORA è un esempio di organizzazione attualmente impegnata nel raccogliere i blog all'interno del suo programma di conservazione. I blog sono una componente assai diffusa della realtà online, emersi negli ultimi anni in modo dilagante sotto forma di strumento interattivo per la comunicazione e la diffusione dell'informazione. L'estensione della blogosfera, la diversa ed eterogenea aggregazione dei suoi contenuti, è smisurata. Questa si compone di reti di co-produttori costituite da autori di blog, o blogger, pubblico di lettori e service provider che rispecchiano una varietà di problematiche comportamentali, tecniche, sociali e legali tra loro collegate. Questo documento offre una sintesi delle proprietà fondamentali e dei caratteri distintivi dei blog e dei blogger, che possono incidere sulle attività di conservazione.

Proprietà dei blog

I blog si presentano in tutte le forme e dimensioni. Nonostante ci sia una considerevole diversità nella composizione dei blog rispetto all'argomento che trattano, alla finalità, alla disposizione delle pagine e al tipo di pubblico cui si rivolgono, esistono tuttavia dei caratteri comuni. Solitamente il contenuto di un post all'interno di un blog comprende un testo, delle immagini e un segmento audio/video, che si presentano in ordine cronologico inverso. Il contenuto può trarre origine dal blog stesso o dal contributo di altri, e può essere importato, inserito, o reso fruibile con l'ausilio di link esterni. La maggior parte dei blog sono interattivi, poiché permettono ai lettori di lasciare commenti, aggiungere tag o eseguire altre attività. Questa comunicazione a doppio senso supporta molteplici scenari di interazione che dipendono dal numero dei partecipanti, dalle dimensioni del pubblico dei lettori, dal modo di trattare gli argomenti e dall'accessibilità. I blog sono dinamici e variano continuamente, in quanto aggiornati o accresciuti di frequente. Ciò accade solitamente con regolarità, benché alcuni possano essere anche discontinui, poiché dipendono dalle abitudini dei singoli blogger. I blog sono comunemente definiti come temporanei, sebbene la durata della loro vita possa variare. Esistono esempi di blog attivi, che vengono accresciuti, modificati e mantenuti per soli giorni o settimane, ed esempi stabili che rimangono vitali per un certo numero di anni.

Comportamenti dei blogger

Proprio come i blog sono eterogenei, così lo sono i comportamenti editoriali di chi li scrive. I blogger pubblicano grazie ad un'ampia scelta di service provider specifici e di siti host. Gli autori possono essere una o più persone, le quali si danno un'identità, e quindi sono libere di scrivere usando il proprio nome o uno pseudonimo.

Nonostante la maggior parte dei blog si caratterizzino come risorse aperte a chiunque, i blogger possono limitare l'accesso a tutto o ad alcune parti del proprio lavoro. Hanno l'opportunità di scegliere tra varie tecniche per la composizione, o utilizzando funzioni di editor presenti all'interno dello stesso blog, o servendosi di strumenti esterni, come i programmi di videoscrittura, di posta elettronica e i desktop plug-in. Possono facilmente aggiornare, modificare e alterare il loro prodotto, sia in termini estetici e di presentazione delle pagine, sia in termini di contenuto.

I blog, insieme ai post e ai commenti, hanno la possibilità di essere intenzionalmente modificati o cancellati.

Tale attività sostiene il concetto della natura effimera dei blog, che trova la sua espressione non solo nella pubblicazione di nuovi contenuti, ma anche nell'alterazione o perdita di quelli pubblicati precedentemente. Inoltre, è possibile che avvengano cancellature e perdite accidentali e non intenzionali. Per citare un esempio ben noto a tutti, il Blog di Google fu 'eliminato per sbaglio' e poi recuperato una volta scoperto l'errore.

Bibliografia

(1) Pandora, <http://pandora.nla.gov.au/>

(2) Technorati. "State of the Blogosphere/2008." <http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/>

(3) Amanda Lenhart and Susannah Fox, Bloggers: A Portrait of the Internet's New Storytellers. Pew Internet and American Life Project (July 19, 2006). <http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP%20Bloggers%20Report%20July%2019%202006.pdf>

(4) Vivian Serfaty, *The Mirror and the Veil: An Overview of American Online Diaries and Blogs*. Amsterdam and New-York: Rodopi, 2005.

(5) The Official Google Blog. "And We're Back" (March 27, 2006). <http://googleblog.blogspot.com/2006/03/and-were-back.html>

(6) Priscilla Caplan, "The Preservation of Digital Materials," *Library Technology Reports* 44, no. 2 (February/March 2008): pp. 1-9. <https://publications.techsource.ala.org/products/archive.pl?article=2614>

(7) E.g., BlogBackupOnline, <http://www.blogbackuponline.com/techrigv/>; BlogBackupr, <https://blogbackupr.com/>; Archive-It, <http://www.archive-it.org/>

Considerazioni sulla conservazione

Considerando queste caratteristiche generali, proprie sia dei blog che dei blogger, è opportuno chiedersi se un blog debba essere o meno degno di un'attività di conservazione. Caplan sintetizza gli obiettivi della conservazione del digitale nei seguenti concetti: disponibilità (availability), identità (identity), comprensibilità (understandability), stabilità (fixity), autenticità (authenticity), vitalità (viability), rappresentabilità (renderability).

Una trattazione esauriente delle questioni che gravitano intorno alla conservazione dei blog, rispetto a questi obiettivi, non rientra negli scopi di questo abstract. Di seguito viene presentato un esempio che si limita ad analizzare solo alcuni problemi relativi alle prime 3 finalità.

Disponibilità (Availability): qualsiasi attività legata alla conservazione necessita della semplice fase di duplicazione. Il permesso di copiare il contenuto di un blog richiede di gestire i diritti di molteplici co-produttori: il blogger, o i blogger nel caso dei blog creati con la collaborazione di più autori; i partecipanti che inviano commenti; i service provider di blog e altri creatori di contenuti, come nel caso di quelli inseriti e importati.

Identità (Identity): un numero di fattori ostacola la possibilità di descrivere il blog in maniera adeguata. Per esempio, l'uso degli pseudonimi complica gli accertamenti sulla paternità, come anche lo stabilire altri tipi di verifiche, quali i permessi, la credibilità, l'autenticità. Nonostante l'adozione dei tag descrittivi rappresenti un tratto comune a molti blog, la qualità e l'accuratezza di tale informazione, che tenta di definire un contenuto, varia ampiamente.

Comprensibilità (Understandability): E' sufficiente conservare i contenuti, senza tener conto del contesto? L'impossibilità di acquisire e conservare il design e la veste grafica del blog contrasta con i suoi attributi ben definiti, come l'interattività e la sistematica, cronologica attività di pubblicazione. La maggior parte dei blogger si avvalgono di service provider e, in quanto tali, i loro blog sono soggetti alle condizioni di utilizzo di questi ultimi, poiché dipendono dalla continuità di simili servizi per quanto riguarda la pubblicazione e l'accessibilità.

Inoltre, la varietà dei blog e le diverse percezioni della loro qualità e utilità portano a interrogarsi sui criteri di valutazione e selezione. I blog non vengono creati in modo uguale. Ci sono differenze nel tipo di pubblico cui sono rivolti, nel numero dei lettori, nel genere di dominio, nella credibilità e nell'autorità. Dovrebbero essere conservati tutti i blog? Questa domanda è molto diversa da: possono essere conservati tutti i blog? Nel secondo caso, la risposta è no. Ci sono semplicemente troppi elementi deboli perché questo obiettivo venga raggiunto, come la smisurata quantità di blog attivi e non attivi, problemi di proprietà e di copyright, di accesso e di reperibilità. Sotto questa luce, la domanda precedente può essere riformulata con: quali blog dovrebbero essere conservati? Ovviamente, ciascun blogger può decidere di adottare delle misure che gli consentano di conservare il proprio blog nella maniera più rudimentale. Attualmente sono disponibili in rete degli strumenti per facilitare la conservazione personale del blog. Per le organizzazioni, che gestiscono i programmi di conservazione, sono invece fondamentali parametri di selezione ben definiti.

Conclusioni

Le considerazioni presentate in questo abstract illustrano l'ampiezza e la varietà dei problemi che incidono sull'attività di conservazione dei blog e le decisioni indispensabili che è necessario prendere prima di avviare dei programmi di conservazione. Tali decisioni saranno più incisive, grazie a una profonda comprensione delle caratteristiche e dei comportamenti di una comunità di co-produttori di blog, blogger, service provider e pubblico di lettori orientata da un

Autori: Carolyn Hank, Laura Sheble and Songphan Choemprayong, *School of Information and Library Science, University of North Carolina at Chapel Hill*

hcarolyn@email.unc.edu

Traduzione: **Alessandra Giovenco**, *The British School at Rome - Roma*

a.giovenco@bsrome.it