

Lo Spiffero

diretto da Bruno Babando *QUELLO CHE GLI ALTRI NON DICONO*

Pimopiano | Attico | Buco della serratura | Mariopiede | Sottoscala | Carina | Vito | Contatti

CERCA

Attico

condividi condividi stampa mail

Mi piace Piace a 5.506 persone. Iscriviti per vedere cosa piace ai tuoi amici.



Tutti pazzi per Twitter

Publicato Lunedì 28 Aprile 2014, ore 7,00

L'impatto del secondo social network più famoso nel mondo sulla comunicazione politica. Chi cinguetta? Come viene usato da partiti, istituzioni e rappresentanti? E qual è il ruolo degli influencer nella costruzione del consenso?



Lo spazio pubblico si sta modificando? Com'è rappresentata la politica in quello stesso spazio? Una riflessione sulle ragioni per cui in politica «siamo tutti pazzi per Twitter» è al centro di un libro collettaneo che raccoglie il contributo di numerosi studiosi. Il gioco continuo di conferme di ruolo e subitaneie cessioni di sovranità nel quale gli attori politici, gli appartenenti alle élite medialie e i cittadini replicano e attivano nuove dinamiche di relazione sta modificando significativamente l'ecosistema mediale. E di conseguenza anche la politica ne esce diversa, se non altro nei canoni espressivi, nella selezione

delle priorità, nell'individuazione dei target a cui rivolgersi. Persino i tradizionali opinion leader subiscono una trasformazione, incalzati dai nuovi influencer apparsi sulla scena, costringendo i vecchi alla alfabetizzazione. L'informazione diventa sempre più frammentata e frutto di molteplici attori; le interazioni discorsive si moltiplicano in un flusso ininterrotto.

È sufficiente gettare uno sguardo alle pagine della stampa, ascoltare un notiziario o seguire un programma televisivo per imbattersi nella citazione di un tweet o, più in generale, di Twitter. Nonostante le dimensioni della platea di utenti nel nostro paese siano tuttora ridotte - meno di quattro milioni - Twitter sembra essere divenuto un crocevia attraverso il quale passano flussi comunicativi e informativi che innervano il tessuto delle società contemporanee. La centralità della piattaforma della comunicazione in 140 caratteri è ancora più evidente nell'ambito della dimensione politica, all'interno della quale si muovono e interagiscono tanto gli appartenenti alle tradizionali élite (politici e media) che i membri delle non élite.

L'uso di Twitter è spesso protagonista di una ricca aneddotica, ospitata dagli stessi media mainstream, ma è più raramente oggetto di analisi scientifica. Il volume si pone l'obiettivo di colmare tale vuoto tramite l'offerta di elementi empirici circa le caratteristiche del nuovo spazio pubblico. Approfondendo delle elezioni primarie del centro sinistra del 2012 e delle politiche del 2013, è stata realizzata un'analisi sugli usi della piattaforma ad ampio raggio: dalla pratica del live tweeting realizzata in occasione del confronto televisivo tra i candidati alla guida della coalizione del centro sinistra, al ricorso sistematico a Twitter da parte dei media tradizionali per costruire il racconto della politica; dalle conversazioni che si sono intrecciate tra i cittadini alla diffusione di battute e giochi di parole sui temi al centro dell'agenda politica. I dati raccolti restituiscono un quadro nel quale si individuano frequenti forme di ibridazione (tra media, temi e contesti) nonché un flusso ininterrotto di interazioni discorsive che coinvolge attori politici, giornalisti, cittadini, sostenitori e militanti.



Sara Bentivegna (a cura di)
 La politica in 140 caratteri
 Twitter e spazio pubblico
 FrancoAngeli, Milano 2015
 pp. 224, € 29,00

I più letti dell'Attico



Corso accelerato di libertà
 Nel suo "Piccolo manuale" Foschi compie un'agevole full-immersion nei principi cardine del liberalismo, concettualmente rigorosa e molto documentata...



Incroci di vite spezzate
 Il romanzo d'esordio di Gentile è un viaggio interiore. Ricordi, dolore e sentimenti in un'opera capace di scavare con assoluta maestria nell'a...



Ci vuole (nuova) energia
 La ricerca di questa fonte che mette in moto le nostre industrie, muove le nostre automobili, carica i nostri cellulari passa attraverso scoperte e im...



Il divorzio di San Valentino
 Benvenuto, uno dei protagonisti dell'accordo che trent'anni fa fermò la scala mobile ripercorre le tappe di una stagione che segnò profondamente...

Altre notizie dell'Attico



Il divorzio di San Valentino
 Benvenuto, uno dei protagonisti dell'accordo che trent'anni fa fermò la scala mobile ripercorre le tappe di una stagione che segnò profondamente...



Corso accelerato di libertà
 Nel suo "Piccolo manuale" Foschi compie un'agevole full-immersion nei principi cardine del liberalismo, concettualmente rigorosa e molto documentata...

Dall'Introduzione di Sara Bentivegna

È abbastanza paradossale che non passi giorno senza imbattersi « sfogliando le pagine di un quotidiano, di un rotocalco o assistendo a un programma televisivo » almeno in un tweet, tratto dalla timeline di personaggi più o meno famosi. In ambito politico, il ricorso ai tweet dei leader o degli esponenti dei vari partiti è, ormai, una prassi corrente che produce interessanti spunti di discussione negli stessi media *mainstream*. In che senso, allora, parlare di paradosso? Molto semplicemente perché, a fronte di una platea di dimensioni davvero ridotte (al di sotto dei quattro milioni), si assiste a un grande risalto attribuito a tutto ciò che riguarda l'ultimo arrivato tra i social media. In termini sintetici e sbrigativi, si potrebbe dire che, oggi, se si coltiva l'obiettivo di far circolare una dichiarazione o un'informazione, la strada obbligata conduce alla creatura di Jack Dorsey.

È bene chiarire sin da subito, però, che non si tratta dell'ennesima anomalia italiana; anche in altri paesi – con un bacino di utenza più ampio del nostro ma pur sempre inferiore a quello di altri social media – la twittersfera gioca un ruolo significativo nella ridefinizione del complessivo ecosistema mediale. Si pensi, per esempio, alla funzione svolta da Twitter in occasione di catastrofi o eventi tragici, della cosiddetta « primavera araba », delle recenti campagne elettorali tenutesi in giro per il mondo o, infine, della ripresa di un'interazione, sia pure solo discorsiva, tra il Presidente degli Stati Uniti e quello dell'Iran. Insomma, mai come oggi Twitter sembra essere il crocevia attraverso il quale passano flussi comunicativi e informativi che innervano il tessuto delle società contemporanee, toccando sfere dalle caratteristiche più diverse: del tempo libero, dello studio, dell'informazione, della conversazione e così via.



Di fronte all'estensione e all'intensità delle trasformazioni alle quali assistiamo, l'avvio di una riflessione sulle ragioni per cui « siamo tutti pazzi per Twitter » è quanto mai opportuno ed è esattamente quanto si cercherà di fare nelle pagine seguenti. Prima di entrare nel merito delle ragioni che ci fanno apprezzare Twitter è opportuno, tuttavia, dedicare un po' di attenzione alle caratteristiche degli utenti. Come è già stato detto, secondo i dati disponibili gli utenti non superano i quattro milioni, sono per lo più giovani (dai 16 ai 34 anni) e con un elevato

livello di istruzione. Oltre a tali aspetti, si deve aggiungere che la piattaforma è frequentata da utenti appartenenti alle tradizionali élite (politiche e mediali), alle nuove tecno élite, alle minoranze attive e alle cosiddette non élite. Queste prime informazioni sugli utenti consentono di anticipare un tratto della piattaforma assolutamente peculiare e tale da sostenerne la centralità nel nuovo ecosistema comunicativo: l'opportunità di interazione tra diversi soggetti – élite e non élite – considerata da alcuni studiosi come la dimensione cruciale dell'interazione discorsiva nella sfera pubblica contemporanea.

Assumendo a riferimento tali coordinate, e con l'intento di fornire sostegno empirico a un fenomeno altrimenti ridotto ad aneddotta, sono stati progettati e realizzati i contenuti di questo volume. Pur se molti dati fanno riferimento all'attività su Twitter nel corso della campagna elettorale del 2013, questo volume non tratta specificamente della campagna. Tratta, piuttosto, di alcune questioni proprie della declinazione della politica nel nuovo spazio. In questa ottica, devono essere letti i diversi contributi, a partire dal mio capitolo iniziale che sviluppa una riflessione su Twitter all'interno di un contesto comunicativo di più ampio respiro. Si tratta di una messa a fuoco dei soggetti che animano la twittersfera – politici, giornalisti e cittadini – nonché delle relazioni e interrelazioni esistenti.

Nel secondo capitolo, elaborato da Paolo Mancini e Marco Mazzoni, vengono affrontate, invece, le questioni dell'ibridazione informativa e mediale che caratterizzano gli attuali cicli dell'informazione politica. Grazie a un'analisi empirica condotta sulle pagine dei quotidiani italiani, i due studiosi individuano forme evidenti e ricorrenti di ibridazione informativa nonché significative conseguenze sul fronte dell'ampliamento dell'ambito attoriale e della complessificazione del dibattito pubblico.

Nel terzo capitolo, elaborato da Rita Marchetti e dalla sottoscritta, oggetto di analisi è l'ibridazione mediale che si realizza nel consumo televisivo integrato dal commento su Twitter. Occasione per l'analisi è stato il dibattito televisivo « Italia bene comune » che ha visto coinvolti i candidati alla premiership del centro sinistra. L'analisi della conversazione condotta su Twitter in concomitanza del dibattito ha confermato la centralità delle élite tradizionali ma, contemporaneamente, ha permesso di far emergere un ampliamento dello spazio discorsivo grazie al contributo dei cittadini impegnati in commenti e in operazioni di reframing su un piano satirico.



Ci vuole (nuova) energia
La ricerca di questa fonte che mette in moto le nostre industrie, muove le nostre automobili, carica i nostri cellulari passa attraverso scoperte e im...



Incroci di vite spezzate
Il romanzo d'esordio di Gentile è un viaggio interiore. Ricordi, dolore e sentimenti in un'opera capace di scavare con assoluta maestria nell'a...



La meglio gioventù dell'Avogadro
Quinquennio di formazione sui banchi del più celebre istituto tecnico di Torino. Dove tra contestazione, primi amori e tanto rock Aime iniziava ad ap...



Ci conviene la libertà?
La crisi attuale ha radici nell'ingombrante estensione dello Stato e conseguenze sulla dimensione economica, politica e morale della vita del paese....

Ancora nell'ambito dell'ibridazione informativa si colloca il contributo di Roberta Bracciale e Rossella Rega. A partire dall'analisi dei link presenti all'interno dei tweet, le due studiose hanno individuato i contributi informativi autonomi prodotti dagli user e quelli tratti dai media *mainstream*. Il quadro che ne è emerso è risultato il frutto di un massiccio ricorso all'informazione prodotta dagli attori tradizionali, accompagnata in misura decisamente più limitata dall'uso di materiale ironico autoprodotta.



Il capitolo quinto, elaborato dalla sottoscritta, si colloca, invece, nettamente sul versante della campagna elettorale. Nelle due settimane che hanno preceduto il voto, le timeline dei leader delle diverse coalizioni sono state monitorate al fine di individuare gli stili di uso di Twitter. Il risultato complessivo è stata la conferma di un modello *broadcast* piuttosto che conversazionale, finalizzato alla self promotion. Sorprendentemente, questo modello si è dimostrato condiviso anche da chi, come Beppe Grillo, ha fatto di un uso strategico della rete il proprio cavallo di battaglia.

Focalizzato sulla dimensione conversazionale è, invece, il sesto capitolo, redatto da Maurizio Tesconi e dalla sottoscritta. A partire dalla rilevazione della partecipazione degli utenti in una conversazione di natura politica, sono state monitorate le timeline dei soggetti per un arco temporale di circa sei mesi. Ciò ha permesso di individuare profili diversi di utenti, con interessi stabili o intermittenti per la politica. Accanto alla figura dei «drogati di politica» – in virtù del loro stabile interesse per la politica – è stata individuata la figura del «cittadino monitorante», ovvero di un cittadino che presta attenzione alla politica solo in coincidenza con eventi di particolare rilevanza.

Nel settimo capitolo, invece, Rita Marchetti analizza le trasformazioni della figura dell'influencer nella twittersfera. In continuità con le riflessioni prodotte in ambito sociologico sulla figura del leader d'opinione, la studiosa individua ed esamina le diverse forme di influenza che si rintracciano su Twitter. Oltre ad offrire elementi di conferma circa il ruolo di influencer esercitato dai membri che appartengono alle tradizionali élite mediali, i dati presentati descrivono l'emergere di nuovi influencer all'interno di cerchie diversificate.

In ultimo, il capitolo ottavo, redatto da Giuseppina Bonerba e Diego Ceccobelli, affronta l'uso di uno stile ironico-umoristico da parte degli utenti. Grazie a un'attività di reframing esercitata su un tema al centro della campagna elettorale (la cancellazione dell'IMU, trasformata in #propostashock) e su una polemica che ha accompagnato l'elezione del Presidente della Repubblica (#ècolpaditwitter), gli utenti hanno seguito le vicende politiche italiane, dando vita a un'ibridazione contenutistica e stilistica.

Nel complesso, tutti i contributi presenti in questo volume rispondono all'esigenza di offrire elementi empirici riguardo all'irruzione della politica su Twitter, tramite uno sguardo ravvicinato ai nuovi attori, alle nuove relazioni, ai nuovi equilibri di potere. Si tratta di un'offerta di dati e spunti di riflessione finalizzata a restituire la declinazione della politica nella twittersfera nel nostro paese, pur nella consapevolezza della velocità delle trasformazioni che stanno riconfigurando l'ecosistema mediale.

Commenti (0)



Inserisci un commento

Titolo

Testo (max 1.500 caratteri)

Invio