

L'immagine delle parole in rete. Applicazione di *Network Text Analysis* sui gruppi di *Facebook* dedicati alla politica

Anna Gigante ¹, Elisabetta Pelliccia ²

¹ CUR – Centro Universitario Ricerche – Roma

² TELECOM ITALIA - Domestic Market Operations Marketing - Business Monitoring -
Mobile & VAS Monitoring - Roma

Riassunto

Il presente lavoro offre un'articolazione e un'applicazione a livello teorico-metodologico di *Network Text Analysis* sul *Social Network Facebook*. All'interno dei *Social Network* - forme di libera espressione e partecipazione orizzontale - avviene uno scambio continuo di informazioni e opinioni come processi strutturalmente funzionali alla formazione di specifiche e differenziate forme di categorizzazione, confronto e identità sociale. Il presente lavoro è volto alla disamina dell'immagine della politica italiana veicolata attraverso *Facebook*, *Social Network* dalla rilevante influenza sociale determinata dall'elevato numero di iscritti. Nello specifico, si sono analizzati i dati relativi a 6.913 titoli e ad un campione di 1.000 descrizioni di gruppi dedicati a ministri e partiti politici. La particolarità dell'oggetto di studio ha reso necessaria l'adozione di un livello integrato di approcci di analisi: un'analisi automatica (attraverso l'utilizzo del software TALTAC2) e una contestualizzazione a livello semantico del testo, l'estrazione di parole caratteristiche di alcuni sub-corpora e un'integrazione con tecniche di *Network Text Analysis*, in modo da connettere e analizzare il linguaggio e i relativi ambiti di discussione politica degli utenti di *Facebook*, insieme alla sottostante dimensione sociale, politica e culturale di questo spazio virtuale.

Abstract

This research work offers a Network Text Analysis theoretical method applied to the Facebook community network. Inside these social networks - vehicles of freedom of expression along with a wide transversal participation - a continuous and intensive sharing of information and opinions takes place and contributes into the forming of many different and specific social identities confronting themselves. We considered the way in which Italian politics is spread via Facebook and how network users perceive it, given the increasing number of users and its impact on forming a public opinion. We considered and analyzed data relative to 6.193 threads (titles) and a sample of 1.000 descriptions of pages or groups related to Italian politics topics, ministers and parties. The peculiarity of the subject of this study lead us to an integrated analysis approach: an automated analysis (using TALTAC2 software) and a semantic contextualization at text level, extracting specific words from sub-corpora and an integration of Network Text Analysis to make connections and analyze the language used and it's relative topic on italian politics within the Facebook community including the social, political and cultural dimension of this virtual space.

Keywords: Facebook, Social Network, Social Identity Theory, policy, web mining, automatic text analysis, semantic web, network text analysis

1. Introduzione

Il presente lavoro è volto allo studio dei gruppi di interesse politico del *Social Network Facebook*, al fine di offrire una fotografia delle Rete in merito allo scambio di libere opinioni sulla politica

italiana. I *Social Network* rappresentano dei luoghi virtuali all'interno dei quali si sviluppano diverse reti di relazioni, possibili grazie ad un elevato livello di interazione sito-utente, attraverso cui quest'ultimo, per mezzo di semplici interfacce, è al tempo stesso produttore e fruitore delle pagine di un sito e non più semplice utente passivo (Scalia and Lombardi, 2009). Questo fenomeno, cominciato con i blog e *Wikipedia*, si è successivamente allargato alle comunità online. Il primo esperimento è stato *MySpace*, al quale si sono poi aggiunti *YouTube*, *Flickr*, *LinkedIn*, *aSmallWorld* e, più recentemente, *Facebook*. In Italia, come nel resto del mondo, la partecipazione ad un *Social Network* come *Facebook* rappresenta oggi un fenomeno caratterizzato da un'elevata portata a livello sociale e culturale. *Facebook* nasce nel 2004 dall'idea di Mark Zuckerberg, studente dell'Università di Harvard, che attiva il sito *TheFacebook.com* per lo scambio di informazioni tra gli studenti del Campus universitario. Nel biennio 2006-2007 la rete *Facebook* si estende in altri paesi fino a superare i 70 milioni di utenti nel mondo. Nel 2008 si rilasciano le versioni in 40 lingue, tra cui quella italiana. Nel mese di dicembre 2008, gli utenti nel nostro paese passano da 900 mila a 5 milioni (con una media di 455.556 iscritti al mese). Nella classifica mondiale ¹ l'Italia si posiziona al sesto posto con una crescita (tra gennaio e settembre 2009) del 95% ². Una delle opzioni di *Facebook* maggiormente utilizzate dagli utenti e oggetto della presente ricerca è quella dei *gruppi*, che consente forme di aggregazione a seconda dei diversi interessi personali. Ogni membro può fondare un nuovo gruppo o iscriversi ad uno già esistente ³. Questa funzione ha portato alla costituzione di oltre 20 milioni di gruppi di ogni tipo (politici, culturali, di intrattenimento, religiosi ecc.). I *Social Network*, e *Facebook* in particolare, non sono solo strumenti di svago, ma rappresentano delle piazze politiche virtuali. Infatti, bisogna sottolineare la libertà di espressione consentita dal mezzo (la cosiddetta partecipazione orizzontale della Rete), che permette una discussione libera e autonoma dei cittadini, bypassando la mediazione giornalistica. La maggiore libertà di espressione, insieme all'accesso a molteplici fonti di informazione e alla possibilità di interazione diretta, permette il confronto e l'approfondimento in tempo reale sulle tematiche e gli avvenimenti legati al mondo politico. Obiettivo del presente lavoro sono l'articolazione e l'estensione delle applicazioni teorico-metodologiche del paradigma (Kuhn, 1962) strutturale della *Social Network Analysis* – nello specifico attraverso un'applicazione di *Network Text Analysis* – inteso come modello applicativo per la rappresentazione della natura delle relazioni sociali. Questo settore si differenzia dalla ricerca sociale *mainstream* per l'attenzione posta all'influenza della relazione sociale sul comportamento collettivo (Memoli, 2002), ovvero gli effetti generali dei legami sociali (la componente macro) dei singoli individui (la componente micro). Di conseguenza, l'obiettivo consiste nella scoperta di schemi riconducibili a strutture relazionali, all'analisi delle condizioni di origine e alla rilevazione di eventuali conseguenze per l'azione (*ibidem*). I diversi campi di applicazione di questo settore di ricerca ⁴ permettono la disamina dell'intero ciclo comunicativo: fonte, messaggio, soggetti, canali e contenuti comunicativi e relativi effetti sociali. Nel presente lavoro l'attenzione è focalizzata sull'analisi delle forme e dei contenuti della

¹ I primi 5 paesi sono: Stati Uniti, Inghilterra, Turchia, Canada e Francia.

² La distinzione di sesso tra gli utenti italiani (46% donne e 54% uomini) è minima. Per quanto riguarda la composizione dell'utenza per fasce d'età, il 41% degli utenti è costituito da giovani al di sotto dei 25 anni. Gli utenti dai 25 ai 44 anni rappresentano la fascia più numerosa (48%) e gli utenti al di sopra dei 44 anni rappresentano il 10% (fonte dati: *Facebook*).

³ All'interno dei gruppi sono presenti alcune sezioni: una descrizione, la bacheca, le informazioni, le discussioni degli utenti, gli eventi, i nomi di eventuali amministratori e/o responsabili del gruppo, l'elenco dei membri iscritti, le foto, i video, i link.

⁴ Cognitivismo e percezione sociale, strutture di significato nell'analisi del contenuto, reti comunicative e mass-media ecc.

comunicazione sociale in Rete, ovvero il linguaggio, le cui componenti dialogiche e dialettiche costituiscono il presupposto fondamentale per l'interpretazione del fenomeno *Facebook*. Il linguaggio espresso in Rete ⁵ può essere quindi analizzato attraverso un'applicazione di *Network Text Analysis* che, insieme ad un'analisi automatica e semantica del testo, permette di coglierne le diverse componenti di significato e la sottostante struttura sociale, politica, culturale ed organizzativa, seguendo il presupposto teorico-metodologico secondo il quale lingua e conoscenza possono essere modellate come reti e relazioni di parole (Diesner and Carley, 2004). Inoltre, lo scambio di informazioni all'interno di un *Social Network* favorisce la formazione di processi di identificazione, categorizzazione, aggregazione o disaggregazione sociale, delineando specifiche e differenziate identità sociali.

2. Metodologia

Il presente lavoro, sui gruppi di *Facebook* dedicati alla politica ⁶, è stato effettuato utilizzando *key-words* relative a nomi di partiti e ministri italiani (ad esempio: Berlusconi, Silvio, Berlusca, Pd, Partito Democratico). Attraverso criteri ben noti di *Data e Text Mining* e di *Information Retrieval* si sono raccolti i dati relativi ai gruppi, garantendo l'esclusione di quelli non pertinenti (a causa di polivalenza semantica di alcuni termini o per casi di omonimia). I dati sono stati raccolti nel mese di Settembre 2009 per un totale di 6.913 gruppi (db *titoli*). Inoltre, si sono raccolte le descrizioni di un campione di 1.000 (db *descrizioni*) gruppi (il 14,5% del totale) ⁷. Le variabili di riferimento utilizzate per la ricerca sono: "categoria politica", "nome del soggetto politico", "titolo del gruppo", "area tematica" ⁸, "sub-area tematica", "numero di membri iscritti", "modalità di accesso al gruppo" (iscrizione aperta o chiusa), "orientamento politico". Per quanto riguarda il sub-campione di gruppi si è aggiunta l'informazione relativa alla "descrizione" del gruppo e si è creata una variabile aggiuntiva "schieramento politico" volta alla suddivisione dei gruppi *contro o a favore* i soggetti politici in esame. Si riportano nelle sezioni seguenti tre tipologie distinte di analisi: un'analisi quantitativa sulla composizione strutturale dei gruppi; un'analisi automatica del testo relativa ai db *titoli e descrizioni*; un'applicazione di *Network Text Analysis* del linguaggio caratteristico (analisi delle specificità positive selezionate per ordinamento decrescente del *p-value*) di alcuni *sub-corpora* del db *descrizioni*: variabile "nome del soggetto politico" (le specificità sono state riclassificate all'interno di alcune macro-categorie concettuali di appartenenza) e variabile "schieramento", ovvero i gruppi di consenso o dissenso verso i diversi soggetti politici in esame. Per l'analisi relazionale del testo, è stata utilizzata una matrice ponderata (matrice casixaffiliazioni), in cui i valori numerici esprimono la strettezza delle relazioni in esame. L'analisi è stata effettuata attraverso i seguenti software di elaborazione dati: TALTAC2, Ucinet, Lexico e Spss.

⁵ L'attività di comunicazione in rete si muove attraverso i seguenti canali: commenti scritti, link, video, pubblicazioni di immagini di diversa natura.

⁶ Ministri: Angelino Alfano, Silvio Berlusconi, Sandro Bondi, Umberto Bossi, Michela Vittoria Brambilla, Renato Brunetta, Roberto Calderoli, Mara Carfagna, Gianfranco Fini, Raffaele Fitto, Franco Frattini, Mariastella Gelmini, Ignazio La Russa, Roberto Maroni, Altero Matteoli, Giorgia Meloni, Stefania Prestigiacomo, Andrea Ronchi, Gianfranco Rotondi, Maurizio Sacconi, Claudio Scajola, Giulio Tremonti, Elio Vito, Luca Zaia. Partiti: Italia dei Valori, Lega Nord, Partito Democratico, Popolo della Libertà, Sinistra, Unione di Centro.

⁷ I gruppi sono stati selezionati effettuando un campionamento proporzionato per quote distinto per numero di gruppi e di iscritti ai gruppi di partiti e ministri. Per quanto riguarda la selezione dei ministri sono stati selezionati soltanto alcuni gruppi dedicati a: Berlusconi, Bossi, Brunetta, Carfagna, Fini, Gelmini, Maroni, Tremonti.

⁸ I fondatori e/o responsabili dei gruppi scelgono in quale area tematica, prestabilite da *Facebook*, classificare il gruppo creato.

3. Risultati dell'analisi

3.1. Analisi dei gruppi e degli utenti iscritti

I gruppi ⁹ dedicati ai ministri (+10%) e i relativi iscritti (+76%) sono più numerosi rispetto a quelli dedicati ai partiti. Gli utenti concentrano la propria attività politica in Rete iscrivendosi, creando gruppi sui principali personaggi politici e sembrano così spostarsi dall'interesse politico inteso come attività di partito o come orientamento ideologico.

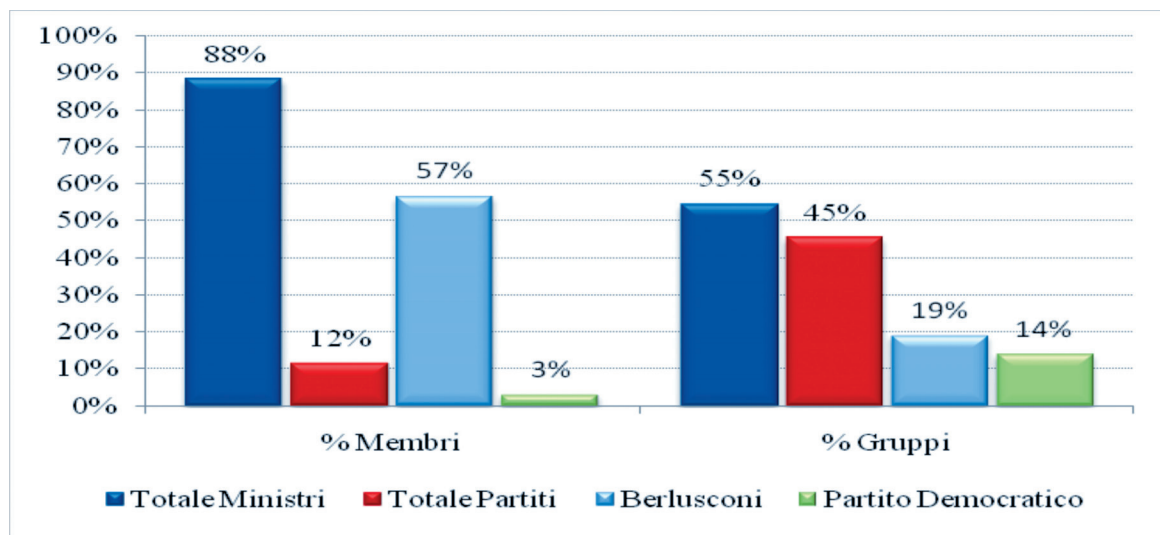


Grafico 1: Distribuzione percentuale del numero dei gruppi e del numero dei membri per categoria politica ministri e partiti

Osservando i gruppi nel dettaglio, si registra una prevalenza di gruppi dedicati a Berlusconi (19%), Brunetta (9%), Gelmini (8%), mentre il maggior numero di iscritti si riscontra nei gruppi dedicati a Berlusconi (57%), Gelmini (14%) (gruppi studenteschi) ¹⁰ e alla Carfagna (8%). All'interno dei gruppi dedicati ai partiti la percentuale più elevata si riscontra nel PD (14%), PdL (9%), Lega (7%) e IDV (6%). Se si considera invece il numero degli iscritti, la percentuale più elevata si attribuisce al PDL (3%), al PD (3%) e alla Lega (3%). È importante sottolineare che i partiti schierati all'estremità del quadro politico nazionale presentano un più elevato numero medio di iscritti (Sinistra: 230; Lega: 195), probabilmente a testimonianza di un maggiore radicamento territoriale di tali partiti, o per l'ampia presenza di gruppi creati in occasione di alcune campagne elettorali, momento di maggior fermento politico per i partiti.

3.2. Misure lessicometriche dei corpora titoli e descrizione

Nella prima parte del lavoro si è effettuata un'esplorazione delle dimensioni dei due corpora. Si riportano in tabelle le caratteristiche lessicometriche dei testi analizzati:

⁹ I gruppi dedicati ai ministri sono 3.770 per un totale di 3.338.128 iscritti. I gruppi dedicati ai partiti sono 3.143 per un totale di 437.926 iscritti. Nel totale, si ha una media di 547 iscritti ai gruppi.

¹⁰ Nonostante non si riportino i risultati relativi alla composizione dei gruppi per area tematica, sono stati considerati all'interno delle riflessioni sulla composizione dei gruppi. A riguardo, si sottolinea una prevalenza di categorizzazione dei gruppi (e di numero di iscritti) dedicati ai ministri nelle aree "Interessi comuni", "Svago" e "Organizzazioni", mentre per i partiti "Organizzazioni", "Interessi comuni", "Svago" e "Gruppi studenteschi". È interessante notare la classificazione dei gruppi dedicati ai ministri nell'area "Svago".

Misure lessico metriche	Corpus titoli	Corpus descrizione
Numero di occorrenze	36.740	114.883
Numero di forme distinte	7.817	18.925
Type/token ratio (V/N*100)	21,3	16,5
Ricchezza lessicale di Guirard (V/sqrN)	40,8	55,8
% di hapax ($V_1/V*100$)	65,4	55,7
Frequenza media generale	4,7	6,1

Tabella 1: Caratteristiche dei corpora “titoli” e “descrizione” e misure lessicometriche

Le dimensioni dei corpora titoli e descrizioni sono rispettivamente piccola (51 pagine) e medio grande (180 pagine) (Bolasco, 1999), con una media di 5 parole per i titoli e 115 parole per le descrizioni dei gruppi. La quota di rumore all'interno dei corpora, ovvero le forme grafiche non riconosciute dal tagging grammaticale del programma TALTAC2 sono 1.573 per il db titoli (20,1% del totale) e 3.892 (3,4% del totale) per il db descrizioni ¹¹. La percentuale relativa alla forme del db titoli non riconosciute da TALTAC2, è da attribuirsi alla presenza di nomi di personaggi pubblici, all'uso di stranierismi e all'utilizzo di epiteti dal contenuto ironico o sarcastico attribuiti ad alcuni ministri (psiconano, fannullonismo ecc.). Complessivamente, l'analisi di questi testi non ha presentato notevoli problemi di categorizzazione del vocabolario.

3.3. Il vocabolario dei corpora titoli e descrizioni

Una prima parte è relativa all'individuazione delle principali tematiche e personaggi oggetto di discussione. Attraverso l'utilizzo di TALTAC2 è possibile accorpate le categorie grammaticali (categorizzate attraverso il tagging grammaticale) del vocabolario. Il db *titoli* presenta un maggior numero di nomi propri (NM), di sostantivi (N) e di verbi (V), questi ultimi coniugati prevalentemente a: l'indicativo presente 1^a plurale (<vogliamo>, <sosteniamo>, <mandiamo>) a testimonianza di un'attività politica in Rete intesa come appartenenza ad un gruppo; l'indicativo presente 3^a singolare (riferendosi a un ministro); l'infinito presente (<diventare>, <cambiare>, <votare>). Dopo la normalizzazione del testo e la disambiguazione di alcune forme grafiche, si sono analizzate le parole più frequenti accorpate per lemma di origine, in modo tale da mostrare i contenuti principali dei gruppi. Si riporta in tabella l'elenco dei ministri e partiti più citati e sostantivi, verbi (coniugati all'infinito presente) più frequenti:

Ministri	Occ.	Partiti	Occ.	Luoghi	Occ.	Sostantivi	Occ.	Verbi	Occ.
Berlusconi	706	Partito Democratico	550	Italia	61	circolo	40	votare	57
Brunetta	265	PdL	476	Roma	17	gruppo	38	sostenere	46
Gelmini	191	Lega	400	Milano	13	provincia	31	mandare	33
Bossi	140	IDV	321	Puglia	11	giovane	30	dire	25
Carfagna	112	Sinistra e Libertà	141	Napoli	10	sinistra	27	aiutare	23
Fini	93	UDC	110	Sicilia	9	presidente	25	regalare	23
Maroni	72			Umbria	9	fannullone	24	sapere	22
Tremonti	56			Abruzzo	9	fan	20	diventare	18
La Russa	30			Sardegna	9	berlusconismo	14	morire	16

Tabella 2: Le parole più frequenti accorpate per lemma del db titoli

¹¹ La soglia consigliata per i titoli e le descrizioni è, rispettivamente, di 3 e 6 occorrenze.

Dall'analisi dei sostantivi si evince una concentrazione delle attività riguardanti alcune forme di attivismo politico: <circoli> (*Circoli PD della Provincia di Rimini*), <gruppi> (GRUPPO ANTI-GELMINI, GRUPPO GIOVANILE ITALIA DEI VALORI PROVINCIA DI MESSINA). La parola <fannullone> è riferita al "piano trasparenza" del ministro Brunetta (*BRUNETTA PENSA DI PIÙ AI FANNULLONI DEL GOVERNO, BRUNETTA: Fannullone Sarà lei*). I riferimenti geografici riguardano principalmente i gruppi dei partiti (*Sinistra e Libertà Roma, Sinistra per il Sud Milano*). La parte più interessante riguarda l'accezione semantica, rilevata attraverso un costante rimando al testo, nel diverso utilizzo dei verbi: verbi di consenso, quali <votare>, <sostenere> partiti, ministri e candidati; locuzioni verbali di dissenso, quali <mandare via>, <mandare a casa> alcuni ministri (*MANDIAMO LA RUSSA, GASPARRI, BERLUSCONI E BOSSI IN AFGHANISTAN!!!, Mandiamo Brunetta nel mondo di SUPER MARIO BROSS*); verbi dal contenuto sarcastico, quali <regalare> (*REGALA ANCHE TU UN BABY BRUNETTA PER NATALE, Regaliamo un paio di trampoli a Berlusconi e Brunetta, Moriremo di Berlusconismo?*) e altri dalla connotazione aggressiva (*Per tutti quelli che preferivano la morte del berlusca anziché quella di M. Jackson*)¹². Il reperimento relativo al contenuto descrittivo dei gruppi ha permesso di approfondire ulteriormente il livello di analisi.

<i>Sostantivi</i>	<i>Occ.</i>	<i>Verbi</i>	<i>Occ.</i>	<i>Verbi</i>	<i>Occ.</i>	<i>Aggettivi</i>	<i>Occ.</i>
gruppo	146	venire	96	partecipare	28	nazionale	46
ministro	98	fare	89	riuscire	28	regionale	37
politica	74	andare	69	scrivere	27	culturale	30
legge	62	dire	69	continuare	26	elettorale	22
presidente	60	vedere	63	condividere	25	numerose	22
governo	60	sapere	62	rappresentare	25	attuale	20
consiglio	52	sostenere	48	aderire	24	capace	19
membri	47	chiedere	45	vivere	24	sociale	16
persona	46	diventare	43	entrare	23	istituzionale	15
uomo	40	trovare	42	ritenere	23	economico	14
lavoro	39	votare	42	conoscere	22	comunale	12
paese	39	credere	40	cambiare	21	giovanile	12
donna	35	lavorare	34	morire	21	innovativo	10
repubblica	34	dare	33	riconoscere	21	intero	10
amministrazione	31	nascere	33	arrivare	20	inutile	10
ragazzo	31	pensare	32	creare	20	popolare	10
reato	30	mettere	31	rendere	20	buono	9

Tabella 3: Categorie grammaticali descrizione dei gruppi: sostantivi, verbi e aggettivi accorpati per lemma

Dall'analisi del vocabolario del db *descrizioni* si evince una maggiore concentrazione di termini riguardanti l'attività politica concreta: <gruppi> (*Il gruppo del Popolo di centrodestra, Siamo un gruppo di ragazzi lavoratori*); <legge> (*nuova legge del governo Berlusconi, articolo 2 della legge 24 dicembre*); <governo> (*eredità di due anni di malgoverno*). Nei riferimenti geografici, a differenza del db *titoli*, compare il riferimento al territorio extranazionale (*Europa*); in generale, i riferimenti geografici sono maggiormente presenti nei gruppi dei partiti (*CGIL CISL UIL Bologna FERMIAMO IL MASSACRO, sede della lega nord in sardegna*). Si osserva una forte caratterizzazione sociale dell'uso dei verbi, evidenziando una sorta di politica di aggrega-

¹² I titoli sono citati puntualmente senza alcun intervento sul testo, ovvero lasciando il *testo urlato* e non correggendo eventuali errori di ortografia.

zione degli utenti: gli aspetti informativi (<sapere>, <chiedere>), la dimensione partecipativa (*per partecipare in prima persona, Partecipa alle Primarie*) e di adesione (Aderisci al gruppo POPOLO DELLA LIBERTÀ, *interessati ad aderire al percorso costituente*), il desiderio di cambiamento (*un desiderio di cambiare le cose, POSSIAMO CAMBIARE*) per una generale sensazione di malcontento per le condizioni del nostro Paese ¹³.

4. Le parole in rete: un'applicazione di *Network Text Analysis*

La Social *Network Analysis* costituisce un paradigma alternativo ai tradizionali ambiti di ricerca sociale, in quanto prevede un percorso di analisi volto alla conferma di ipotesi teoriche, alla raccolta e al trattamento di dati di tipo relazionale (Chiesi, 1999). L'adozione di tale paradigma di ricerca, insieme ad un'analisi automatica del testo, offre un approccio di studio che comprende la struttura del processo comunicativo in atto, ovvero consente lo studio delle posizioni dei diversi soggetti e della rappresentazione strutturale delle reti di relazioni. Il presupposto interpretativo dell'impostazione qui adottata si basa sulla possibilità di interpretare uno spazio di possibili modelli rappresentativi della rete, selezionando alcune forme grafiche del testo (analisi delle specificità), al fine di delineare l'immagine della politica in *Facebook*. Come si osserverà in seguito, l'utilizzo di questo modello di ricerca ha permesso di approfondire e articolare progressivamente il percorso di analisi, offrendo ulteriori riflessioni a carattere teorico-metodologico. Infatti, è importante sottolineare che la Social *Network Analysis* permette la conferma di ipotesi di lavoro generate da impostazioni teoriche di diverso tipo. Nel corso dell'attività di ricerca sono stati adottati due criteri: uno posizionale e l'altro reputazionale (Scott, 1991; Chiesi, 1999). In questa parte del lavoro è presentata un'applicazione di *Network Text Analysis* attraverso l'utilizzo propedeutico dell'approccio reputazionale a quello posizionale. Come si è precedentemente sottolineato, l'analisi delle reti permette di interpretare diversi modelli della rete e selezionarne alcuni in base agli obiettivi della ricerca. L'approccio *reputazionale* è utilizzato in presenza di ipotesi teoriche ancora deboli o incerte e può essere adottato strategicamente per la conoscenza dei soggetti intesi come riferimento centrale alla determinazione dei modelli di rete in esame. A riguardo, nella prima parte di applicazione sperimentale, nel tentativo di cogliere l'immagine concettuale dei riferimenti centrali (ministri e partiti) delle discussioni sulla realtà politica italiana in *Facebook*, si è scelto di utilizzare l'approccio reputazionale per meglio comprendere e semplificare gli oggetti in analisi. L'analisi del linguaggio caratteristico in Rete (analisi delle specificità ¹⁴) ha permesso l'identificazione dei termini e delle tematiche che meglio contraddistinguono e caratterizzano l'immagine dei ministri e partiti nel collettivo *Facebook*. A tal fine, quindi, le forme grafiche sono state accorpate in macro categorie di analisi in base alla loro somiglianza concettuale e semantica ¹⁵. Questa prima applicazione di *Network Text Analysis* ha permesso di analizzarne la struttura reticolare e le caratteristiche dei collegamenti della rete, che hanno condotto ad una successiva riflessione di carattere teorico: il modello di rete rende un'immagine dello scambio di opinioni e informazioni, che costituiscono il presupposto per la formazione di processi di categorizzazione, aggregazione o disaggregazione e identificazione sociale, teorizzati all'interno della Teoria dell'Identità Sociale (SIT) elaborata

¹³ I contenuti delle descrizioni dei gruppi sono citati puntualmente senza alcun intervento sul testo, ovvero lasciando *il testo urlato* e non correggendo eventuali errori di ortografia.

¹⁴ Sono state selezionate 184 forme grafiche dei sub-corpora relativi alla variabile "soggetto politico". Si sono selezionate le forme grafiche in ordine decrescente di *p-value* e mantenendo la soglia di occorrenze consigliata da TALTAC2.

¹⁵ L'accorpamento delle forme grafiche all'interno delle diverse categorie ha richiesto un continuo rimando al testo, per meglio contestualizzare il contenuto delle stesse.

da Tajfel ¹⁶ e Turner alla fine degli anni Settanta. In seguito, quindi, si è ritenuto importante utilizzare un approccio posizionale all'analisi dei contenuti caratteristici dei gruppi di consenso e dissenso, nei confronti dei diversi soggetti della politica italiana. L'approccio posizionale (o nominalistico), spesso utilizzato per l'analisi delle élite politiche, permette l'individuazione dei soggetti che ricoprono una particolare posizione, ovvero posizioni che possano essere teoricamente rilevanti ai fini dell'analisi.

4.1. *L'approccio reputazionale: categorie di analisi e l'immagine della politica italiana in rete*

La rete è stata costruita attraverso alcuni oggetti culturali esaminati, ovvero le forme grafiche (analisi delle specificità) dei sub-corpora *ministri* e *partiti* e successivamente accorpate in macro categorie di analisi, criterio adottato per la somiglianza semantica riscontrata tra le diverse forme grafiche. Si riporta in Tab. 5 un dettaglio relativo alle categorie di analisi ordinate per grado di centralità della rete:

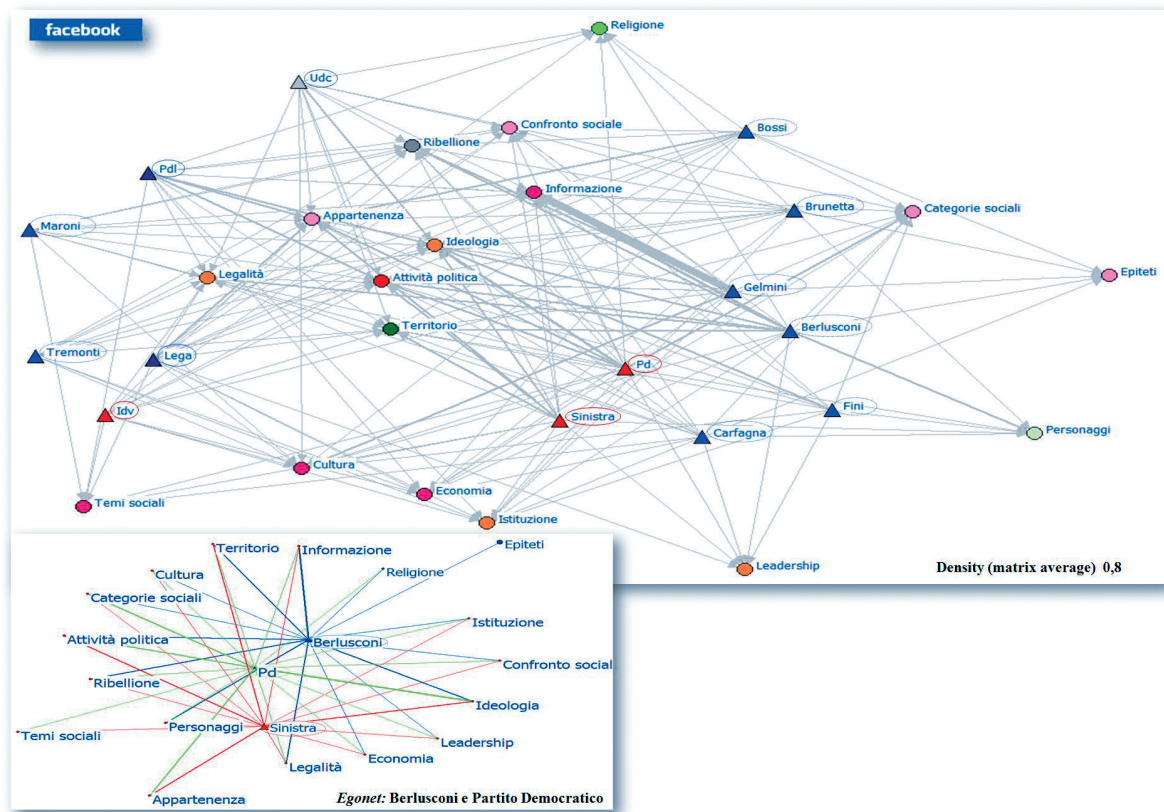
<i>Categorie</i>	<i>Descrizione</i>	<i>Forme grafiche accorpate (linguaggio caratteristico)</i>
Attività politica	approfondimento sulle attività politico-istituzionali	<i>disegno di legge, elezioni, impegno, propaganda ecc.</i>
Ideologia	sistema di idee	<i>idea, valori, motivazione, onestà ecc.</i>
Territorio	le contestualizzazioni territoriali	<i>Italia, Europa, Nord, regioni ecc.</i>
Appartenenza	appartenenza a un gruppo sociale, politico, territoriale ecc.	<i>amici, gruppo, circolo, tradizioni ecc.</i>
Informazione	la comunicazione: mass media e internet	<i>giornali, http, giornalista ecc.</i>
Confronto sociale	indicazione della presenza di una "diversità" etnica, religiosa ecc., indipendentemente dall'atteggiamento di apertura e chiusura a tale diversità.	<i>confronto, razzismo, islamici ecc.</i>
Legalità	il rispetto della legge e gli organi preposti alla tutela	<i>corruzione, censura, indagine, legalità ecc.</i>
Ribellione	manifestazioni di dissenso	<i>contro, rabbia, divieto ecc.</i>
Cultura	aspetti legati ai processi di conoscenza e di ricerca	<i>ricerca, ignoranza, storia ecc.</i>
Economia	parole appartenenti all'ambito economico	<i>euro, fondi, fiscale ecc.</i>
Istituzione	organi politico-istituzionali	<i>governo, repubblica, Stato ecc.</i>
Categorie sociali	immagine e interessi specifici di gruppi	<i>giovani, donne ecc.</i>
Religione	parole appartenenti all'ambito religioso	<i>cristiana, dio, cattolico ecc.</i>
Temi sociali	temi di vario tipo di interesse sociale e politico	<i>abusivismo, testamento biologico, ambientalismo ecc.</i>
Personaggi	nomi di personaggi	<i>Obama, Mussolini ecc.</i>
Leadership	figure politico-istituzionali	<i>leader, segretario ecc.</i>
Epiteti	le figure retoriche utilizzate	<i>nano, velina, santo ¹⁷ ecc.</i>

Tabella 5: Categorie di analisi ordinate per misura di centralità della rete (degree centrality)

¹⁶ Henri Tajfel (1919-1982) ha identificato nel gruppo/rete il luogo di nascita dell'identità Sociale, attraverso l'Identificazione (l'identità è costruita tramite l'adesione alle regole/schemi dei gruppi e il Confronto Sociale (l'identità è costruita tramite il confronto tra il proprio gruppo e l'altro).

¹⁷ La rete presenta un'alta densità strutturale, che esprime la percentuale delle connessioni reali sul totale delle connessioni possibili.

In grafo 1 è compresa l'immagine del mondo politico italiano degli utenti di *Facebook*, attraverso la composizione delle categorie di analisi strutturate in rete, che rimandano a delle forme di categorizzazione e confronto sociale. Dall'analisi delle statistiche di posizione della rete, i soggetti politici centrali (*degree centrality*) delle discussioni sono: il Partito Democratico, il presidente del Consiglio Silvio Berlusconi e la Sinistra (cfr. egonet, grafo 1). I nodi centrali della rete riguardano le discussioni intorno all'attività politica in senso stretto, al sistema valoriale etico di riferimento (*ideologia*), all'interno di un costante riferimento agli ambiti territoriali (*territorio*), di determinati soggetti sociali (*appartenenza*), che si relazionano attraverso uno scambio continuo di informazioni. Inoltre, bisogna sottolineare la forza (*tie strength*) della relazione tra alcune parti della rete *informazione-Gelmini* (sottolineando l'importanza data allo scambio di opinioni e informazioni in merito alle riforme del ministro Gelmini) e il senso di *ribellione* degli utenti nei confronti del premier Berlusconi. Altro elemento importante riguarda le forme di categorizzazione dei soggetti (gli epiteti, i commenti sarcastici sugli accadimenti relativi alla condotta pubblica e privata degli esponenti politici o alcune valutazioni spregiative delle donne dell'attuale Governo e delle loro modalità di accesso alle cariche politiche), che riguardano Berlusconi, Gelmini, Carfagna, Bossi e Brunetta.

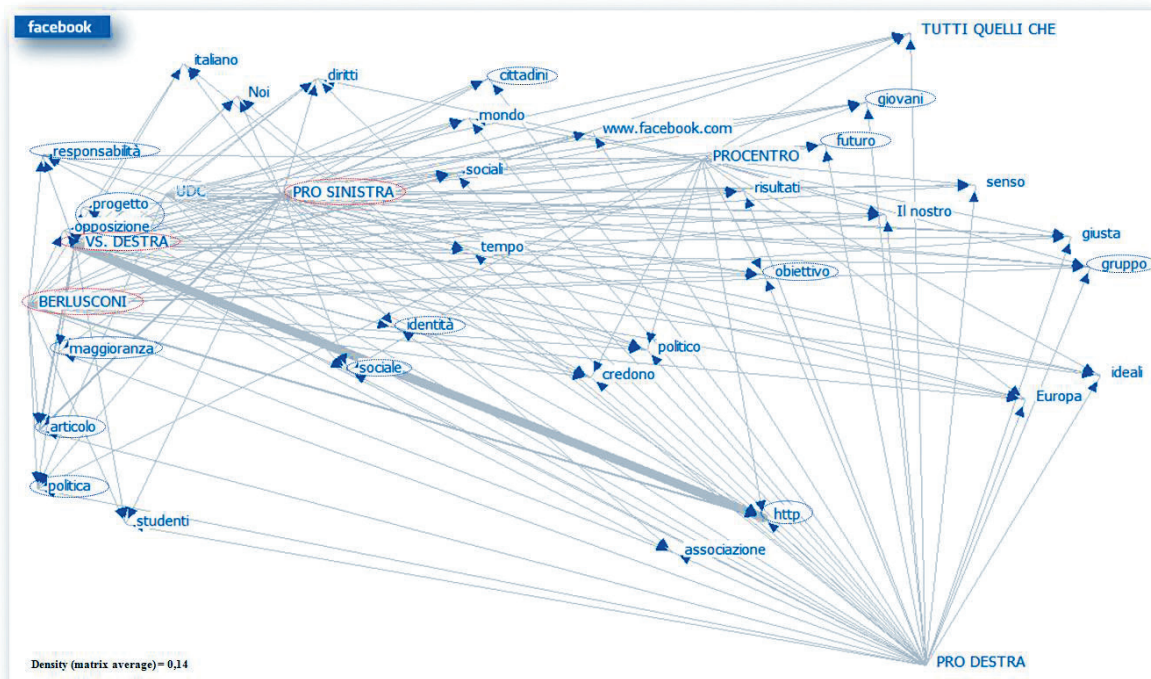


Grafo 1: Analisi dei reti dei gruppi politici di Facebook per forme grafiche accorpate in macro-categorie e ministri e partiti politici – Egonet relativo ai nodi centrali della rete (*degree centrality*): Berlusconi, PD e Sinistra

4.1. L'approccio posizionale: il linguaggio caratteristico e l'immagine dei gruppi di consenso e dissenso nei confronti gli schieramenti politici italiani

L'utilizzo dell'approccio reputazionale ha evidenziato la centralità e la forza delle relazioni volta alla categorizzazione di alcuni soggetti sociali, ma soprattutto agli aspetti legati ad alcu-

ne dimensioni valoriali e di appartenenza degli utenti della rete in ambito politico-ideologico (centralità nella rete delle categorie: Attività politica, Ideologia, Appartenenza, Informazione, Confronto sociale; cfr. grafo 1). Attraverso l'approccio posizionale è stato possibile meglio analizzare quali contenuti si muovono all'interno dei diversi schieramenti politici, ovvero analizzare le posizioni che i gruppi politici – variabile categoriale schieramento dei gruppi, distinti in gruppi di consenso (i gruppi a favore) e di dissenso (i gruppi contro) rispetto agli orientamenti e soggetti politici analizzati – occupano all'interno del *Social Network*. Risulta quindi importante non solo offrire una lettura dell'articolazione dei processi di categorizzazione e confronto sociale della rete (analisi reputazionale), ma anche uno spazio di interpretazione dei gruppi intesi come luogo di origine di un'identità sociale e del loro eventuale spazio di azione, come teorizzato dalla SIT. Per questa fase di analisi si è deciso di non accorpate le forme grafiche relative al linguaggio caratteristico dei gruppi ¹⁸ proprio per la particolarità delle parole emerse e per l'accentuata diversificazione semantica delle stesse. In grafo 2 sono riportate alcune forme grafiche centrali della rete (selezionate per misura di centralità).



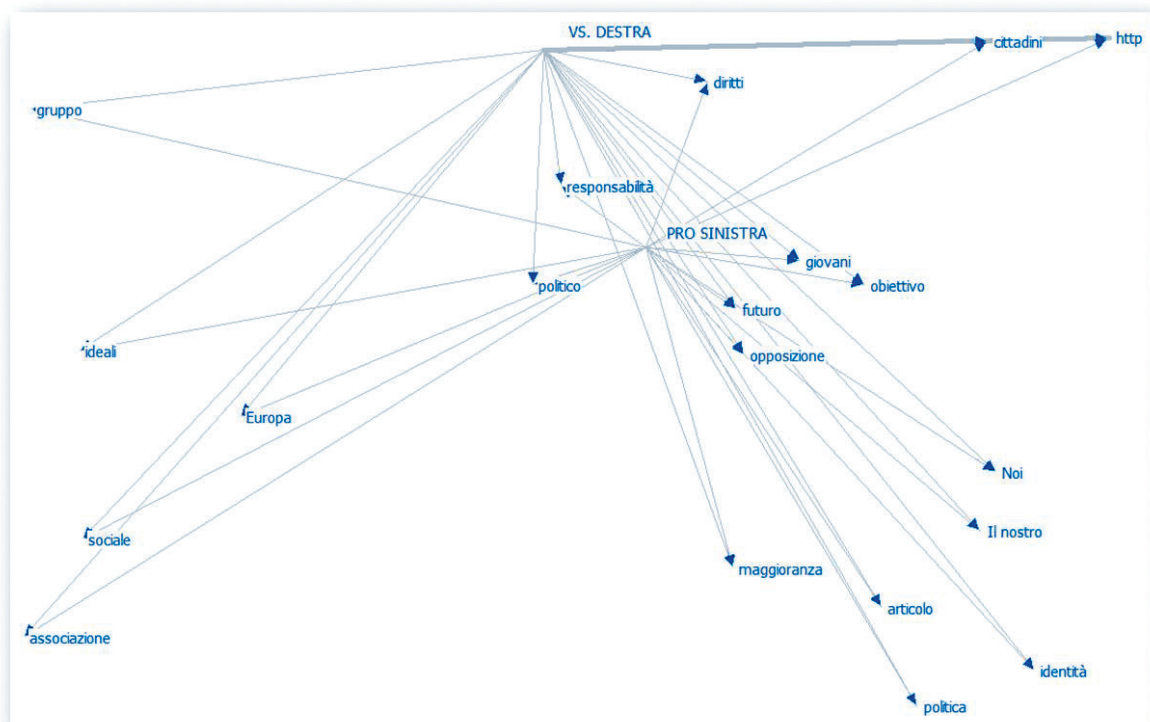
Grafo 2: Analisi della rete per forme grafiche dei gruppi di consenso e dissenso politico

I nodi centrali della rete (*degree centralità*) sono rappresentati dall'appartenenza politica in Facebook volta ad un'attività di dissenso nei confronti dei ministri dell'attuale Governo (in particolar modo di Berlusconi) e dei partiti di destra e centro destra (grafo 3) e dal consenso nei confronti degli dei diversi partiti della sinistra italiana ¹⁹. Il dissenso nei confronti dell'attuale governo si muove dunque intorno ad alcuni nodi centrali che rimandano a una diversa attività politica della Rete, non intesa come espressione politico-ideologica, ma come un sistema di

¹⁸ Sono state selezionate 231 forme grafiche dei sub-corpora relativi alla variabile "schieramento". Si sono selezionate le forme grafiche in ordine decrescente di *p-value*.

¹⁹ Nel grafo non si riportano i nodi relativi ad altri gruppi in quanto non centrali all'interno della rete e non rilevanti ai fini dell'interpretazione dei risultati dell'analisi.

riappropriazione e di ricerca di un'identità politico-sociale (*identità, sociale, tempo, credono, obiettivo*) degli utenti (*cittadini, studenti, www.facebook.com, noi*), basata sull'opposizione politica nei confronti dell'attuale governo, sulla richiesta di tutela dei propri diritti (*diritti, articolo*) e di una maggiore responsabilizzazione nell'attività di Governo (*politica, maggioranza, opposizione, progetto, responsabilità*). È importante sottolineare il forte legame (*tie strenght*) tra l'informazione in Rete (*http*) e i gruppi *vs. destra*. In questo senso, la forza del dissenso nei confronti dell'attuale maggioranza politica e della ricerca di una nuova identità politica in Rete passa attraverso la forza del legame (*tie strenght*) con l'informazione scambiata dagli internauti, ovvero forme di non-appartenenza e di identità sociale si costruiscono attraverso le modalità di informazione e di comunicazione in Rete.



Grafo 3: Egonet relativo ai nodi centrali della rete (degree centrality)

5. Conclusioni

L'impostazione teorico-metodologica utilizzata nel presente lavoro – l'integrazione della teoria della SIT con un'analisi automatica del testo (linguaggio caratteristico) utilizzata in un'applicazione di *Network Text Analysis* – ha permesso una disamina completa dell'immagine della politica italiana e dell'identità sociale del popolo di *Facebook*. I risultati dell'analisi conducono ad un'immagine degli iscritti ai gruppi politici fortemente legata alla costruzione di categorie funzionalmente discriminanti di appartenenza, tipica dei gruppi (concettualizzati dalla SIT), come luogo di origine dell'identità sociale. D'altra parte, non emerge all'interno dei gruppi l'esigenza di un confronto con l'*out-group*, ovvero con i gruppi di non-appartenenza, quanto piuttosto la tendenza a rafforzare l'appartenenza al proprio *ingroup* contro le condizioni dell'attuale politica italiana attraverso diverse forme di ribellione piuttosto critiche ed accese correlate spesso all'interesse per un attivismo concreto e dinamico. L'interesse del dibattito politico sulle pagine di *Facebook* sembra spostarsi dall'interesse politico inteso come confronto ideologico e

valoriale alla politica di aggregazione e partecipazione, che potrebbe delineare un nuovo modo di fare politica. In tal senso, proprio da un luogo di aggregazione virtuale è nata l'organizzazione di una manifestazione nazionale contro il premier Berlusconi, il *No-B Day* del 5 dicembre, che segna il passaggio dalla dimensione virtuale a quella reale della Rete.

References

- Bolasco S. (1997). L'analisi informatica dei testi. In Ricolfi, L., editor, *La ricerca qualitativa*, Roma: Carocci, pp. 165-203.
- Bolasco S. (1999). *Analisi multidimensionale dei dati. Metodi, strategie e criteri d'interpretazione*. Roma: Carocci.
- Carley K., Diesner J., Reminga J. and Tsvetovat M. (2004). *An Integrated Approach to the Collection and Analysis of Network Data. Proceedings of the NAACSOS 2004 Conference*, Pittsburgh, PA.
- Chiesi A.M. (1999). *L'analisi dei reticoli*. Milano: Franco Angeli.
- Diesner J. and Carley K.M. (2004). *Using Network Text Analysis to Detect the Organizational Structure of Covert Network. Proceedings of the NAACSOS 2004 Conference*, Pittsburgh, PA.
- Giuliano L. (2004). *L'analisi automatica dei dati testuali. Software e istruzioni per l'uso*. Milano: LED.
- Il Sole 24 Ore (2008). *Il Fenomeno Facebook*.
- Kuhn T. S. (1962). *The Structure of Scientific Revolution*. Chicago: University of Chicago Press [trad. it. dalla II edizione 1970, ampliata del Postscript 1969 (1978) *La struttura delle rivoluzioni scientifiche*. Torino: Einaudi].
- Memoli R. (2002). *Nuove prospettive dell'indagine sociologica*. Milano: Franco Angeli.
- Memoli R. (2004). *Strategie e strumenti della ricerca sociale*. Milano: Franco Angeli.
- Scalia S. and Lombardi M. (2009). *Facebook*. Torino: Editori Riuniti.
- Scott. J. (1991). *Social Network Analysis: a Handbook*. London: Sage.
- Tajfel H. (1999). *Gruppi umani e categorie sociali*. Bologna: il Mulino.