

EDITORIALE

È la cultura digitale la centralità di questo numero della rivista. In particolare è la cultura dei social media. Ne vengono analizzati i tanti aspetti, i limiti, le opportunità, le diverse applicazioni sociali. Per entrare ancora più nello specifico dei lavori qui pubblicati, va detto che sono i dati (la gran quantità che la rete e i social ci consegnano) e il loro utilizzo nella ricerca, il vero filo conduttore dei lavori. Il ricercatore necessita di una specifica competenza per utilizzarli, elaborarli con l'obiettivo di raggiungere risultati sociologicamente significativi.

Quando si parla di media sociali implicitamente si parla di partecipazione, di come essa sia cambiata. Sempre più dal basso? Certo che la tecnologia, il web consentono una partecipazione senza livelli, strati, orizzontale, anzi, mi pare ovvio, a rete. È la rete a dare una mano a occupare gli spazi lasciati dal mainstream, come sottolinea Luca De Biase quando sostiene che è proprio Internet ad aver «divulgato informazioni e ospitato dibattiti» su temi lasciati in silenzio dalla televisione (*Homo Pluralis. Essere umani nell'era tecnologica*, Codice edizioni, Torino, 2015, p. 23).

Non sempre questa attività partecipativa è percepita come una opportunità, in certi casi si registra sospetto, si denuncia come, la possibile mancanza di controllo, possa determinare una sovrabbondanza di libertà che addirittura potrebbe ledere la privacy, la democrazia.

Certo che la rete è ancora relativamente giovane ma ha già una ricca storia. Ne avevamo identificato tre fasi, la prima dell'entusiasmo, la seconda dello scetticismo, la terza quella della maturità (*Access to news online: myths, risks and facts*, «JCOM – Journal of Science Communication», n. 2, vol. 10, giugno 2012). Ci troviamo, credo, in una fase successiva a queste che potrebbe essere quella della diffidenza, a evidenziare gli elementi di preoccupazione che alcuni sottolineano preoccupati per le quantità dei dati in circolazione.

Tante le risposte e le riflessioni portate in questo numero di *Sociologia della Comunicazione* come quelle di Fabio Giglietto e Luca Rossi che hanno anche curato il volume. Nel loro saggio, *Limiti e possibilità degli online social data*, Giglietto e Rossi sottolineano che se da un lato, la ricchezza di dati apre inedite prospettive di sviluppo per molti settori della ricerca, dall'altro pone nuove sfide ed espone a nuovi rischi. Necessitano specifiche competenze per far sì che l'analisi di grandi quantità di dati possa essere redditizia al ricercatore e ai fruitori dei risultati senza dimenticare l'antica relazione fra quantità e qualità che ha connotato da sempre la ricerca sociologica.

Quando parliamo di media sociali non sempre pensiamo alla forza che hanno nella comunicazione dei movimenti ambientali. In verità è un tema di grande interesse. Di questo si occupano Lucia D'Ambrosi e Laura Masoli. Nel loro saggio identificano quattro profili di movimenti: di prossimità, di contatto/educazione ambientale, di sviluppo civico, di setting dell'agenda ambientale. Interessanti i diversi livelli di variabilità rispetto a quello di partecipazione mediale e al radicamento sul territorio. Una sorta di racconto sul networking cooperativo.

La partecipazione a eventi ambientali è anche il focus del lavoro di Giovanni Boccia Artieri, Laura Gemini, Manolo Farci, Elisabetta Zurovac. Qui però l'analisi e la metodologia utilizzata è di tipo visuale o meglio l'oggetto della ricerca è dato dalle pratiche di comunicazione visuale su Twitter. Il lavoro è stato svolto in occasione del terremoto del maggio 2012. Le immagini postate su Twitter, secondo i ricercatori, hanno svolto funzioni informative ma anche relazionali.

Poi la politica online. Mariagerarda Auriemma, Estella Esposito, Lorenzo Iadicicco, Francesco Marrazzo, Armando Polimene, Gabriella Punziano e Carmela Sarnelli, in un saggio sul Movimento 5 Stelle nelle elezioni europee del 2014, evidenziano le potenzialità applicative delle tecniche d'analisi del contenuto soprattutto relativamente a dati eterogenei e in continuo cambiamento. Anche in questo caso il lavoro di ricerca coniuga e integra analisi di tipo quantitativo e analisi di tipo qualitativa.

Dunque cambiamenti nell'analisi della politica e dei suoi personaggi a partire proprio dai dati in rete. La decadenza di Berlusconi è raccontata a partire da #decadenza. Si può ricostruire un dibattito politico da un hashtag? Alessandra Micalizzi lo fa soffermandosi, nella sua ricerca, sull'uso degli hashtag, dei retweet e sulla sentiment analysis dei contenuti.

Dibattito, costruzione di una narrazione a partire dalla rete, dai social network, dai forum online usati come interfaccia. I forum online per Maria-

na Patricia Busso sono luoghi dove è possibile costruire l'identità di un gruppo di emigranti argentini, e lo fa attraverso un'analisi discorsiva dei loro post in cui loro stessi si raccontano. Nascono nuove matrici di soggettività e socializzazione online.

Queste ricerche, analisi, interpretazioni diverse per i contenuti hanno in comune il mettere al centro l'attualità dei dati veicolati tramite i social network.

Questi saggi fanno riflettere sulla necessità di lavorare attentamente sul web nel campo del lavoro sociologico. Potrà essere la ricerca approfondita a permetterci di capire gli sviluppi della rete e comprendere meglio opportunità e rischi dei big data, come i curatori del numero hanno attentamente evidenziato.

il direttore
Lella Mazzoli