



Influencer e social media

Corso di Semiotica dei nuovi media



prof.ssa Marianna Boero, Corso di Semiotica dei nuovi
media

Social network

- hanno introdotto nuovi modelli di comunicazione
- forme di interazione diverse rispetto al faccia a faccia
- trasformazione del rapporto tra soggetto e tecnologie informatiche
- non sono nati per facilitare i contatti con nuove persone ma soprattutto per “rendere visibili reti di relazioni di relazioni già esistenti ed eventualmente rivitalizzarle e consolidarle” (Paccagnella 2016)
- es. Facebook (2004) nasce come versione elettronica dell’annuario della scuola (album stampato con le foto e i profili degli alunni di un certo anno scolastico)



prof.ssa Marianna Boero, Corso di Semiotica dei nuovi media

- oggi i SN sono giunti alla fase di maturità
- Dal punto di vista degli utenti, sono entrati in una fase di naturalizzazione: sono percepiti come parte dell'ambiente che ci circonda (Vittadini 2018)
- Social network: reti di relazioni che si costruiscono attraverso le piattaforme digitali
- Social media: piattaforme che ospitano la pubblicazione di veri e propri contenuti mediali (testi, immagini, video), realizzati sia da singoli individui che organizzazioni



prof.ssa Marianna Boero, Corso di Semiotica dei nuovi media

fase aurorale (1997-2002), nascono i primi SN

fase di espansione (2003-2009), i SN si moltiplicano

fase di consolidamento (2010-2016), alcune piattaforme acquisiscono una posizione dominante

fase di co-evoluzione (piattaforme che collaborano e competono) e naturalizzazione



prof.ssa Marianna Boero, Corso di Semiotica dei nuovi
media

Aspetti centrali dei SN

- rappresentazione del sé attraverso la propria costruzione riflessiva
- valore della relazione
- valore della condivisione
- attenuarsi del confine tra pubblico e privato
- co-costruzione della narrazione della realtà attraverso le conversazioni

prof.ssa Marianna Boero, Corso di Semiotica dei nuovi media



Parole chiave

Multi-life

- Costante connessione che non è solo cognitiva e informativa, ossia intesa come partecipazione ai flussi digitali, ma anche materiale, perché propone nuove forme di comunicazione e interazione attraverso una natura locativa assunta dai media, attraverso smartphone, wi-fi diffusi, ecc.
- Contesto denso di ambivalenze tra le possibilità relazionali connesse e le forme di neo-solitudine connesse (Boccia Artieri 2012)



prof.ssa Marianna Boero, Corso di Semiotica dei nuovi media

E-mozione

de Kerckhove: l'emozione si trasforma in e-mozione, cioè diventa detonatore all'azione attraverso un coinvolgimento emotivo nella cosa pubblica

esempio: movimenti di protesta nati dal basso, grazie alle emozioni condivise in rete (dall'attivismo dei click alla reale mobilitazione dei corpi)



prof.ssa Marianna Boero, Corso di Semiotica dei nuovi media

Fake news e echo-chambers

La Rete consente la presa di parola di chiunque, producendo una massa indistinta di informazioni e dando vita a forme di disintermediazione da parte dei media tradizionali, che sarebbero i naturali mediatori.

Questo rende difficile distinguere tra notizie vere e false

Gli individui si chiudono all'interno di echo-chambers in cui convalidano in modo ricorsivo il medesimo punto di vista



prof.ssa Marianna Boero, Corso di Semiotica dei nuovi
media

Dai social network ai social media

- i media oggi sono non solo parte della nostra esperienza ma ambienti in cui si forma la nostra esperienza
- si presentano come veri e propri ambienti culturali e sociali, mondi in cui entrare
- la realtà immateriale ha ricadute su quella materiale
- no determinismo, ma complessità del rapporto tra tecnologie e società

prof.ssa Marianna Boero, Corso di Semiotica dei nuovi media



I social media

La società contemporanea è caratterizzata da:

- ibridazione tra online e offline
- connessione continua agevolata dalle tecnologie mobili (interrealtà)
- relazioni mediate
- nuove pratiche sociali (conversare, osservarsi reciprocamente, condividere contenuti)
- avvento di comunità transnazionali (soggetti con provenienze geografiche, culturali ecc. diverse, legati da scelte libere e personali)



prof.ssa Marianna Boero, Corso di Semiotica dei nuovi
media

- avvento del prosumer (soggetto che non solo consuma ma produce contenuti)
- social media come luoghi dell'esperienza contemporanea
- non sono luoghi completamente liberi (vincoli alle libertà espressive)
- nascita dell'influencer (valore commerciale)
- evoluzione in "creator" (valore culturale)



prof.ssa Marianna Boero, Corso di Semiotica dei nuovi
media

Parole chiave

Comunità d'interessi

Tonnies: comunità tradizionali sono ancorate a uno spazio fisico ben definito e condiviso

Avvento media moderni: passaggio a una comunità orizzontale-laico, trasversale rispetto al tempo e legata alla simultaneità

Maffesoli: comunità delle emozioni, le cui principali caratteristiche sono l'aspetto effimero, la composizione mutevole, l'assenza di un'organizzazione (neo-tribalismo)



prof.ssa Marianna Boero, Corso di Semiotica dei nuovi media

Comunità virtuali (anni Novanta): dinamiche fluide effimere, collocate in uno spazio immaginato, nuove forme di socialità

Castells (2002): Rete come strumento di organizzazione, di azione collettiva, di costruzione di significato

Ha ancora senso parlare oggi di comunità virtuali separate da quelle reali, faccia a faccia?



prof.ssa Marianna Boero, Corso di Semiotica dei nuovi media

Identità digitale e riflessività

- influenza dei media nella vita degli individui
- identità online e offline
- le forme di rappresentazione del sé sono vincolate dai limiti e dalle possibilità (affordance)
- l'individuo è continuamente stimolato a interagire, a presentarsi, a perfezionarsi
- si esercita costantemente per garantire coerenza nella recitazione di un ruolo



prof.ssa Marianna Boero, Corso di Semiotica dei nuovi media

- confronto con una molteplicità di pubblici (gestione di diversi frame, ossia cornici situazionali più o meno complesse)
- intimità connessa: non consiste nell'apertura dell'identità di sé all'altro, ma è una pratica di relazione, di vicinanza tra due o più persone che avviene in uno spazio pubblico interconnesso.
- è un tipo di intimità ad accesso limitato: gli utenti, attraverso determinate strategie comunicative (fotografie, citazioni, canzoni...) operano una selezione a favore di coloro con cui condividono l'esperienza
- l'identità è il risultato di un progetto riflessivo
- pratica dello sharing: favorisce l'espressione del sé



prof.ssa Marianna Boero, Corso di Semiotica dei nuovi
media

Teoria dell'enunciazione (Greimas)

enunciatore → ENUNCIATO → enunciatario



Autenticità e proficità

- maschera sociale/autenticità personale
- il vero sé va trovato o creato
- “proficità” (Moller e D’Ambrosio 2022): si supera il concetto di autenticità nella costruzione dell’identità da parte degli individui
- non si considerano le persone o i problemi direttamente ma in base a come sono visti dagli altri: si giudicano i prodotti in termini di marchi e le persone in termini di profili
- si forma l’identità attraverso la cura dei profili
- i profili sono immagini di noi stessi presentate per l’osservazione