

## **Social media e social network sites come fonti di storia. Tra big data e software studies\***

Mario Pireddu\*\*

Università degli Studi Roma Tre

The historiographic method has been developed over time as a mediological research apparatus. Oral sources, written sources, material sources, and iconographic sources are media, and therefore physical recording, storage and circulation devices to which correspond specific circulation modes, general symbolization processes and social communication codes. The productions traceable within the universes of social media and social network sites belong to the sources available today. Since the main system of media objects production has changed, the researcher's work has to go through the analysis and the understanding of its basic mechanisms. The historical problem of source verification does not cease to be at the center of the research of the historian, but on the contrary it poses further challenges. These problems are similar to those of social researchers, because it is necessary to take into consideration a transformation of the reality of communication where offline and online environments are increasingly closely correlated, and where the possible forms of communication generate new possibilities for analysis. The change is qualitative and quantitative: the consumer of media objects becomes a varied set that includes a growing number of information and knowledge producers. Researchers are faced with the growth of disintermediation systems and accumulation of practices, relationships, and objects to deal with. Computational social sciences are also imposing on social sciences and historical research as disciplines that take advantage of the ability to collect and analyze data with unprecedented amplitude, depth and scale.

**Keywords:** sns, social media, research, history, big data

La storia come metodo e come disciplina è nata e si è costruita nel tempo attraverso i media. Da questa presa d'atto, che deriva dallo studio della storia e della natura dei media, occorre partire per poter ragionare sull'uso dei media - e dunque anche dei social media - come fonti di storia. Qui *storia* e *fare storia* si tengono come dimensioni intrecciate: è noto come la periodizzazione classica e scolastica abbia sottolineato a lungo la centralità della scrittura nel passaggio tra preistoria e storia, da un lato insistendo sull'importanza del medium e dall'altro dando spesso luogo a letture non prive di semplificazioni o marcatamente eurocentriche. Una di queste semplificazioni si è tradotta nel pregiudizio diffuso secondo il quale le civiltà, per essere definite tali, devono essere fondate su sistemi di scrittura ed essere quindi almeno in parte letterate. Tra quanti hanno

---

\* Articolo proposto il 15/02/2017. Articolo accettato il 15/05/2017

\*\* [mario.pireddu@gmail.com](mailto:mario.pireddu@gmail.com)

fatto notare la natura pregiudiziale di un simile presupposto, Eric A. Havelock è forse lo studioso che ha affermato con maggiore chiarezza che l'esistenza di una società civile dotata di istituzioni politiche, arte e architettura proprie non dipende necessariamente dalla scrittura (Havelock, 1987). La stessa etimologia di *storia* rimanda alla ricerca, all'indagine, all'aver visto e conosciuto, e Erodoto usa per primo il termine per indicare l'*esposizione della ricerca*. In ogni caso, per quel che riguarda l'argomento del presente contributo, va riconosciuto che sia la scrittura che il racconto e le testimonianze orali esistono in funzione degli ecosistemi mediali ai quali danno forma e dai quali ricevono sostanza. Detto in altri termini, l'intero metodo storiografico ha preso corpo nel tempo come apparato mediologico di ricerca: cosa sono le fonti orali, le fonti scritte, le fonti materiali, le fonti iconografiche etc. se non *media*? L'accezione del termine fa qui riferimento ai supporti fisici di iscrizione e immagazzinamento, ai dispositivi di circolazione a cui sono collegati corrispondenti modi di circolazione, ma anche a processi generali di simbolizzazione e a codici sociali di comunicazione. Il medium qui ha dunque a che fare non con il solo ambito tecnologico-sensoriale e con i soli oggetti materiali, ma anche con le capacità di trasformazione dell'esperienza e gli utilizzi diffusi: *medium* comprende sia il *dispositivo* che il *gesto* che ne consente l'uso. Il "messaggio" di un medium è nel mutamento di proporzioni, di ritmo o di schemi che introduce nei rapporti umani, ricorda McLuhan in uno dei passaggi più conosciuti di *Understanding media*. Da questo punto di vista sono media tutti i dispositivi e le risorse che intervengono sulla riarticolazione di esperienza, conoscenza, azione e comunicazione: ruota, strade, carta, occhiali, denaro, bicicletta, edifici, quotidiani, macchine da scrivere, pittura, fotografia, telegrafia, cinema, radio, televisione ecc. Se i media sono il territorio di produzione e di negoziazione dei linguaggi espressivi, delle forme simboliche e delle forme dell'abitare, la mediologia è da intendersi come ecologia dei sistemi culturali. Nei media vivono le forme espressive, le forme di rappresentazione, i dispositivi tecnici, le strutture architettoniche, le relazioni sociali e comunicative: si tratta di luoghi per la costruzione di senso, sia individuali che collettivi, mondi dell'abitare cognitivo e corporeo.

È stato Walter Benjamin a rilevare il legame stretto tra media e storicità, nel ragionare di fotografia e cinema, riconoscendo l'impossibilità di parlare di esperienza in termini sovrastorici. Medium come modo in cui si organizza la percezione umana secondo condizioni tecniche e artificiali storicamente variabili, capaci con la propria evoluzione di influire sulle trasformazioni della stessa percezione. In sintesi: se il medium è il modo in cui si organizza e ha luogo la percezione in un determinato periodo storico, ci troviamo sempre davanti a forme di esperienza sensibile mediate e storicamente variabili.

Se la storia non si serve soltanto dei media ma si è costruita necessariamente essa stessa nel tempo - come metodo e come disciplina - attraverso i media, quali sono le implicazioni di una lettura mediologica dell'indagine storica e del compito professionale dello storico? E quali i risvolti sul rapporto con l'ecosistema mediale attuale, che comprende un insieme molto più vasto di fonti rispetto a qualsiasi altra epoca?

## 2.

Occorre dire sin da ora che alla prima domanda non è possibile rispondere in modo esaustivo nello spazio di questo contributo. A rigor di logica, infatti, una proposta di lettura mediologica dell'indagine storica e del compito professionale dello storico dovrebbe partire dalla nascita stessa del metodo storiografico, e non è questa la sede per una siffatta ricostruzione. L'analisi si concentrerà quindi in modo particolare sul ruolo di social media e social network sites nella ridefinizione di oggetti e strumenti della ricerca storiografica.

Una prima considerazione da fare per sgombrare il campo da equivoci è relativa alla distinzione ormai classica tra storia e cronaca: la prima è tradizionalmente descritta come esposizione ordinata di fatti e avvenimenti umani del passato risultanti da una indagine critica in grado di garantirne la verità e l'esposizione unitaria; la seconda come esposizione - raramente critica - di fatti nella loro mera successione cronologica (appunto *chrónos*). Se la storia è narrazione sistematica e interpretazione critica delle vicende delle società umane e delle loro reciproche connessioni, la cronaca è definita di norma come "forma primitiva della narrazione storica, agli inizi della storiografia di tutti i popoli": un'esposizione di semplici fatti "non illuminata dalla consapevolezza di una problematica storica" (cfr. [Treccani](#) e [Garzanti](#)). Quel che resta comune è il riferimento ai fatti e alla loro verità. Si può ricordare per inciso che se la parola greca *istoría* ha origine in ambito giuridico, con riferimento a chi poteva stabilire la veridicità delle ragioni in una qualsiasi disputa tra contendenti, è negli ultimi tre secoli che maturano le affinità tra metodo storiografico, metodo scientifico, inchiesta giornalistica e indagine poliziesca. La radice dell'inglese *detective* e del francese *déetective* rimanda al latino *detectus*, da *detegere* e dunque implica scoprire, rivelare, esporre (dove *tegere* è invece *coprire*). La ricostruzione storica è fattuale, idealmente oggettiva, perché edificata sul rigore del metodo. La consapevolezza di una necessaria tensione tra ciò che si vuole oggettivo e ciò che si sa essere solo idealmente oggettivo - il più oggettivo *possibile*, e sottoponibile a ulteriori verifiche - emerge dall'uso che del termine storia fa la lingua italiana. A differenza della lingua inglese, che distingue tra *story* e *history*, il vocabolo italiano *storia* indica sia il divenire concreto degli eventi nel tempo che la storia narrata e interpretata criticamente dallo storico, e - ancora - il racconto. In ogni caso, lo storico come scienziato sociale procede di norma affidandosi a un metodo riconosciuto dalla propria comunità di riferimento: delimitazione di un campo (secondo tempo e spazio), osservazione, raccolta di dati e testimonianze, ordinamento, verifica e analisi critica delle fonti, necessaria interpretazione che conduce infine all'esposizione dei risultati di ricerca. Avvenimenti registrati in vario modo vengono tradotti in fatti: la storia come narrazione viene distinta dalla storia come ricerca.

Le testimonianze storiche hanno a che fare con tutti gli avvenimenti registrati o preservati in varie forme, tra i quali identificare quelli che ragionevolmente possono essere considerati come fonti in grado di contribuire alla stesura di resoconti il più possibile

veritieri del passato. I fatti vengono esposti criticamente dopo il vaglio attento dei materiali e delle risorse a disposizione e l'opportuna esclusione di fonti considerate non attendibili: la verità storica è quindi il prodotto del metodo storiografico. Tale prodotto è costruito attraverso forme della produzione discorsiva come eventi, fenomeni, evoluzioni: avvenimenti di breve durata, che impiegano tempi lunghi o tempi molto lunghi, che comportano portata e effetti più o meno ridotti, etc.

Se il lavoro sulle fonti si configura come il perno della ricerca, è opportuno chiedersi quali siano oggi le fonti, e se tra esse possano rientrare - e a che titolo - le produzioni rintracciabili all'interno del mare magnum dei social media e dei social network sites. Ora, social media e social network sites esistono - stando almeno alle definizioni più condivise - da circa quindici anni, dunque da un tempo breve ma già sufficiente per rendere non più appropriata l'etichetta di "nuovi media". Come è noto, *social media* fa riferimento a software e applicazioni web-based che consentono la creazione e la condivisione di user-generated content, mentre con l'etichetta di *social network sites* vengono indicati vari tipi di servizi online dedicati alla creazione e al mantenimento di reti sociali. In non pochi casi le definizioni si tengono insieme, giacché molte piattaforme per la condivisione di contenuti prevedono anche strumenti per la gestione del capitale relazionale. In ogni caso, sono gli utenti ad aggiungere valore alle piattaforme che utilizzano, attraverso scambi comunicativi e pratiche di networking che nel tempo sono cresciute per quantità e qualità anche grazie alla diffusione di tecnologie per la comunicazione mobile. Benché tutti i media siano sempre in qualche modo "media sociali", perché prodotti e utilizzati all'interno di realtà umane e sociali, quando si parla di social media e social network sites si fa riferimento a questo tipo di piattaforme e alle pratiche rese possibili dalla comunicazione digitale. Lo scarto rispetto ai regimi comunicativi dei mass media risiede in modo particolare nella possibilità - per chiunque abbia accesso alla rete - di poter cercare di raggiungere a basso costo un pubblico potenzialmente vasto. La progressiva rimozione degli ostacoli alla pubblica espressione, come è evidente, ha contribuito ad aumentare enormemente la mole di oggetti informativi a disposizione. Ci si può chiedere legittimamente se questo tipo di oggetti possa essere utilizzato per la ricerca storica: partendo dalla graduale ma rapida digitalizzazione di quasi tutti gli ambiti relativi alla produzione e conservazione della conoscenza - si pensi a quanto stiano perdendo di senso le dizioni "testo digitale", "musica digitale", "video digitale", etc. - è possibile tentare di dare qualche risposta.

Un primo livello, più semplice da gestire, è sicuramente quello delle fonti messe a disposizione online da realtà considerate attendibili e autorevoli: il ricercatore può servirsi liberamente degli archivi dell'Istituto Luce su YouTube come delle collezioni fotografiche storiche messe a disposizione sui social media da amministrazioni e istituzioni pubbliche. Questo si configura però come un tipo di attività di ricerca - facilitata dall'utilizzo di archivi digitalizzati e metadati - caratterizzato da un grado di difficoltà contenuta, per certi versi molto simile alle pratiche di indagine note da tempo. Detta in modo più schematico: lo storico fa uso di fonti digitali - o più precisamente di fonti *digitalizzate* e in seguito rese disponibili sui social media - per ricostruire un passato analogico (in cui la produzione mediale era pre-digitale). Un secondo livello, più problematico, è invece quello della gestione delle produzioni informative che ormai da anni vengono create a ritmo

esponenziale dagli utenti di social media e social networking sites. Incorporando i dispositivi digitali e le tecnologie mobili per la comunicazione nelle proprie pratiche quotidiane, le persone hanno cambiato il modo di comunicare tra di loro e hanno contribuito alla creazione continua e massiva di informazioni, tracce, fonti *nativamente digitali* che informa l'ecosistema mediale in cui abitiamo. È su questo secondo livello che si pongono le sfide più impegnative per quanti si occupano di ricerca e dell'utilizzo dei media come fonti di storia.

### 3.

La storia di Twitter è ricca di momenti importanti, come il primo tweet dallo spazio o i diversi casi in cui il servizio di microblogging si è rivelato centrale per la copertura informativa di eventi e per lo sviluppo del cosiddetto giornalismo partecipativo. È celebre la [foto](#) dell'atterraggio dell'aereo della US Airways sul fiume Hudson a New York, condivisa [su Twitter](#) dall'utente Janis Krums: fu la prima foto dell'avvenimento che venne diffusa in rete e dimostrò il potere di Twitter nel divulgare notizie in tempo reale (e quindi nell'anticipare i media tradizionali). In un interessante saggio sull'uso di Twitter durante le alluvioni in Sardegna del novembre 2013, i ricercatori autori della ricerca sottolineano l'importanza di quella piattaforma per la gestione rapida di situazioni di emergenza, rilevando la dimensione *ecologica* dell'utilizzo di varie piattaforme da parte degli utenti (Parisi, Comunello, Amico 2013). Quel che emerge dal testo è che tra ciò che ha motivato molti utenti all'uso civico di piattaforme commerciali vi è la lentezza rilevata nelle risposte comunicative delle istituzioni preposte alla gestione dell'emergenza. Gli autori fanno riferimento a digital volunteering, civic engagement, a pratiche emergenti tipiche delle culture partecipative, e a un potenziale di coinvolgimento attivo dei cittadini nella sfera pubblico-politica.

Un regime di produzione di oggetti mediali basato in gran parte sugli user-generated content e sulla cosiddetta folksonomy è altra cosa rispetto ai regimi di produzione precedenti. Per quanto anch'essi certamente complessi, questi ultimi davano luogo di fatto a procedure di recupero più gestibili: le strategie di governo della complessità hanno creato a monte sistemi di filtri e di riduzione della complessità stessa, che hanno funzionato da setaccio rispetto a ciò che poteva essere o non essere prodotto. La storia dei media mostra però, pur non essendo una storia lineare, un graduale movimento di espansione delle possibilità di produzione di oggetti mediali da parte di porzioni sempre più ampie di popolazione. Vi sono autori che parlano a questo proposito di "democratizzazione" dell'accesso ai media: le implicazioni dell'utilizzo di tale definizione sono tali e tante da non poter essere discusse in questa sede, qui basti limitarsi a sottolineare la secolare e progressiva presa in carico dei mezzi di produzione informativa da parte di utenti non necessariamente professionisti (ciò vale per la scrittura e la stampa come per la fotografia e i tweet). La proliferazione di contenuti generati dagli utenti che sta facendo crescere il social web in maniera esponenziale ha reso obsolete molte delle

tradizionali soluzioni al problema della complessità. Ogni strategia di ricerca non può che basarsi su *filtri*, ma se è cambiato almeno in parte il sistema principale di produzione di oggetti mediali allora il lavoro del ricercatore non può che passare dall'analisi e dalla comprensione dei meccanismi di base che lo governano. Se dunque, come rilevano diversi autori, abbiamo assistito in questi anni al passaggio da un sistema di produzione basato sulla pur relativa scarsità analogica (la stampa, la radio, la televisione, etc.) a un sistema fondato sulla relativa abbondanza digitale (pubblicazione gratuita o a costi molto bassi di testi, immagini, fotografie, video, etc.), ecco che ci si deve obbligatoriamente confrontare con un mutamento significativo. Il sistema di controllo e filtraggio in regime di scarsità funzionava a monte del processo produttivo: la quantità di oggetti informativi, già limitata, veniva ridotta ulteriormente dopo opportune operazioni di selezione. Il filtro agiva generalmente prima della pubblicazione (funziona ancora così anche per molte realtà online, istituzionali o meno). La logica prevalente nel social web caratterizzato da abbondanza digitale è inversa: prima si pubblica qualcosa e poi si filtra inserendo etichette e metadati. Nel lavoro pratico di ricerca e utilizzo delle fonti questo comporta alcune difficoltà e al contempo non poche opportunità. Le difficoltà risiedono principalmente nell'aver a che fare con un numero di fonti potenzialmente interessanti sempre più ampio (ai limiti dell'ingestibile), e nel doversi relazionare con sistemi di categorizzazione non più esclusivamente top-down ma delegati agli utenti stessi.

L'uso degli hashtag è forse ciò che ha più caratterizzato Twitter e in seguito diversi altri siti e servizi di rete, mostrando come alcune delle innovazioni più interessanti siano state proposte dagli utenti e non dai progettisti delle piattaforme. L'uso delle parole chiave con cancelletto, oggi centrali e in qualche modo architravi di non pochi ambienti di social media, fu suggerito dall'utente Chris Messina nell'agosto del 2007 con un [tweet](#). Con il tempo, Twitter ha accolto le richieste aggiungendo il collegamento ipertestuale automatico tra tutte le parole chiave indicizzate con cancelletto, e ha implementato le funzionalità dello strumento con l'introduzione dei trending topics e dei trending topics localizzati in base alle regioni geografiche di riferimento. Ad oggi sembra impensabile fare a meno degli hashtag, soprattutto in contesti quali emergenze o eventi in cui la comunicazione in tempo reale può fare la differenza nel salvare vite, ma anche per eventi legati all'intrattenimento, al networking, alla formazione, etc.

Come cambia dunque il lavoro di ricerca di fonti utili non solo per la cronaca ma per la ricostruzione storica? Quante sono per esempio le fonti da analizzare per comprendere e poter raccontare adeguatamente le proteste e la conseguente repressione che hanno seguito le elezioni presidenziali in Iran del 2009? Ci si può limitare all'utilizzo delle fonti tradizionali come agenzie informative, documenti governativi, interviste etc., o si deve esaminare anche la produzione di tweet, post, immagini e video di cittadini e utenti non professionisti? E se si riconosce che è necessario considerare il più ampio spettro di fonti potenzialmente utili, come ci si deve comportare con la categorizzazione dei contenuti stessi? Lo "storico" problema della verifica delle fonti non cessa di essere al centro delle attività di ricerca dello storico, ma al contrario pone sfide ulteriori. Si tratta di problemi affini a quelli di quanti si occupano di ricerca sociale, e in sintesi di "tenere conto di una trasformazione della realtà della comunicazione in cui ambienti offline e online si trovano

ad essere sempre più strettamente co-implicati e in cui le forme possibili della comunicazione generano nuove possibilità di analisi” (Boccia Artieri, Giglietto, Rossi 2012: 73). Il mutamento, come si è detto, è qualitativo e quantitativo: il pubblico di consumatori di oggetti mediali diventa un insieme variegato che comprende un numero crescente di produttori di informazioni e conoscenza. Se per molte persone cambia il senso della posizione nella comunicazione, ciò che si ha davanti si presenta come crescita di sistemi di disintermediazione e accumulazione di pratiche, di relazioni e di oggetti con i quali fare i conti.

Tra le proprietà che vengono associate ai contenuti prodotti e condivisi nel social web vi sono la persistenza e la ricercabilità (boyd 2008). La prima è variabile dipendente da diversi fattori, tra cui il destino commerciale delle singole piattaforme, mentre la seconda si articola attraverso meccanismi di categorizzazione non sempre immediati e dispositivi di regolazione della privacy che rendono gli oggetti pubblici, semipubblici o privati (e dunque di difficile reperimento). L’incrocio di permanenza e ricercabilità produce la possibilità concreta del riutilizzo dei contenuti prodotti, mediante meccanismi di quoting e mention ormai interiorizzati dalla gran parte degli utenti. In uno studio sulle rivolte della cosiddetta “Arab Spring” in Tunisia e Egitto pubblicato nel 2014 sul *Journal of Computer-Mediated Communication*, i ricercatori hanno evidenziato le opportunità per la ricerca offerte dalla stessa architettura tecnica di piattaforme come Twitter: il rapporto tra giornalisti e fonti non giornalistiche può essere ricostruito almeno in parte agevolmente attraverso lo studio delle relazioni tra i diversi account presi in esame (Hermida, Lewis, Zamith 2014). Allo storico, in casi come questo, spetta chiaramente un compito in più: quello di verificare ulteriormente l’affidabilità della selezione di fonti e contenuti operata dai giornalisti, per poter produrre una esposizione dei fatti quanto più possibile veritiera. È chiaro allora come la sfida per la ricerca in ambito storico comporti sempre più lo sviluppo di nuove competenze, in linea con quel che accade in altri ambiti di ricerca: usare i social media come fonti di storia significa conoscere gli ecosistemi mediali digitali e il loro funzionamento, saper gestire *big data* e avere nozioni di *data science*. I punti di contatto con altre discipline, peraltro evidenti già durante il secolo scorso, ricevono nuova linfa attraverso metacompetenze comuni (Bennato 2015).

I dataset presi in esame dai ricercatori per ricostruire avvenimenti e fatti relativi alla Arab Spring, agli *England riots* del 2011 o alla campagna per le elezioni presidenziali degli Stati Uniti del 2016 sono a tutti gli effetti utili per l’analisi sociologica, comunicativa, antropologica, statistica, storica, etc. In un ecosistema comunicativo e relazionale come quello dei social media la natura digitale delle fonti e la loro quantità sposta la fase di recupero e di strutturazione dei dati di ricerca “in un ambito di competenza tradizionalmente più vicino alle scienze informatiche che a quelle sociali” (Boccia Artieri, Giglietto, Rossi 2012: 77). Quanto il valore dei contenuti, delle informazioni e delle fonti prodotte e diffuse digitalmente all’interno dei social media sia sempre più importante lo dimostra anche la presa di consapevolezza di alcuni player strategici: nell’aprile del 2010 Twitter ha [comunicato](#) la decisione di donare l’intero patrimonio di tweet pubblici alla Library of Congress degli Stati Uniti. L’annuncio della *tweet preservation* è stato accompagnato da una motivazione specifica: “tweets are becoming part of history [...]

(and) the open exchange of information can have a positive global impact". Con le parole di James H. Billington (Librarian of Congress Emeritus): "The Twitter digital archive has extraordinary potential for research into our contemporary way of life [...] working with the Twitter archive will also help the Library extend its capability to provide stewardship for very large sets of born-digital materials" (2010). Tra i tweet indicati nell'annuncio a titolo esemplificativo, quello di Barack Obama del [5 novembre 2008](#) in cui il presidente eletto ringrazia gli elettori e scrive "we just made history". La Library of Congress considera la *tweet preservation* parte integrante di una strategia di lungo periodo ("long tradition of gathering individuals' firsthand accounts of history"), che negli ultimi anni ha portato anche alla raccolta di moltissimi materiali dal web. Iniziative di questo tipo hanno dichiaratamente lo scopo di rendere meno volatile la permanenza di fonti e contenuti online: la Library of Congress si occupa infatti anche del [National Digital Information Infrastructure and Preservation Program](#), implementato per archiviare, preservare e rendere disponibili alle future generazioni contenuti digitali di vario tipo, con particolare attenzione a quelli che vengono creati nativamente in digitale.

Il 2010 è anche l'anno in cui in Italia si è tenuto un convegno dal titolo "2060. Con quali fonti si farà la storia del nostro presente? Tecniche, pratiche e scienze sociali a confronto", che ha visto la partecipazione di numerosi ricercatori di diverse discipline. Il convegno - organizzato e promosso dalla Fondazione Telecom Italia in collaborazione con il Politecnico di Torino, l'Associazione Italiana di Sociologia, la Società Italiana per lo Studio della Storia Contemporanea e Cliomedia Officina - muoveva da alcune domande: quali inediti problemi pone e potrà porre agli storici di professione e agli altri scienziati sociali un "passato digitalizzato" e di apparente facile accesso? Qual è e quale sarà l'impatto della rete e dei new media del digitale sulla costruzione di discorsi storici pubblici? Con quali implicazioni per il senso comune storico e nei processi di costruzione di memorie condivise? Con quali criteri si potrà operare una selezione dei dati? I relatori hanno cercato di rispondere a queste domande da diversi punti di vista: quello della storia d'impresa, quello della storia dei media o ancora della storia economica, dell'immaginario, della memoria, della ricerca filosofica e della ricerca storica o sociologica in senso stretto. Tra le risposte comuni, la presa d'atto che la nostra è in misura crescente una *società in rete* (il tema è centrale da più di due decenni), che la storia pubblica e la storia digitale coincideranno in misura sempre più stringente, che occorre anche l'impegno delle istituzioni per risolvere i problemi legati alla precarietà e alla persistenza dei dati, e che occorre concentrarsi sull'innovazione di pratiche e metodologie della ricerca scientifica nel campo delle scienze sociali.

#### 4.

Per la ricerca in ambito storico uno dei problemi principali è sempre stato quello delle fonti. Ora che persistenza e ricercabilità delle fonti digitali diventano aspetti centrali nel lavoro di ricerca, ci si può chiedere quali siano i risvolti metodologici di questo processo di



trasformazione insieme culturale e tecnologica. Un primo elemento è già stato ricordato, e riguarda la necessità di avvicinare il lavoro dello storico alle prassi e agli strumenti del *data scientist*, che non è - come alcuni hanno sostenuto - semplicemente uno statistico. Vicki Coleman, responsabile dei Library Services della North Carolina Agricultural and Technical State University, sostiene che i social media sono ormai diventati adulti e sono quindi fonti primarie che offrono ai ricercatori opportunità straordinarie. Coleman si interroga sul come sfruttare il potenziale dei social media per migliorare i processi di ricerca e di comunicazione accademici, e suggerisce l'assunzione di un ruolo proattivo nella revisione delle linee guida metodologiche: le piattaforme di social media come Twitter, YouTube e Facebook contengono resoconti di prima mano della storia e sono da considerare estremamente informative per chiunque si occupi di mutamenti culturali e sociali (Coleman 2013). Da questo punto di vista, vanno moltiplicati gli sforzi per rendere strategica la dimensione dell'information literacy a partire dal percorso di vita degli studenti.

Dalle raccomandazioni e dalle linee guida delle principali istituzioni internazionali emerge la necessità dell'educazione alla gestione dei dati e alla comprensione degli ecosistemi mediali per poter essere pienamente cittadini del XXI secolo, e per chi si occupa di ricerca le implicazioni sono ancora più profonde. Riuscire a filtrare le informazioni e le fonti affidabili diventa compito ancora più complesso, perché ad aumentare è la complessità della realtà sociale. Chi in questi ultimi mesi parla di "post-truth" per spiegare la diffusione delle informazioni in rete in realtà non fa che spostare il dibattito dal piano dell'analisi a quello della lettura parziale. In tempi di big data ad aumentare non sono infatti soltanto le fake news, i contenuti falsi e le fonti inaffidabili, ma - così come accadde per la stampa e in generale per la "democratizzazione" di altri media - *l'intero spettro delle possibilità comunicative*. Se è vero che aumentano le fake news, è vero anche che la quantità di notizie "vere", fondate sui fatti, sulla verifica scientifica e sul debunking oggi disponibile era impensabile solo pochi anni fa. Il mutamento che abbiamo davanti è dunque di altro tipo: la perdita di autorità e autorevolezza delle istituzioni che strutturavano la vita sociale e politica (chiese, partiti politici, sindacati, corporations, stampa, tv etc.) si accompagna a un più ampio e generalizzato declino della fiducia. In sintesi, nonostante quelle istituzioni non abbiano cambiato nella sostanza le proprie prassi operative, sono sempre di più le persone che dubitano della loro autorevolezza. Francis Fukuyama spiega questo declino sottolineando tra le altre cose un ruolo delle tecnologie di rete nel rendere le istituzioni tradizionali più trasparenti: quando il racconto non è più solo quello controllato dalle istituzioni tradizionali, quel che viene esposto può non piacere (Murphy 2016).

Lo storico sa bene che le notizie false, le fonti non affidabili e i tentativi di piegare gli avvenimenti storici a narrazioni più o meno convenienti condizionano la ricerca fin dalla nascita del metodo storiografico. Oggi non aumentano solo le fonti problematiche, ma le fonti più in generale: non è agevole lavorare con quantità di dati che erano abitualmente inaccessibili alle analisi (sia di tipo qualitativo che quantitativo), ma è possibile aggiornare allo scopo tecniche di ricerca e competenze (Magnani, Montesi, Rossi 2011). Le metodologie *data-driven* si offrono sempre più come strumento utile anche per le indagini

qualitative e teoriche in diversi ambiti disciplinari: il recupero di dati e la loro organizzazione ai fini della ricerca acquistano senso se si riesce a implementare metodologie fortemente integrate. È sempre meno utile ragionare in termini di campi non comunicanti, perché non si tratta di divenire esperti di informatica ma di “utilizzare le capacità di gestione delle informazioni proprie delle scienze informatiche per osservare le tracce lasciate all’interno di contesti digitali dai fenomeni sociali” (Boccia Artieri, Giglietto, Rossi 2012). Già nella fase di analisi e modellizzazione preliminare la contaminazione degli ambiti disciplinari si rivela utile per delineare le caratteristiche dei dati da raccogliere e le strategie migliori per recuperarli. Quel che è capitato in ambiti legati alle scienze naturali sta accadendo, non da ora ma con stimoli oggi rinnovati, anche alle scienze sociali e alla ricerca storica: le computational social sciences si stanno imponendo come discipline che sfruttano la possibilità di raccogliere e analizzare i dati con ampiezza, profondità e scala prima inedite (Lazer *et al.*, 2009). Se la produzione di informazioni è ormai massiva, costante e quotidiana, è vero anche che software, algoritmi e dati governano la vita di miliardi di persone, ed è a partire da questa considerazione che alcuni studiosi parlano della necessità di approcci di ricerca trasversali come i *software studies* (Manovich 2010). Questo non significa dar vita a nuove e autonome discipline o la necessaria trasformazione di tutte le scienze, anche quelle sociali, in scienze puramente quantitative: significa invece governare la contaminazione, e di fatto continuare a portare avanti la lunga tradizione della ricerca storica, da sempre in mutamento per quel che riguarda l’aggiornamento delle proprie metodologie.

Un invito a considerare le alternative alla *mentalità della cultura stampata* offerte dagli ambienti digitali si trova anche in un testo dedicato alla storia dello sport curato da Gary Osmond e Murray Phillips: nell’evidenziare i limiti del tradizionale sistema del lavoro in solitaria e nel suggerire strategie di lavoro in gruppo, i curatori propongono di ripensare anche i meccanismi di condivisione dei risultati verso sistemi publish-then-filter (Osmond, Phillips 2015). Di queste trasformazioni rende conto un testo creato in modo collaborativo e dal titolo *Writing History in the Digital Age*, edito dalla Michigan University Press nel 2013: vi si trovano diverse testimonianze di quanto gli ambienti digitali negli ultimi anni abbiano già influito sulle pratiche di ricerca, consentendo di arrivare a risultati altrimenti irraggiungibili (Doughert, Nawrotzki, 2013). Agli stessi temi fa riferimento anche il progetto *Doing History in Public*, per il quale è stato organizzato nel 2015 il convegno dal titolo “[Making ‘Big Data’ Human: Doing History in a Digital Age](#)”, di cui si trovano tracce in rete ([qui](#) e [qui](#)).

Un interessante utilizzo degli user generated content come fonti di storia è infine quello che si ritrova nel lavoro di André Gunthert, ricercatore e docente di Storia visuale presso l’École des Hautes Études en Sciences Sociales di Parigi. Tra i primi a interrogarsi sulla transizione al digitale della produzione fotografica, con particolare attenzione allo studio degli usi sociali delle immagini, Gunthert rileva nel passaggio alla produzione digitale le dimensioni centrali della fluidità e della registrazione elettronica (Gunthert 2016: 17). Contro le retoriche della smaterializzazione, lo studioso francese ricorda che la fluidità digitale non comporta la perdita di materialità ma un aumento nella capacità di circolazione e diffusione dei contenuti. È in questa chiave, per esempio, che legge gli

avvenimenti legati agli attentati di Londra del 2005 o alle proteste del 2006 in Francia per la riforma del contratto di lavoro, analizzando le relazioni tra produzione di contenuti amatoriali e copertura informativa dei mass media. Per Gunthert “la produzione amatoriale può costituire una gradita opportunità di diversificazione” (55), sia per il cronista che per lo storico o l’analista sociale, e non di rado “le piattaforme visive diventano fonte d’informazione primaria” (59). Se la trasformazione dell’immagine in informazione ha modificato radicalmente l’archiviazione dei documenti, ormai integrabili su database digitali, l’*indicizzabilità* e il suo impatto sulla diffusione e distribuzione diventano una risorsa preziosa per chiunque faccia ricerca. In sintesi, e solo in apparenza paradossalmente, “i database diventano strumenti assai più decisivi dell’apparecchio fotografico” (75). Se è evidente come dall’avvento delle piattaforme visive (per l’autore in particolare Flickr e YouTube) la parte più consistente dell’economia delle immagini poggia sull’autoproduzione, la diffusione e la consultazione diretta, il ricercatore non può non prendere atto del “passaggio da un’economia di distribuzione controllata a un’autogestione dell’abbondanza” (82). Per Gunthert uno degli elementi da prendere in considerazione per comprendere a fondo questo passaggio è il modello espressivo della *conversazione*:

gli strumenti interattivi hanno creato meccanismi culturali inediti. L’apertura della pubblicazione a una miriade di interessi personali ha prodotto uno spazio documentale di una ricchezza e una varietà senza precedenti (101). In questo universo, logicamente sono gli utenti a portare il materiale principale, con i loro contributi e le loro segnalazioni. Tale attività ha avuto tre effetti a cascata, cui corrispondono altrettanti spostamenti. Il primo è stato quello di mescolare senza distinzione contenuti personali e risorse mediatiche, unite dal filtro della conversazione; il secondo ha sostituito la consultazione dei media con la raccomandazione amichevole, per avere il polso dell’attualità; il terzo ha dato alle fonti private una visibilità pari a quella delle fonti mediatiche, integrando e normalizzando la presentazione dei contenuti nel flusso del *timeline* (131).

In chiusura, va rilevato che con tutta probabilità nei prossimi anni non sarà sufficiente, per i ricercatori, imparare unicamente a abitare e gestire gli ecosistemi dei social media (Carrigan 2016; Keating, 2011). Se la quantità di dati prodotta quotidianamente non è già più umanamente gestibile, infatti, è verosimile che anche l’unione di capacità umane e strumenti software di calcolo e raccolta a breve si riveli come non più adeguata. Il riferimento è alla dimensione del “too big to know” a cui fa riferimento David Weinberger nel descrivere i mutamenti dei sistemi di produzione di conoscenza nel passaggio ai sistemi digitali basati sulle reti (Weinberger 2012): se i dati prodotti e le fonti sono destinati ad aumentare esponenzialmente, con tutta probabilità lo storico dovrà servirsi di vere e proprie intelligenze artificiali in grado di poterli gestire, e non più di soli software. Al di là delle resistenze o dei timori preconetti, gli ambiti di ricerca relativi allo sviluppo dell’intelligenza artificiale stanno aprendo nuovi scenari probabilmente in grado di riconfigurare ancora una volta metodologie e paradigmi consolidati. Gli scienziati sociali, se capaci di gestire questi livelli di ibridazione e integrazione, sono ancora tra quanti possono aiutare la società nel suo complesso a comprendersi e raccontarsi nel migliore dei modi.

## Nota biografica

Mario Pireddu (Sassari 1977) è Ricercatore presso il Dipartimento di Scienze della Formazione dell'Università Roma Tre, dove è docente di *Tecnologie per la Formazione degli Adulti e Scritture di rete*, e membro del Laboratorio di Tecnologie Audiovisive. Ha insegnato 'Mass media, new media e società delle reti' presso l'Università IULM di Milano dal 2009 al 2016. Membro del Centro di Ricerca internazionale Atopos (Universidade de São Paulo), si occupa di comunicazione e forme dell'apprendimento. Tra le sue pubblicazioni: "*Social Learning. Le forme comunicative dell'apprendimento*" (Guerini, 2014); "*Storia e pedagogia nei media*" (#graffi 2014, con R. Maragliano); "*Galassia Facebook. Comunicazione e vita quotidiana*" (Nutrimenti 2012, cura con G. Fiorentino).

## Bibliografia

- AA.VV., *Guide to Social Media for Research*, University Library, Newcastle University.  
<http://libguides.ncl.ac.uk/socialmedia>
- Bennato D. (2015). *Il computer come macroscopio. Big data e approccio computazionale per comprendere i cambiamenti sociali e culturali*. Roma: FrancoAngeli.
- Boccia Artieri G., Giglietto F., e Rossi L. (2012). "Facebook, Twitter &co. Una mutazione possibile per la ricerca sociale". In G. Fiorentino G. e M. Pireddu (2012). *Galassia Facebook. Comunicazione e vita quotidiana*. Roma: Nutrimenti.
- Boccia Artieri G., (2009) Analisi degli User Generated Content e Pubblici Connessi: Rappresentazioni generazionali in Rete. In S. Monaci e B. Scifo (a cura di). (2009) *Sociologia 2.0. Pratiche sociali e metodologie di ricerca sui media partecipativi*. Napoli: ScriptaWeb.
- boyd d. (2008). *Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics*, PhD Dissertation. University of California-Berkeley: School of Information.
- boyd d., Golder S., Lotan G. (2010). Tweet, tweet, retweet: Conversational aspects of retweeting on twitter. HICSS, IEEE Computer Society, 1-10.
- boyd d., e Ellison N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, n.1 (pp. 210-230).
- Carrigan M. (2016). *Social Media for Academics*. New York: Sage.
- Coleman V. (2013). Social Media as a Primary Source: A Coming of Age. In *EDUCAUSE Review*, vol. 48, no. 6. <http://bit.ly/2ciWQSL>
- Dougherty J.A., e Nawrotzki K.D. (eds). (2013) *Writing History in the Digital Age*, University of Michigan Press. Preso da: <http://bit.ly/1yZEzAa>
- Gunthert A. (2015). *L'image partagée. La photographie numérique. Pairs: Éditions Textuel*; trad. it. (2016). *L'immagine condivisa. La fotografia digitale*. Roma: Contrasto.
- Hermida A., Lewis S.C., Zamith R. (2014). Sourcing the Arab Spring: A Case Study of Andy Carvin's Sources on Twitter During the Tunisian and Egyptian Revolutions. *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 19, n. 3 (pp. 479-499).

- Havelock E.A. (1986). *The Muse Learns to Write. Reflections on Orality and Literacy from Antiquity to the Present*. New Haven: Yale University Press; trad. it. (1987), *La musa impara a scrivere. Riflessioni sull'oralità e l'alfabetismo dall'antichità al giorno d'oggi*. Roma: Laterza.
- Keating L. (2011). Taking up the RIN challenge: supporting researchers' use of web 2.0. *Librarians' Information Literacy Annual Conference (LILAC)*. (2011). London: British Library.
- Lazer D., Pentland A., Adamic L., Aral S., Barabasi A-L., Brewer D., Christakis N. *et al*, (2009). Social science. Computational social science. *Science*, 323, no. 5915.
- Library of Congress (2010). "Twitter Donates Entire Tweet Archive to Library of Congress". In *Library of Congress News*, 15/04/2010. <https://www.loc.gov/item/prn-10-081/>
- Magnani M., Montesi D., e Rossi L. (2011). Information propagation enablers in a Social Network Site. *Social Networks Analysis and Mining*, LNSN, Springer, Verlag.
- Manovich L. (2010). *Software Culture*. Milano: Olivares.
- Murphy N. (2016). An interview with Stanford political scientist Frank Fukuyama. *Wide Angle: Election 2016*, Stanford University, September 29, 2016. <http://bit.ly/2i07mRq>
- Osmond G., Phillips M.G. (eds.). (2015). *Sport History in the Digital Era*. Champaign, IL: University of Illinois Press.
- Parisi L., Comunello F., e Amico A. (2014). "#allertameteoSAR: analisi di un hashtag di servizio tra dinamiche di influenza e nuove forme di engagement". F. Comunello (a cura di) *Social media e comunicazione d'emergenza* (pp. 121-140). Milano: Guerini e Associati.
- Weinberger D. (2012). *Too Big to Know: Rethinking Knowledge Now That the Facts Aren't the Facts, Experts Are Everywhere, and the Smartest Person in the Room Is the Room*. New York: Basic Books; trad. it. (2012). *La stanza intelligente. La conoscenza come proprietà della rete*. Torino: Codice.