



www.ec-aiss.it

.....
Testata registrata presso il
Tribunale di Palermo
n. 2 del 17 gennaio 2005
ISSN 1970-7452 (on-line)
.....

© EIC · tutti i diritti riservati
gli articoli possono essere riprodotti a
condizione che venga evidenziato che
sono tratti da www.ec-aiss.it

Verso una tecnologia di pattern recognition attanziale

Daniela Ghidoli

Abstract

A semiotic model able to recognize occurrences we use during our conversations on social network would be implemented to refine the existing sentiment analysis tools and evolve the pattern recognition technologies. The purpose of this article is introducing a semiotic method taking over a narrative structure of the interactions on Facebook. Starting from the analysis of conversations as enunciative acts, the method is able to turn them into a specific narrative scheme. With this approach we can select and organize the correct linguistic elements to be mined by semantic engines or text mining technologies, to evolve the dialogue between semiotics, data scientists and IT specialists.

I social network come Facebook si prestano ad essere un laboratorio di pratiche di socialità e il protocollo di analisi semiotica che vorremmo illustrare è stato sviluppato per dialogare con i motori semantici e di social listening. L'obiettivo è stato quello di creare un modello delle interazioni sviluppate all'interno dei social network e far emergere i processi sottesi di strutturazione o consolidamento di legami sociali narrativizzati, messi in discorso attraverso pratiche di enunciazione multidimensionali. Le operazioni che stabiliscono queste relazioni hanno una base linguistica sufficientemente significativa da permettere di riconoscere forme enunciative ed enunciazionali in grado di descrivere ruoli attanziali enunciativi ed enunciazionali precisi e ricorrenti nella loro manifestazione durante l'interazione. Questi ruoli sono alla base della messa in scena del singolo rispetto al suo pubblico, con evidenti ricadute sulla possibilità di prevedere molte delle sue manovre. Su un social network come Facebook, adibito al "libero" scambio di contenuti e con un'influenza ormai mondiale sulle pratiche sociali, questi effetti e schemi comportamentali codificati e codificabili possono essere usati sia per indurre determinati comportamenti, sia per prevederli.

Facebook è infatti un'azienda che sta imponendo delle regole comportamentali già accolte da più di 1.49 bilioni di utenti attivi¹, influenzando sia chi lo usa, sia chi né è al di fuori. È un sistema in cui gli utenti mettono in scena la propria presenza e osservano quella altrui, secondo regole condivise. La ripetizione indotta delle azioni permette di assimilare esperienze che creano abitudini e nuovi rituali

¹ Fonte: Digital Marketing Stats, rilevazione 28.07.2015, utenti attivi negli ultimi 30 giorni. Su mobile: 844 milioni di utenti attivi negli ultimi 30 giorni.

sociali, strutturano forme predittive, fuori e dentro la piattaforma. La fruizione attraverso smartphone permette anche di acquisire dati sugli spostamenti e sui meccanismi di gestione del proprio tempo libero². Gli individui rilevati dal sistema sono “punti di riferimento” e definiscono con sempre più precisione la loro “posizione all’interno dell’enunciazione” (Fontanille, 2004). Indotti alla circolarità seriale dell’azione, questi individui agli occhi semiotici si prestano ad essere riletti come posizioni enunciazionali e narrative ben definite al suo interno. La tracciabilità delle loro azioni ne realizza i singoli componenti comunicativi e permette l’instaurarsi di relazioni intertestuali la cui dimensione testuale influenza anche la loro dimensione pragmatica.

Questo approfondimento vuole evidenziare come sia possibile definire una struttura narrativa delle interazioni su Facebook attraverso l’analisi delle conversazioni intese come atti enunciativi, a loro volta inseriti in programmi narrativi specifici cui il soggetto fa perno. Lo scopo è stato quello di poter rintracciare non solo stili linguistici, ma anche stili enunciazionali e stili narrativi che possono essere codificati e che concorrono a più strati a creare stili di interazione specifici, che si manifestano tra loro secondo uno schema dato o una grammatica dell’interazione (pur sempre mediata dal sistema). Facebook ci propone un discorso di individui, o meglio di “io semiotici”, che si concedono come soggetti stratificati, ovvero soggetti enunciativi e soggetti narrativi, ancorati però in soggetti empirici. A partire dal suo sistema chiuso possiamo trovare delle logiche e codificarle in modo da far apprendere alle macchine alcune nostre modalità di relazione sociale mediata.

L’approccio metodologico da cui è partita l’analisi ha considerato la pratica enunciazionale di questi “io semiotici” come programma narrativo in divenire, in accordo con la definizione di Enunciazione enunciativa del Dizionario di Greimas e Courtes (1979, p.105-107), per cui:

si possono riscontrare programmi narrativi enunciazionali articolati tra loro e con altri programmi enunciativi. [...] L’Enunciazione enunciativa [...] si presenta come un luogo privilegiato della dimensione fiduciaria. Inoltre, le trasformazioni di cui l’Enunciato enunciativo è teatro, fanno sì che questo [n.d.R. l’Enunciato enunciativo] funzioni come performance rispetto al contratto fiduciario dell’Enunciazione enunciativa. La gerarchizzazione delle due componenti dell’Enunciato globale [n.d.R. Enunciazione enunciativa + Enunciato enunciativo] fornisce alla semiotica un quadro teorico adatto all’analisi della comunicazione generalizzata (Greimas, Courtes 1979, p.105-107).

A partire da queste definizioni siamo stati in grado di evidenziare ruoli attanziali che, oltre ad avere le loro peculiarità enunciazionali ampiamente teorizzate dalla semiotica odierna³, sviluppano anche agentività in senso più prettamente narrativo, secondo la teoria applicata agli studi sociali di Greimas (1976). Seguendo questo punto di vista, i soggetti ancorati bio-psicologicamente rivestono ruoli tematici standardizzati e non esclusivi, che si manifestano in stili linguistici, in stili di enunciazione e in stili narrativi. Questi ruoli tematici permettono di definire scenari di interazione strutturati, in cui la ricaduta del soggetto si manifesta in ruoli attanziali in progressione. Questi ruoli attanziali dipendono dagli scontri tra programmi narrativi enunciativi ed enunciazionali, scontri che si traducono in relazioni attanziali tra i soggetti coinvolti nello scambio performativo (l’enunciazione appunto).

In particolare, all’interno dei descrittivi dei profili, negli enunciati di status e nei commenti pubblici del corpus⁴, sono stati analizzati i seguenti elementi e attraverso essi sono stati costituiti dei modelli o pattern specifici di riconoscimento. Per gli elementi verbali: referenzialità e situazione di enunciazione, attraverso l’uso di anaforici, deittici, indici di persona, indici dell’ostensione, modalità, classificazioni verbali, forme espressive. Per gli elementi visivi: formanti plastici per caratterizzare il contesto referenziale rispetto all’oggetto rappresentato, gestualità, espressività e composizione all’interno dell’immagine. Per quanto concerne il livello dell’enunciazione, sono stati osservati i processi di messa

² Il 44% degli utenti attivi ormai accede solo più da cellulare, fonte: Digital Marketing Stats, rilevazione 28.07.2015.

³ Si veda per esempio Benveniste (2009) e Manetti (2008).

⁴ Il corpus di analisi è stato così composto: 120 individui, selezionati rispetto ai seguenti criteri: 50:50 M/F, 50:50 smartphone sì/smartphone no, tutti possessori di pc e connessione internet flat, area geografica di appartenenza Italia, 50% dei reperiti hanno almeno un “amico” in comune, 50% sono indipendenti.



in discorso (attorializzazione e ruoli attanziali enunciazionali, spazializzazione, temporalizzazione) e le configurazioni testuali (figure di allocuzione, di modalizzazione, figure espressive). Per quanto infine concerne il livello narrativo, sono stati presi in esame temi, ruoli e figure tematiche, strategie di isotopizzazione (enunciativa e narrativa), modalità e ruoli attanziali (secondo dovere, volere, sapere, potere), struttura attanziale costruita nelle interazioni enunciate, percorsi narrativi, schema narrativo d'insieme, valorizzazioni.

Attraverso questi parametri è stato possibile rintracciare diversi stili linguistici, enunciazionali e narrativi dei soggetti empirici ed evidenziarne così caratteristiche salienti su comportamenti, abitudini, modi di percepire l'esistenza, fino a caratterizzare opinioni e considerazioni su tematiche specifiche, tracciando isotopie discorsive facilmente riconoscibili (dopo l'analisi) e monitorabili nel tempo. Nella Fig. 1 per esempio, è possibile osservare un estratto dell'analisi visiva, nello specifico l'analisi delle diverse immagini di profilo degli utenti considerati. La differenziazione ha permesso la segnalazione codificata di 4 tipologie di immagine di profilo utilizzata.

	COLORE	PIANO	POSA	SGUARDO	COMPOSIZIONE	REFERENZIALITA'	EFFETTO DI SENSO
TIPOLOGIA 1							
ALTERAZIONI del supporto (Fare tecnologico)	bn	PI	costruita	In camera	regolare	Contesto ludico (mare/vacanza/viaggio)	Destrutturazione del controllo della propria immagine dentro la propria quotidianità
	Saturazione alterata	PP	costruita	In camera	dettaglio	no	Negazione di uno schema espressivo rigido (fototessera) attraverso un'alterazione di oggetti)
ALTERAZIONI del soggetto (Fare politico)	naturale	PA	costruita	fuoricampo	dettaglio	no	Nessuna interpellazione (io voglio essere guardato) con alterazione di uno schema espressivo rigido
	naturale	PA	naturale	fuoricampo	regolare	Attività in atto	Soggetto del fare nella sua totale espressività → effetto di realtà elevato sul piano del fare
	naturale	PA	costruita	fuoricampo	regolare	Contesto ludico (mare/vacanza/viaggio)	Controllo della propria immagine fuori dal controllo quotidiano
TIPOLOGIA 2							
ALTERAZIONI del soggetto (fare politico)	naturale	PP	naturale	In camera	dettaglio	no	Diretta interpellazione dell'altro (io ti guardo) all'interno di uno schema espressivo semi/rigido (fototessera)
	naturale	PA	costruita	In camera	regolare	Contesto quotidiano (casa/lavoro)	Controllo della propria immagine dentro la propria quotidianità controllata
TIPOLOGIA 3							
ALTERAZIONI del supporto (Fare tecnologico)	bn	PA	Semicostr.	In camera	regolare	Contesto ludico (mare/vacanza/viaggio)	Destrutturazione del controllo della propria immagine fuori dal controllo quotidiano, attraverso un'alterazione oggettiva
	naturale	obliquo	costruita	In camera	allungata	no	Destrutturazione dal punto di vista: totale complicità con l'altri interpellato
TIPOLOGIA 4							
NEGAZIONE del Soggetto (Fare tecnocratico)	naturale	CL	naturale	Non visibile (lontano/di spalle, dettaglio)	regolare	Contesto ludico	Il soggetto si nega come soggetto → manifestazione di essere Oggetto sociale
OMISSIONE del Soggetto (Fare magico)	Bn/pantone	-	-	oggetto	regolare	Riproduzione di un oggetto collettivo	Il soggetto si rappresenta attraverso immaginario collettivo → negazione dell'identità in funzione dell'aspirazione a essere Rete (vorrei essere la Rete)

Fig. 1 – Estratto dell'analisi delle immagini dei profili Facebook.

Nella Fig. 2 invece, è possibile osservare una parte della scheda descrittiva usata per segnalare le caratteristiche di ciascuna Tipologia. In ogni scheda sono stati evidenziati i parametri osservati e le specifiche caratteristiche, tra cui:

- ritmo (quantificazione del n° dei post, momenti di pubblicazione, quantificazione del n° di commenti, tempi di reattività, quantificazione del n° di contenuti di altri sulla propria bacheca e tempi di reattività);



- situazione di enunciazione: qualificazione e quantificazione degli indici di persona, dei deittici spaziali e temporali, degli aggettivi e loro tipologia, quantificazione delle ricorrenze e delle co-occorrenze; qualificazione e quantificazione delle ricorrenze per quanto riguarda punteggiatura, forme interrogative, indici dell'ostensione;
- agentività espressa: quantificazione e qualificazione delle formule assertive, verbi performativi, verbi di stato, tempi verbali, forme verbali (attivo/passivo), forme modalizzanti;
- tematizzazione: qualificazione e quantificazione di figure e temi, loro ricorrenza e co-occorrenza.

RITMO	<ul style="list-style-type: none">▪ Post: 1/2 al giorno o 2/3 giorni, non regolare; si osservano alterazioni determinate dagli orari e dai giorni della settimana (più attivi primo pomeriggio e sera e meno il weekend).▪ Commenti: rapidità di intervento e alta interazione (6/10 scambi)▪ Post di altri: ogni 2/4 pubblicazioni proprie si osservano pubblicazioni da altri contatti
SITUAZIONE DI ENUNCIAZIONE	<ul style="list-style-type: none">▪ Indici di persona: forme alla prima persona senza espressivo /io/; ricorrenti forme impersonali▪ Spazializzazione: alto uso di deittici spaziali (qua, là), specificazione di dettaglio di luoghi e spazi solo in corrispondenza dell'uso della funzione luoghi o relativo a viaggi (di lavoro o di svago), ma comunque con bassa ricorrenza.▪ Temporalizzazione: deittici temporali legati all'istante ("sono le venti", "e adesso") o al passato prossimo ("ieri sera"), senza riferimenti espliciti a date ed eventi di dettaglio.▪ Qualificazioni: omissioni di qualificazioni aggettivali o, all'estremo, uso di superlativi ("super", "tantissimi"). Saltuario uso di punteggiatura esclamativa (speriamo di non perdere la concidenza!) o di forme interrogative che interpellano un /noi/ inclusivo. Saltuari indici dell'ostensione ("dai c****")
AGENTIVITA' ESPRESSA	<ul style="list-style-type: none">▪ Forme assertive: attraverso oggettivazione della tematica ("Arcore is everywhere") o enfatizzate da forme frastiche brevi ("run", "genio", "vota", "muori"..).▪ Verbi performativi: forme al presente ("raccolgo firme") o al passato ("hanno fatto" "hanno trovato")▪ Situazioni di passività: gli eventi sono subiti più che gestiti ("neveca", "il traghetto balla", "febbre") o contemplati più che presi in carico ("qua tutto tace", "è una giornata stupenda").▪ Verbi di stato: definiscono una situazione statica o emotiva ("mi sento", "siamo", "prendiamo atto").▪ Situazioni valutative di carattere veridittivo, che esprimono un giudizio, una valutazione soggettiva oggettivata ("I tedeschi nn sanno maneggiare la neve", "il carattere superficiale del..." con dettaglio della motivazione)▪ Forme modalizzanti: sul piano del dovere ("servono moralità e legalità", "fare causa allo stato")
FIGURE E TEMI	<ul style="list-style-type: none">▪ Referenzialità mediatica: ampio uso di riferimenti a notizie e avvenimenti cultural-popolari (politica, sport, media), con citazione e oggettivazione di topic ripresi da programmi televisivi, spesso citati; minor citazioni di fonti specifiche dato che si predilige l'uso di supporti multimediali (video)▪ Referenzialità intima: riferimenti alla propria vita e alle proprie attività, senza indicazioni specifiche che permettono la comprensibilità ad estranei, rimandi indiretti a situazioni e momenti condivisi con la propria rete, debrayati da foto.
TONE OF VOICE	<ul style="list-style-type: none">▪ Oggettiv (at) o: oggettivato più che oggettivo, strategia enunciativa che cerca di far acquisire carattere veridittivo alle opinioni espresse attraverso l'uso di forme oggettive e impersonali, di chiaro rimando intimo ed opinabile data la mancanza di prove oggettive che ne certifichino la correttezza. Dimostrazione di un voler sapere e un voler sembrare
DESTINATARIO COSTRUITO	<ul style="list-style-type: none">▪ Il proprio interlocutore diretto è un individuo di pari livello appartenente al proprio contesto culturale e sociale extradiscorsivo che cerca conferma della propria appartenenza attraverso uno scambio di oggetti mediatici interpretati, scambio di valore per riconoscersi e riconoscersi. Non cerca informazioni quanto opinioni, gli scambi interattivi ripropongono un'emoività oggettivata (ma non intimità).
RUOLO NARRATIVO	<ul style="list-style-type: none">▪ Soggetto in relazione con Oggetti (mediatici, dunque socializzanti).
VALORI	<ul style="list-style-type: none">▪ Non-alterità reiterabile (Regolarità)

Fig. 2 – Esempio di stile linguistico.

Il supporto semiotico per la costruzione di pattern di riconoscimento è già impiegato da alcuni professionisti, anche se fino ad oggi non sembra vengano integrati tutti gli elementi qui considerati. Ad esempio Guilbourgè e Bonny (2009) e Stock e Tupot (2009) usano una metodologia ibrida quali-quantitativa che si avvale di strumenti semiotici per sviluppare tool di monitoraggio del percepito online, proprio sulla base del differenziale linguistico rintracciabile in un corpus di dati testuali eterogeneo.

Guilbourgè e Bonny analizzano le trasformazioni culturali attraverso un'analisi desk in grado di configurare "new and foreign figures" (Guilbourgè, Bonny 2009) all'interno di un contesto culturale delimitato. I confini del contesto sono determinati primariamente dalla lingua e le opposizioni tra topic sono considerate come oggetto di studio (quindi possono essere tematiche, come l'ecologia, o specifiche correlazioni tra brand o prodotti di uno stesso mercato). Più che un protocollo semiotico formalizzato quantitativamente, è una ricerca quantitativa orientata semioticamente. Dopo un'analisi desk dei

principali vettori di innovazione⁵, gli elementi lessicali più ricorrenti vengono selezionati e impartiti al sistema di text-mining, che li processa attraverso tre modelli o pattern di riconoscimento: uno in grado di qualificare le sensazioni, uno le emozioni e il terzo i verbi modali. È un sistema su base statistica e non ha la capacità di elaborare formalizzazioni semantiche o comprendere significati complessi. Però è in grado di processare un numero considerevole di fonti, pesarle statisticamente e ordinarle secondo il quadrato semiotico di Floch (1990). Il processo di text-mining permette di estrarre e ponderare quanto e quali “enunciazioni” largamente intese sono più rilevanti rispetto ad altre e quanto stanno dilagando in Rete. Il sistema osserva i cambiamenti in atto e ne misura la portata, ma non è in grado di comprendere perché questi cambiamenti avvengono in un certo contesto, da un dato agente. Il limite infatti di questa rilevazione è quella di non considerare l’enunciazione come un’azione vera e propria. Stock e Tupot (2009) spostano invece la loro attenzione dalla mappatura semioticamente orientata delle occorrenze lessicali, alla mappatura delle occorrenze lessicali rispetto al loro contesto di significazione. Al pari di Guilbourgè e Bonny (2009), analizzano inizialmente i contesti in cui queste occorrenze lessicali nascono, si influenzano, migrano e infine si diffondono globalmente o si isolano. In questo modo mantengono il carattere di dinamicità del modello e possono analizzare il processo di mutazione che ne deriva. Il dato, dopo questa prima fase di acquisizione e mappatura automatizzata, viene elaborato da un modello di riconoscimento che si basa sulla pragmatica enunciazionale. Questo pattern osserva l’espressività delle frasi e le categorizza in una di queste quattro tipologie: informativo-analitica, simbolico-valorizzante, orientata all’azione/partecipazione oppure senso comune. In questo modo il loro modello è in grado di rilevare i motivi per cui la comunicazione che si è sviluppata su un certo tema ha portato a compiere azioni concrete, a modificare un percepito radicato culturalmente o a sviluppare un atteggiamento passivo. È un passaggio metodologico importante che considera l’enunciazione attraverso gli strumenti della teoria della narrazione di Greimas. Il loro “human narrative approach” (Stock, Tupot 2009), mette al centro l’individuo nelle sue interazioni e accoglie le peculiarità dell’agentività, concentrandosi sulla formalizzazione dei pattern narrativi degli individui, quali elementi di identità collettive in movimento nella Rete. Il passaggio mancante di Stock e Tupot è la ricerca di una correlazione tra i ruoli attanziali dell’enunciazione e i ruoli attanziali prettamente narrativi. Con questa correlazione, saremmo in grado di rilevare anche la forza agentiva degli individui nel modificare percezioni e sviluppare correnti di pensiero all’interno della loro rete di appartenenza. E dunque sviluppare una mappatura statisticamente rilevante di archetipi comportamentali rintracciabili attraverso i dati in rete, ricavando una grammatica dell’interazione all’interno della piattaforma in esame.

Per cercare di superare i limiti di queste proposte e far evolvere i due modelli, abbiamo riconsiderato le definizioni di Attante di Greimas e Courtes (1979, p. 17), perché ci aiutano a precisare meglio i diversi attanti, rispetto a variabili di differenziazione, specifici ruoli e modelli comportamentali. La prima differenziazione è data rispetto alla comunicazione/enunciazione e alla narrazione/enunciato:

Tipologicamente, si distinguono all’interno del discorso enunciato: a) gli attanti della comunicazione (o dell’enunciazione), che sono il narratore e il narratario ma anche l’interlocutore e l’interlocutario (che partecipano a quella struttura dell’interlocuzione di secondo grado che è il dialogo); b) gli attanti della narrazione (o dell’enunciato): soggetto/oggetto, destinante/destinatario (Greimas, Courtes 1979, p.17).

La seconda differenziazione degli attanti è legata al solo aspetto narrativo o dell’enunciato, e dipende dal livello in cui gli attanti sono coinvolti, quello più pragmatico o programma narrativo, quello cognitivo o percorso narrativo:

Verranno opposti qui gli attanti sintattici (inscritti in un programma narrativo dato) [...] e gli attanti funzionali (o sintagmatici) che sussumono i ruoli attanziali di un percorso narrativo determinato; rispetto alle due dimensioni riconosciute nel discorso si distingueranno, per esempio, i soggetti pragmatici e i soggetti cognitivi. [...] Ogni attante è suscettibile di essere proiettato sul

⁵ Secondo i principi della semiotica della tendenza, si veda per approfondimento Ceriani (2007).



quadrato semiotico e di essere così articolato in almeno quattro posizioni attanziali: attante, antiattante, negattante, negattante (Greimas, Courtes 1979, p.17).

Si sono distinti perciò gli attanti sintattici, i ruoli attanziali (ovvero le posizioni sintattiche modali che gli attanti possono assumere) e gli attanti funzionali, che a loro volta possono svilupparsi in soggetti pragmatici o cognitivi. Troviamo uno scheletro narrativo che si fonda sull'atto messo in moto da attanti (pragmatici), a cui corrisponde il Programma Narrativo e il soggetto di fare o di stato e l'oggetto; un livello superiore di tipo cognitivo, in cui agiscono attanti (cognitivi) e che corrisponde allo Schema Narrativo complessivo; infine i ruoli attanziali assunti di volta in volta dagli attanti sintattici a livello del Percorso Narrativo⁶, l'insieme dei quali costituiscono un attante funzionale, dinamizzato e inserito in una progressione narrativa del discorso (che può essere inscritta in un quadrato semiotico). Considerate le quattro fasi dello schema narrativo canonico⁷, i ruoli attanziali dipendono da queste fasi e dall'interazione dei diversi attanti in ognuna di esse. La fase del Contratto presuppone un carattere normativo; la fase della Competenza richiede l'acquisizione e di conseguenza la virtualizzazione di alcune potenzialità che si esprimono nella fase successiva, quella attualizzante della Performance; infine la fase detta della Sanzione garantisce il senso degli atti compiuti e instaura il soggetto secondo l'essere riconoscendolo socialmente. Dunque, non solo stratificazione degli attanti, ma narrativizzazione del loro agire per ogni strato considerato.

Per poter formalizzare un pattern di riconoscimento basato su categorie stabili, siamo ricorsi alle definizioni di strategie di manipolazione di Landowski (2000, 2010). In questo modo è stato più semplice lessicalizzare i regimi comportamentali che determinano le influenze tra attanti e relative modalità relazionali. Le strategie di interazione delineate sono state otto:

1. Strategia di Manipolazione: strategia adottata da un Destinante nei confronti di un Soggetto;
2. Strategia di Partecipazione: strategia adottata dal Soggetto verso un Aiutante;
3. Strategia di Aggiustamento: strategia adottata dal Soggetto verso l'anti-Soggetto;
4. Strategia di Manovra: strategia adottata dal Soggetto (o anti-Soggetto) verso l'Oggetto.
5. Anti-strategia di Manipolazione: strategia di risposta del Soggetto a seguito di una manipolazione subita da un Destinante;
6. Anti-strategia Partecipativa: la strategia adottata da un Aiutante rispetto al Soggetto;
7. Anti-strategia di Aggiustamento: strategia adottata dall'anti-Soggetto in risposta al Soggetto;
8. Anti-strategia di Manovra: in quanto incapace di svolgere alcuna azione per via della competenza performativa mancante (e del suo essere stato considerato mero Oggetto), può esistere un'anti-strategia di manovra soltanto se intesa come totale accettazione passiva dell'azione subita da parte del Soggetto (o anti-Soggetto).

Un secondo intervento per poter istruire la macchina ed arricchire l'analisi è stato quello di correlare gli stili linguistici con l'osservazione dell'interconnessione che lega l'individuo all'altro (e questa relazione dialogica dentro il gruppo semiotico di riferimento), secondo queste specifiche: principali strategie enunciative messe in atto, principali ruoli narrativi, principali strategie narrative messe in atto, principali strategie narrative di risposta, struttura degli atti illocutori/perlocutori, ponderazione di un indice di forza agentiva, mappatura della rete modello in cui queste influenze attanziali si esercitano.

Dato il nostro obiettivo di estrarre uno schema compositivo del situarsi in Facebook dell'individuo in relazione agli altri individui, è stato necessario considerare come variabile il momento in cui si inizia l'osservazione dei dati, in modo da comprendere a che punto dello schema narrativo ogni individuo, riletto in quanto attante, è coinvolto nella relazione con gli altri, o tanti gruppi di altri, e con sé stesso. E dunque quali tipi di ruoli attanziali ha già rivestito, riveste, sta per rivestire dentro il suo gruppo semiotico di riferimento. Questo perché i ruoli attanziali dipendono dallo schema narrativo ma anche dalla posizione assunta dall'attante durante il suo percorso all'interno dello schema narrativo.

⁶ Si veda la voce Narrativo (percorso) in Courtes, Greimas (1979, p. 214).

⁷ Si veda la voce Narrativo (schema) in Courtes, Greimas (1979, p. 215).



Per poter infine istruire la macchina a riconoscere la dinamica attanziale, abbiamo correlato gli stili linguistici della prima fase di analisi alla loro stessa evoluzione sintagmatica, per rilevare chi determinava eventuali trasformazioni negli stili comportamentali propri e altrui. In questo modo siamo stati in grado di rintracciare chi attua strategie di programmazione sugli altri elementi della propria Rete.

In conclusione, ci piacerebbe segnalare che le possibilità di applicazione del protocollo analizzato sono vaste, perché permette di: anticipare trend culturali, comprendere il posizionamento di un brand e qualificare le sue strategie rispetto a correlazioni misurabili, scoprire audience influenzanti ed emergenti, monitorare le attività di marketing e di comunicazione nel tempo e sviluppare strategie di correzione in tempo reale.

Inoltre l'approccio stimola la collaborazione tra semiotici e data scientist, alla ricerca di una traduzione delle logiche semiotiche in altri linguaggi. È un dialogo che crea un campo di ricerca di elevato interesse e con ampie prospettive di sviluppo, non solo in termini accademici, ma anche per aziende e professionisti nelle ricerche di mercato e customer insights, che stanno sempre più manifestando l'esigenza di integrare approcci qualitativi tradizionali con tecniche di rilevazione analitica basata sui dati digitali. Il protocollo fin qui descritto si sta via via integrando con le diverse tecniche di Social Mining e di Natural Language Processing, con buona risposta in termini di percentuale di errore. Si avvale ancora di una modalità supervisionata, ma le prospettive sono quelle di avanzare nuove ipotesi per un approccio non supervisionato e dunque maggiormente scalabile.



Bibliografia

- Benveniste, E., 2009, *Essere di Parola. Semantica, soggettività, cultura*, Milano, Mondadori.
- Ceriani, G., 2007, *Hot spots e sfere di cristallo. Semiotica della tendenza e ricerca strategica*, Milano, Franco Angeli.
- Fabbri P., Marrone G., a cura, 2000, *Semiotica in nuce I*, Roma, Meltemi.
- Floch, J., M., 1990, *Sémiotique, marketing et communication*, Paris, Puf; trad. it. *Semiotica, marketing, comunicazione*, Milano, Franco Angeli, 1992.
- Fontanille, J., 2004, *Figure del corpo*, Roma, Meltemi.
- Greimas, A., J., 1976, *Sémiotique et sciences sociales*, Paris, Seuil; trad. it. Corno, D., a cura, *Semiotica e scienze sociali*, Torino, Centro scientifico editore.
- Greimas, A., J., Courtes, J., 1979, *Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Parigi, Hachette; trad. it. Fabbri, P., a cura, *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Milano, Bruno Mondadori editore, 2007.
- Guilborgè J., Bonny P., 2009, *Internet emotional discourse analysis and innovation – A mix semiotic and text-mining method*, Paris, Inevidence.
- Landowski, E., 1989, *La société réfléchi. Essais de socio-sémiotique*, Paris, Seuil; trad. it. *La società riflessa*, Roma, Meltemi, 1999.
- Landowski, E., 2000, “Esplorazioni strategiche“, in Fabbri P., Marrone G., a cura, 2000.
- Landowski, E., 2010, *Rischiare nelle interazioni*, Milano, Franco Angeli.
- Manetti, G., 2008, *L'enunciazione. Dalla svolta comunicativa ai nuovi media*, Milano, Mondadori.
- Stock, T., Tupot, M., L., 2009, *Common denominators: what unites global youth?*, World Advertising Research Center.