

Il conflitto israelo-palestinese alla luce dei fatti del 7 ottobre 2023 su Tiktok

Una Prospettiva Sociosemiotica

Diego Alberto Iozzia

Laurea Magistrale in
Ingegneria del Cinema e dei Mezzi di Comunicazione



Relatori:

Sara Monaci
Simone Persico

Politecnico di Torino
11/04/2024

Indice

1	Contesto	8
1.1	Tiktok	8
1.1.1	Storia	8
1.1.2	Caratteristiche	10
1.1.3	Inquadramento di Tiktok	13
1.2	Tiktok e attivismo	15
1.2.1	Attivismo	15
1.2.2	Cyber-attivismo	16
1.2.3	Slacktivism	17
1.2.4	Attivismo su Tiktok	18
1.3	Le narrative israelo-palestinesi	22
1.3.1	Una breve cronologia	22
1.3.2	I fatti del 7 ottobre	23
1.3.3	Al Nakba	25
1.3.4	La terra promessa	25
1.3.5	La pace tra i popoli	26
2	Raccolta e Analisi dei Dati	27
2.1	Raccolta	27
2.2	Selezione dei dati	30
2.3	Analisi	41
3	Analisi Semiotica	59
3.1	Le narrative individuate	59
3.2	Una prospettiva sociosemiotica	60
3.3	Applicazione dello schema narrativo	62
3.4	I valori in gioco	64
3.5	I temi trattati	67

3.6	Il tempo e lo spazio del conflitto	70
3.7	Gli elementi culturali	74
3.8	Il formato audiovisivo di Tiktok	78
4	Conclusioni	80

Abstract

Il racconto di ogni guerra passa anche e soprattutto attraverso i social media, e il conflitto israelo-palestinese non fa eccezione. Infatti è proprio su queste piattaforme che le generazioni più giovani, come millennial e zoomer, formano la loro opinione su ciò che succede nel mondo e tra queste Tiktok è una di quelle più diffuse e interessanti per via delle sue caratteristiche.

Partendo dall'assunto che la struttura di un social medium ne influenza anche il modo in cui gli utenti raccontano e si raccontano, lo scopo di questa tesi è quello di mostrare come le narrative di Israele e Palestina siano portate avanti su Tiktok alla luce dell'attacco di Hamas del 7 ottobre 2023.

Dopo una breve introduzione verrà fornito il contesto necessario, spiegando come funziona Tiktok, l'attivismo sui social e facendo un breve riassunto della questione israelo-palestinese. Successivamente, sarà spiegato come sono stati utilizzati gli strumenti software Zeeschuimer, 4CAT e Jupyter per ottenere e ripulire i dati dalla piattaforma. Infine, su un dataset risultante di 32 video, saranno eseguite un'analisi statistica attraverso la libreria Pandas, ed una semiotica utilizzando le teorie della narrazione di Greimas riviste da G. Ferraro, per poi esporre le conclusioni ottenute.

Ringraziamenti

Con la laurea magistrale si chiude un percorso che ha impegnato quelli che per ora posso considerare gli anni più belli e impegnativi della mia vita. Ho studiato, ho riso, mi sono preoccupato, mi sono arrabbiato e ho fatto arrabbiare, ma soprattutto è stato bello sognare. Tuttavia, a un certo punto arriva sempre il momento di concretizzare o rinunciare alle proprie ambizioni. Desidero ringraziare tutte le persone con cui ho avuto a che fare e in particolare:

Ringrazio la professoressa Sara Monaci e il professor Simone Persico per avermi seguito nella stesura di questa tesi e senza la cui guida non sarei stato in grado di sviluppare.

Ringrazio la professoressa Raffaella Muraro per avermi fatto da guida nel complesso e variegato mondo della semiotica.

Ringrazio Giorgio Bortolotti per le traduzioni dall'arabo, Oliver Dominick per quelle dall'indonesiano, Johanna Lueders per quelle dal portoghese e Mimì per quella dal filippino.

Ringrazio i miei genitori e principali investitori per avermi sempre sostenuto e aver creduto in me, anche se essendo l'unico figlio non hanno mai avuto molta scelta.

Ringrazio Davide e Gianmarco per aver formato un magico e precario trio in cui ognuno ha avuto modo di brillare per un po' prima che crollasse sotto il peso della propria superbia.

Ringrazio Dada per aver portato focaccia e serenità durante l'esame più cri-

tico della magistrale e per essere rimasta anche dopo.

Ringrazio Federica a cui non posso dare altro che i miei sensi di colpa.

Ringrazio Alice e Camilla che, come Edward Norton, mi hanno conosciuto in un periodo molto strano della mia vita e la cui amicizia vale sicuramente più di una casa di proprietà a Torino.

Ringrazio Anna per non avermi accoltellato quando ci siamo trovati a fare gruppo insieme e per essere sempre stata un'ottima padrona di casa.

Ringrazio Eugenio per quello che abbiamo condiviso e perché dove c'è l'arte lui c'è sempre.

Ringrazio Lisa per essermi stata vicino nel mio momento più buio nonostante le abbia urlato addosso durante il nostro primo incontro.

Ringrazio Silvia per le confessioni e i litigi, per la complicità e le incomprensioni. Che la mia ombra possa sempre fallire nel separarci.

Infine ringrazio me stesso per aver sempre avuto la forza di rialzarmi e sbattere la testa contro il muro ancora più forte ogni volta che è stato necessario.

Cambia il mondo, questo è il mio ultimo messaggio.
Addio.

Introduzione

Dal secondo dopo guerra in poi il rapporto tra società e media è cambiato molto, modificando di conseguenza anche il modo in cui i discorsi sui conflitti in svolgimento si formano. La guerra del Vietnam è un caso iconico di questo fenomeno, infatti fu proprio la diffusione di massa che ebbe attraverso la televisione a portare come conseguenza le proteste e il movimento del '68. Tuttavia, la televisione non è più l'unico medium in grado di raccontare una guerra in corso e anzi, con l'avvento di internet è diventato sempre più facile recuperare footage e diffondere notizie nel mondo. E se i giovani sessantottini americani hanno visto la loro generazione nelle giungle del vietnam attraverso il tubo catodico, gli zoomer, ovvero i nati tra il 1997 e il 2007, hanno assistito alla guerra in Ucraina attraverso Tiktok. Un fenomeno molto simile sta avvenendo in questi mesi con il conflitto tra Israele e Hamas.

Ogni medium ha un modo proprio di fruizione. Se la televisione, così come la radio, si basa su un flusso continuo trasmesso da una fonte centrale, i social media trovano la propria forza nell'interattività e nella struttura reticolare con cui i contenuti vengono distribuiti. Inoltre, è ormai risaputo che la l'organizzazione di un interfaccia e le sue affordances¹ influiscono sul modo di raccontare attraverso un medium. [35] [7]

Questa tesi avrà quindi lo scopo di mostrare come le narrative riguardanti la questione israelo-palestinese siano portate avanti alla luce delle conseguenze dei fatti del 7 ottobre e di come Tiktok ne abbia influenzato il modo di manifestarsi. Per fare ciò è stato utilizzato un approccio computazionale nella raccolta dei contenuti e le teorie della narrazione del professor G. Ferraro per analizzarli.

È stato scelto Tiktok perché è il più recente tra i grandi social media oltre che l'unico a non aver sede in America. Questo, come altri social media,

¹Con affordance (invito all'uso) si definisce la qualità di un oggetto che suggerisce a un essere umano le azioni appropriate per manipolarlo.

è caratterizzato dall'assenza di un controllo centrale² in grado di selezionare i contenuti prima che questi vengano pubblicati e assistiamo quindi ad un'esplosione di footage di guerra di qualità sempre maggiore grazie alle telecamere presenti in ogni smartphone, spiegazioni dirette all'utente e brevi storie che cercano di coinvolgere il pubblico per comunicare un'idea. Tutto questo senza una narrativa centrale propagandistica calata dall'alto, ma attraverso la convergenza di quelle degli utenti che postano negli spazi digitali che la piattaforma concede [3]. Le narrazioni diventano meme, trend e challenge in una proliferazione continua. Tutto ciò è reso possibile da un'importante caratteristica che identifica la piattaforma, così come ogni media digitale: l'interazione, che trasforma lo spettatore da puro "consumer" in "prosumer", ovvero consumatore e produttore di contenuti allo stesso tempo, tendenza particolarmente accentuata e suggerita dall'interfaccia di Tiktok. Nel primo capitolo verrà dato il contesto in cui la ricerca è stata fatta, spiegando cosa sia Tiktok, l'attivismo digitale e quale sia la storia da cui nascono le narrative con cui si identificano palestinesi, israeliani e osservatori esterni. Successivamente saranno descritte le metodologie e gli strumenti utilizzati per raccogliere ed analizzare i dati, ovvero Zeeschuimer, 4CAT e Jupyter. Nel terzo capitolo sarà invece svolta l'analisi attraverso le teorie della narrazione di G. Ferraro e nel quarto, infine, verranno esposte le conclusioni.

²È tuttavia presente una moderazione, soprattutto su Tiktok, in grado di censurare o spingere maggiormente alcuni contenuti a scapito di altri, anche in base all'appartenenza politica di questi.

Capitolo 1

Contesto

1.1 Tiktok

1.1.1 Storia

Nel momento della stesura di questa tesi Tiktok conta più di un miliardo di utenti attivi posizionandosi come uno dei social media più popolari presenti sul mercato, nonché l'unica tra le principali piattaforme, non solo a non essere americana, ma addirittura di origine cinese [5].

La storia di Tiktok comincia nel 2017 dall'unione di due app cinesi, Douyn e Musical.ly. La prima è una piattaforma ancora esistente, considerabile come una versione di Tiktok per il pubblico cinese, che presenta feature aggiuntive come la ricerca tramite tratti facciali e la possibilità di prenotare hotel, fare acquisti e recensioni geo-localizzate.

Musical.ly invece era un'app nata a Shanghai nel 2014 basata sul "lip-sync", ovvero la pratica di associare l'audio di dialoghi, video, o canzoni famose al labiale del creator, spesso accompagnato anche da balletti o movimenti particolari.

Le due si uniscono nel 2017 quando Douyn acquista Musical.ly per un miliardo di dollari e la usa come base per creare una versione Douyn per il mercato estero. La nuova app, chiamata Tiktok, ha un successo esplosivo e arriva presto ad avere più di due miliardi di download nel mondo [34]. Infine, gli studiosi J. Lin e J. de Kloet nel loro studio "TikTok and the platformisation from China: Geopolitical anxieties, repetitive creativities and future imaginaries" danno una visione di Tiktok proiettata nel futuro descrivendo l'app come un "silly archive", ovvero un archivio buffo digitale di video brevi nel

quale temi importanti come il cambiamento climatico o la guerra in Ucraina si fondono alla quotidianità e alla leggerezza delle pratiche proprie della piattaforma, come le challenge o i meme. Tutto questo, secondo gli autori, sarebbe solo una piccola anticipazione di un futuro in cui, nonostante le forti preoccupazioni degli stati occidentali, la Cina si affermerà nel mercato delle piattaforme portando un nuovo paradigma di creatività più sociale, condivisa e circoscritta alle dinamiche che il mezzo suggerisce [17].

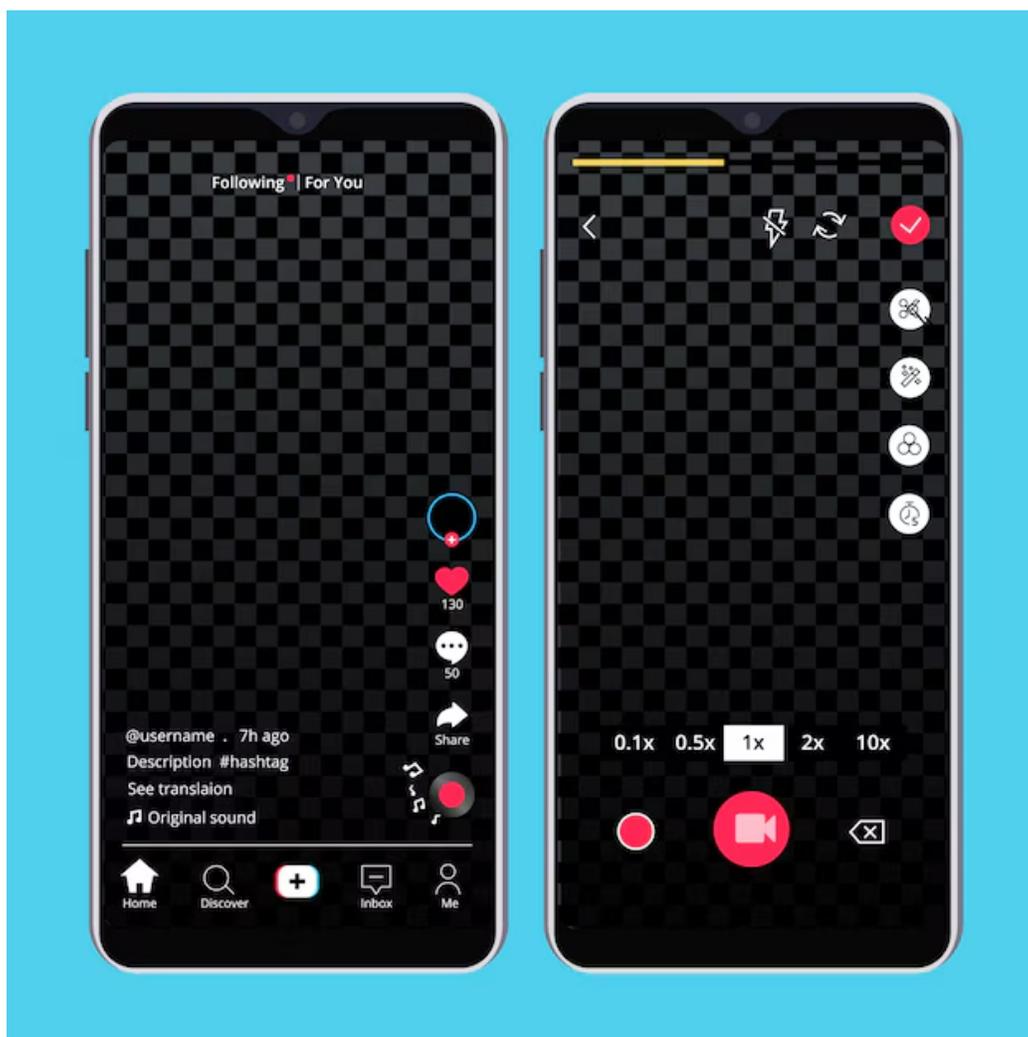


Figura 1.1: L'interfaccia di Tiktok

1.1.2 Caratteristiche

Tiktok è un social media che si basa sulla produzione e la fruizione di video brevi che attualmente vanno da pochi secondi fino a un massimo di dieci minuti, nonostante la durata media sia molto più bassa. Inoltre, da poco permette anche di condividere delle raccolte di foto accompagnate da musica.

Scaricata l'applicazione e completato un breve processo di iscrizione, l'utente si ritrova fin da subito in un flusso algoritmico di immagini, musica e video. Al suo interno, preso un video, quest'ultimo può mettere like, condividere (anche su altre piattaforme), commentare, salvarlo per un secondo momento o scorrere con il dito verso l'alto per passare al successivo. Scorrendo verso il basso invece può tornare al video precedente. L'interfaccia di Tiktok è mostrata in figura 1.1.

Un'altra importante feature, presente anche in altri social ma che su Tiktok risulta particolarmente efficace, tanto da essere uno degli elementi fondamentali del suo successo, è l'utilizzo di un algoritmo che in base a dati come il tempo di visione, i like, la posizione geografica e l'orario di fruizione cerca di inferire i gusti dell'utente, così da creare il feed perfetto per la ricerca della "Serendipity"¹.

Su Tiktok è anche possibile aggiungersi a vicenda come amici o seguire altri utenti ed esiste un feed secondario composto solo dai video delle persone seguite. Tuttavia, l'app spinge a postare e vedere i video sul feed creato dall'algoritmo. È anche presente una chat privata con cui parlare e condividere post tra utenti.

Per quanto riguarda i creator, sulla piattaforma è possibile caricare o registrare video ed è presente un semplice software di montaggio interno con vari effetti e filtri, mostrato anch'esso nella figura 1.1. Uno di quelli più usati è il green screen che permette di sostituire lo sfondo con una foto o un video come mostrato in figura 1.2 [19].

¹"Serendipity" è un termine che indica la capacità di fare scoperte fortunate o di trovare qualcosa di prezioso o interessante in modo casuale o inaspettato mentre si cerca qualcos'altro. In questo utilizzato nell'accezione di trovare un video che stupisca l'utente all'interno del feed.

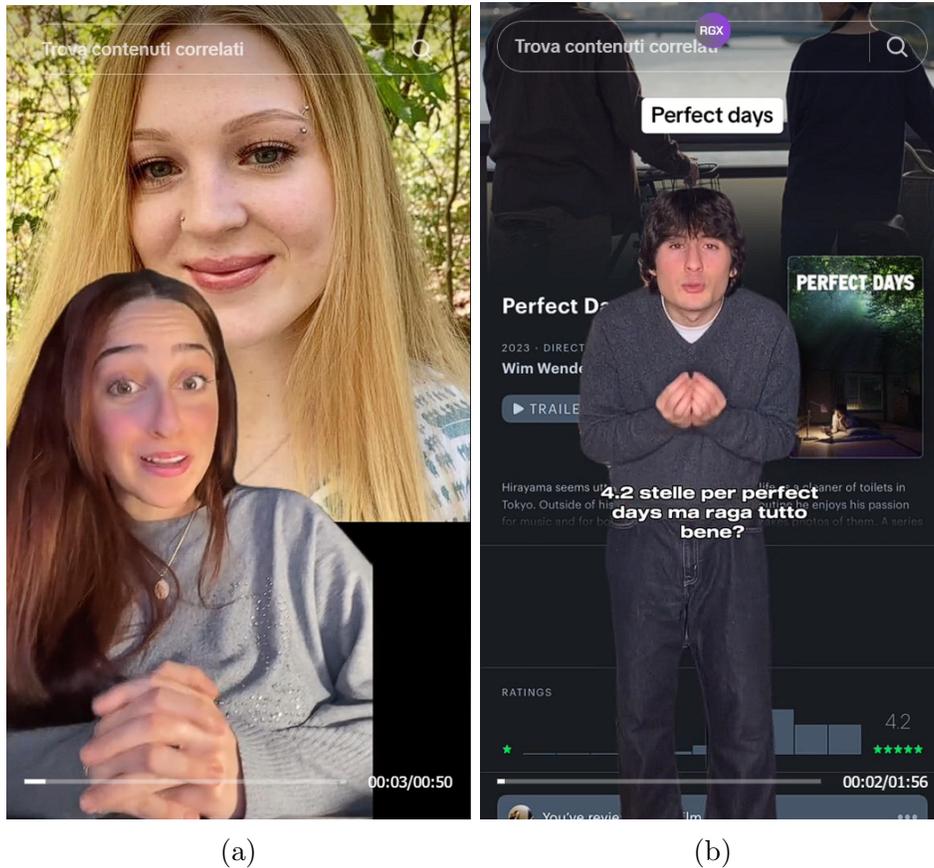
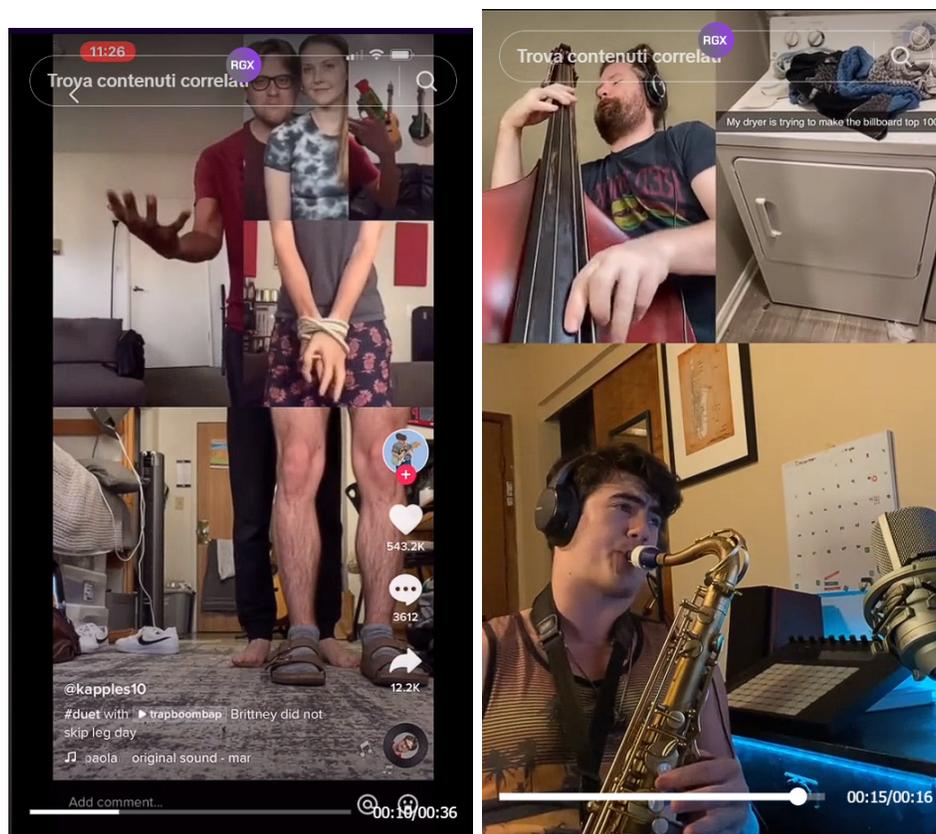


Figura 1.2: due esempi di green screen di Tiktok

Tiktok possiede anche un sistema di hashtag per organizzare i contenuti che funziona in modo simile a X (ex Twitter): cliccando su uno di questi è infatti possibile vedere tutti i post a cui è associato un certo hashtag ordinati per popolarità.

Due dei principali modi di interazione tra creator sono i duetti e gli “stitch”. I duetti consistono nel condividere metà dello schermo con un altro video già presente sulla piattaforma, ed è stato spesso usato per fare collaborazioni musicali o aggiungere artificialmente parti di contesto fuori dall’inquadratura a fini parodistici. Caratteristica interessante dei duetti è quella di essere annidabili, ovvero di permettere di costruire il duetto del duetto. In questo modo è possibile aggiungere sempre più strumenti, dettagli o strati al video originale, creando così una catena, chiamata appunto “chain” (un esempio

nell'immagine 1.3). Inoltre alcuni creator, spesso appartenenti alla comunità musicale, producono video con lo scopo di far duettare altri utenti, con un invito a cantare o suonare e lasciando dello spazio in cui questi possono interagire.



(a)

(b)

Figura 1.3: due esempi di chain su Tiktok

Gli stitch invece consistono nel riprodurre un pezzo di un altro video postato da un utente prima del proprio affinché si possa commentarlo o rispondere. Spesso prima di uno stitch appare anche la dicitura "stitch incoming" per avvisare l'utente che quello che si è iniziato a guardare non è il video originale.

Infine è anche presente una barra di ricerca per trovare video o raccolte di foto in base ad un argomento. La ricerca per parole chiave, a differenza di

quella per hashtag, è molto influenzata dall'algoritmo di personalizzazione della piattaforma ma questo pare essere un punto di forza, tanto che molti utenti hanno cominciato ad utilizzare Tiktok al posto di Google, complice anche un peggioramento del motore di ricerca nel corso del tempo. [14].

1.1.3 Inquadramento di Tiktok

Tiktok è una piattaforma ancora giovane e in continua evoluzione, tuttavia sono già state elaborate alcune teorie semiotiche sul suo posizionamento all'interno del panorama mediale. Secondo la giornalista e autrice televisiva Alice Olivieri questa può essere descritta dalla semplice equazione:

$$Tiktok = Youtube + Vine + Instagram - Facebook$$

Ciò che intende è il fatto che Tiktok abbia sicuramente preso da Vine² il basare il proprio content su video brevissimi, aggiungendo però l'uso dei filtri, iniziato con Snapchat e arrivato alla massima diffusione grazie alle storie di Instagram. A questo si aggiunge un gusto per il montaggio tipico di Youtube, affermatosi anche grazie al graduale aumento della durata dei video e senza quella componente estremamente personale e reticolare che ha Facebook, ormai considerato un "social da boomer" da cui l'utenza più giovane tende a stare lontano[23].

G. Marino e B. Surace, nel libro da loro curato "Tiktok: Capire le Dinamiche della Comunicazione Ipersocial", definiscono invece la piattaforma un ipersocial, che prende le caratteristiche comuni a ogni social e le accelera [19]. Infatti, se definiamo i social come:

Applicazioni online interattive, basate su contenuti creati dalle persone, i quali utilizzano profili specifici creati ad hoc allo scopo di generare interazioni con altri account

notiamo che Tiktok ci aderisce perfettamente, ma la sua tendenza a replicare e imitare contenuti è molto più preponderante che altrove.

Questo è confermato dallo studio dei ricercatori D. Zulli e D. J. Zulli [35] che considerano Tiktok l'estensione del concetto "internet meme", ovvero di un social che si basa sull'imitazione e la replicazione di contenuti per mantenere la sua utenza continuamente coinvolta. I due avrebbero in comune quindi

²Social media che permetteva la creazione di video con una durata massima di 15 secondi chiuso nel 2017.

il meccanismo di continua imitazione e rielaborazione di uno stesso format. I due studiosi sostengono anche che le affordances di Tiktok suggeriscono all'utente di postare video anziché creare una rete di amici, perché l'imprevedibilità del numero di like e condivisioni agisce come una sorta di roulette che motiva l'utente a postare continuamente, applicando il rinforzo casuale [9].

A una conclusione analoga arrivano anche J. Lin, J. Swart e G. Zeng, anche se nel loro studio "Theorising TikTok cultures: Neuro-images in the era of short videos" non viene considerato in quanto social, ma come oggetto culturale. Loro utilizzano il concetto di neuro-immagine sviluppato da Pisters [25], ovvero un'immagine che contiene in prevalenza altri schermi al suo interno, oltre a quelli di algoritmo e database, per descrivere l'esperienza dell'utente. In particolare si concentrano sulla presenza di un algoritmo di personalizzazione in grado di essere influenzato dal soggetto e influenzarlo al contempo. Quindi, si passa da un tipo di identità digitale reticolare, ad una algoritmica. L'algoritmo non è solo uno strumento ma diventa anche un creatore di immaginario a cui l'utenza dedica video, meme e citazioni. Oltretutto, il content è visto come il contenuto di un database che conserva ma allo stesso dà all'utente materiale con cui creare. D'altronde, la stessa interfaccia suggerisce la metamorfosi da utente a produttore segnalando la possibilità di creare stitch e duetti con il video che si guarda al momento. In tutto questo l'utente è catturato in un flusso di video che manca di una struttura narrativa globale e nel quale il tempo perde i propri confini sia all'interno che all'esterno, come appunto nella lettura di un database [18]. Infine, sempre parlando di flusso, è interessante l'approccio del paper "Tiktok as Television" di D. Falsetek et Al. in cui invece, piuttosto che all'interfaccia della piattaforma, si va a osservare la distribuzione dei contenuti e come l'utente ne fruisce. La tesi proposta sostiene che il social non sia poi così dissimile dalla televisione e che viene esperito dall'utente come uno zapping accelerato o un palinsesto creato ad-hoc dall'algoritmo. [8]

Si discute ancora molto su Tiktok e ancora molta ricerca può essere fatta su una delle app che, grazie alla sua enorme diffusione, comincia ad avere ripercussioni sulla cultura, il comportamento e addirittura la salute delle nuove generazioni [20].

1.2 Tiktok e attivismo

1.2.1 Attivismo

Il termine attivismo indica uno sforzo a promuovere, diffondere, difendere e intervenire in un contesto sociale, politico o economico con lo scopo di apportare un cambiamento alla società.

La parola nasce nel 1916 in Francia in riferimento al movimento Flamingant [1] per entrare realmente in uso negli anni '60 grazie anche a tutti gli sconvolgimenti che investono la società in quel periodo. Indica un insieme di azioni atte al raggiungimento di uno scopo come ad esempio scioperi, marce, occupazioni, e atti di disobbedienza civile. Alcuni tra gli esempi di attivismo più famosi del '900 sono stati le proteste di Piazza Tienamen del 1989, (figura 1.4) o la marcia da Selma a Saint Montgomery del 1965, soprannominata poi "Bloody Sunday"³.

Tuttavia, ogni atto di attivismo sarebbe molto meno efficace se non venisse diffuso e a tal proposito si può osservare lo sforzo che ancora oggi fa la Cina per nascondere i fatti, appunto, di Piazza Tienamen.

Infatti, esiste una chiara relazione tra l'attivismo e i media utilizzati per propagarlo, ovvero: telefono, radio, lettere e giornali.

Inoltre, come sostenuto dalla teoria dell'effetto generazionale, ogni generazione ha un modo proprio di fare attivismo: per la silent generation il voto, per i baby boomer le proteste e per gli zoomer e i millennial invece il cyber-attivismo. [2]

Una delle principali differenze tra queste generazioni, riguarda proprio i media utilizzati, e questi hanno grande influenza nel modo di fare attivismo.

³Quella da Selma a Saint Montgomery fu una marcia avvenuta domenica 7 marzo 1965 per sostenere il diritto di voto degli afroamericani. Successivamente fu denominata "Bloody Sunday" poiché la polizia aggredì i manifestanti con manganelli e gas lacrimogeni.



Figura 1.4: iconica foto delle proteste a piazza Tiennamen

1.2.2 Cyber-attivismo

La diffusione di internet viene posta come evento per la nascita del cyber-attivismo, o attivismo digitale, senza il quale non sarebbe possibile [24]. In particolare si distinguono due ondate di cyber-attivismo, l'1.0 e il 2.0, in modo analogo alle due ondate di internet e alla diffusione dei social media.

Il cyber-attivismo 1.0 sposta il focus dell'azione dal mondo fisico a quello on-line, portando avanti azioni come mail-bombing e hacking, e non a caso si parla spesso di hacker attivisti, o "hacktivist". Tuttavia, non si riduce solamente ad azioni di disturbo e sabotaggio online, ma anche nella creazione di community di sostegno di una o più cause tramite chat e forum.

Con il diffondersi dei social media, lo studioso R. Sandoval conia il termine cyber-attivismo 2.0 [27], che si distingue dal precedente per due caratteristiche. In primis, la comunicazione avviene sui social media, come ad esempio Tiktok. In secondo luogo, i contenuti prodotti godono spesso di una "spreadability" [15], ovvero la capacità di diffondersi in modo ampio e veloce tra gli utenti grazie alle dinamiche proprie delle piattaforme. Infine, l'attivismo stesso viene svolto principalmente on-line con risultati più o meno efficaci.

In particolare il cyber-attivismo 2.0 si comporrebbe di quattro fasi cicliche: evento trigger, risposta dei media, organizzazione virale e azione fisica.

L'evento trigger consiste in un evento esterno alla community che ne accende l'indignazione poiché ritenuto profondamente ingiusto. Può consistere in un imprigionamento, in un discorso politico particolarmente forte o in un'iniziativa ritenuta particolarmente dannosa.

Con risposta dei media si intende la diffusione dell'evento trigger attraverso i media tradizionali e non. In questo modo la community viene messa a conoscenza di ciò che sta accadendo con una successiva creazione di dibattito. L'organizzazione virale è invece l'organizzazione di comunità on-line conseguente alle discussioni. Queste creano poi una loro identità collettiva e un proprio linguaggio di comunicazione. Inoltre, tendono a essere prive di moderazione, ad accesso libero e prive di una leadership forte.

Infine, l'azione fisica consiste nella decisione della community creata, una volta organizzata, di agire producendo effetti nel mondo reale. Questi possono andare da marce e sit-in, fino a provocare crash di siti e boicottaggi di eventi.

1.2.3 Slacktivism

Il cyber-attivismo da una parte sembra semplificare il lavoro dell'attivista e amplificare la sua portata, ma dall'altra rischia di trasformarsi in un supporto di sola facciata, il cosiddetto "slacktivism" [31]. Infatti, come sostenuto da E. Morozov, l'impegno politico on-line può in certi casi ridursi semplicemente al seguire e discutere su community e firmare inutili petizioni senza produrre alcun effetto concreto [21]. Non solo, se da una parte qualcuno potrebbe fare slacktivism solo per fregiarsi dello status di attivista per tornaconto personale, dall'altra potrebbe dare ad altri l'impressione di essere politicamente impegnato senza che ci sia un reale sforzo efficace, diminuendo così il numero potenziale di attivisti realmente coinvolti.

In realtà lo slacktivism nasce prima di internet e si manifestava nell'acquistare sticker, magliette o altri gadget come simbolo di lotta ma senza offrire un reale apporto. Inoltre, anche le aziende lo fanno spesso, vedasi ad esempio il fenomeno del green washing, nel quale grosse compagnie portano avanti piccole iniziative a favore dell'ambiente, mantenendo però un modello di business molto inquinante [11].

Infine, è interessante il punto di vista che dà S. Ozkula, sull'argomento [24], sostenendo che il concetto stesso di attivismo digitale sia problematico perché nasconde alcune fallacie. Infatti, nella discussione vengono escluse a priori le visioni ibride di attivismo, con tutte le diverse possibili modalità che questo

può avere, banalizzando così le nuove forme di attivismo. Con slacktivism, quindi, non si farebbe altro che una critica non alla modalità di attivismo in sé, ma solo a una parte di esso, che per sua stessa natura risulta incompleta e inefficace.

La discussione sull'effettiva utilità dell'attivismo on-line è comunque tutt'ora accesa, e se da una parte può sembrare una questione di pure apparenza, dall'altra invece c'è chi vi vede una chiara idea politica. D'altronde, non è solo l'attivismo a essersi spostato on-line, ma anche una grossa parte della società.

1.2.4 Attivismo su Tiktok

In origine Tiktok era un'app dedicata quasi esclusivamente all'intrattenimento ma successivamente, con la sua crescita e l'espandersi del proprio pubblico, ha cominciato ad essere popolata anche da attivisti. Una caratteristica fondamentale dell'applicazione di origine cinese è la sua impostazione aderente ad un modello egualitario per cui ogni post ha una visibilità potenzialmente enorme, indipendente dal numero di follower del suo autore⁴. Questo si traduce in un'accelerazione delle dinamiche di cyber-attivismo 2.0 e in uno spazio fertile per qualunque attivista. Inoltre, Tiktok ha un sistema di hashtag molto simile a quella di X che permette di navigare tra i contenuti e di esporre chiaramente il sostegno ad una causa.

Questo è anche quanto sostenuto dallo studioso L. De Nicolai nel suo saggio "Se il social mi attiva" [6], nel quale sostiene che Tiktok sia appunto la piattaforma migliore per fare attivismo, sia per le già citate dinamiche di viralità, sia perché il suo content è principalmente audiovisivo, un tipo di fruizione che più di altre attiva il pubblico. A sostegno di ciò porta l'esempio dell'hashtag #ecotok, utilizzato da un collettivo di creator per divulgare informazioni riguardanti il riscaldamento globale. Questi hanno poi creato un profilo ad hoc dove possiamo trovare consigli per una vita più sostenibile, spiegazioni sullo stato delle cose e persino meme, come tipico della piattaforma. Sono riportati tre esempi nella figura 1.5. Il primo (a) è una spiegazione della relazione tra riscaldamento e agricoltura, il secondo (b) invece un meme che ironizza sull'inattività della corte suprema a proposito di regolazione della

⁴Questo per via della mediazione dell'algoritmo che gestisce la distribuzione di contenuti nella "for you page".

dinamica ambientale, e infine il terzo (c) è un esempio di attività utile per una vita più sostenibile.

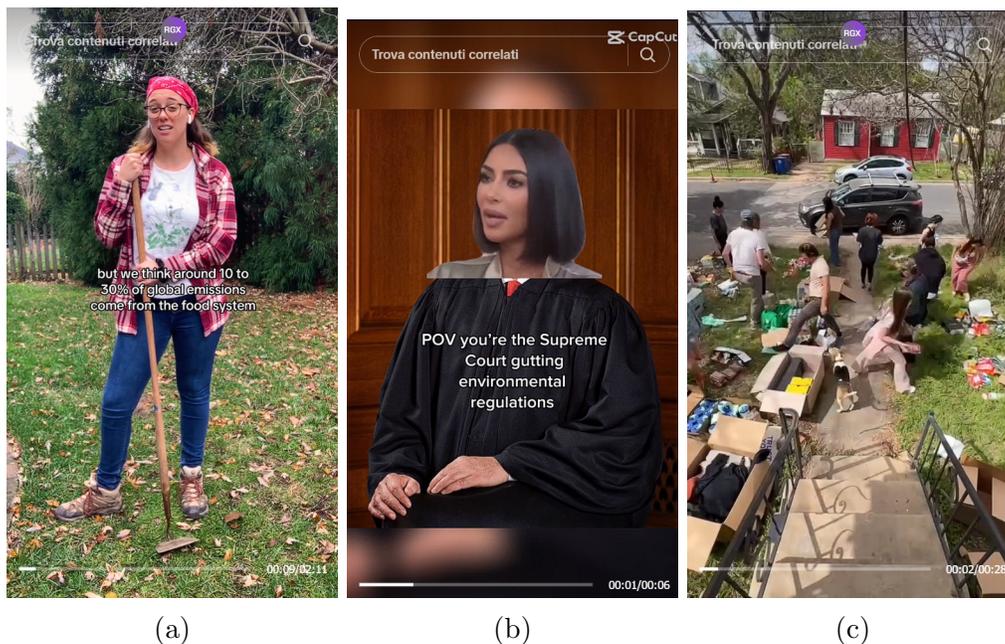


Figura 1.5: tre esempi di content su #ecotok

Oltre a #ecotok, un altro caso interessante riguarda l'hashtag #savegaza del maggio 2021 utilizzato dai palestinesi per protestare contro l'escalation di violenza che stava avvenendo a Sheikh Jarrah. Infatti nel maggio 2021 ci furono forti proteste per via della decisione della corte israeliana di sgomberare le famiglie palestinesi dal quartiere Sheikh Jarrah di Gerusalemme. Per protesta, molti creator cominciarono a postare video legati a challenge virali, che però parlavano della situazione in corso [3]. Un terzo esempio di attivismo efficace è quello fatto dalla comunità K-pop, che ha sabotato un comizio dell'ex presidente degli Stati Uniti Donald Trump a Tulsa prenotando molti posti per poi non partecipare [30].

Si può notare come su Tiktok la protesta divenga memetica, appropriandosi di meccanismi semiotici come le challenge. Per esempio l'uso particolare dei video di Make up, molto popolari sulla piattaforma, per attirare l'attenzione sugli avvenimenti in Palestina. L'influencer usa la propria faccia come una

tela, su cui disegna ferite e simboli, per mostrare l'oppressione degli israeliani sui palestinesi (figura 1.6).

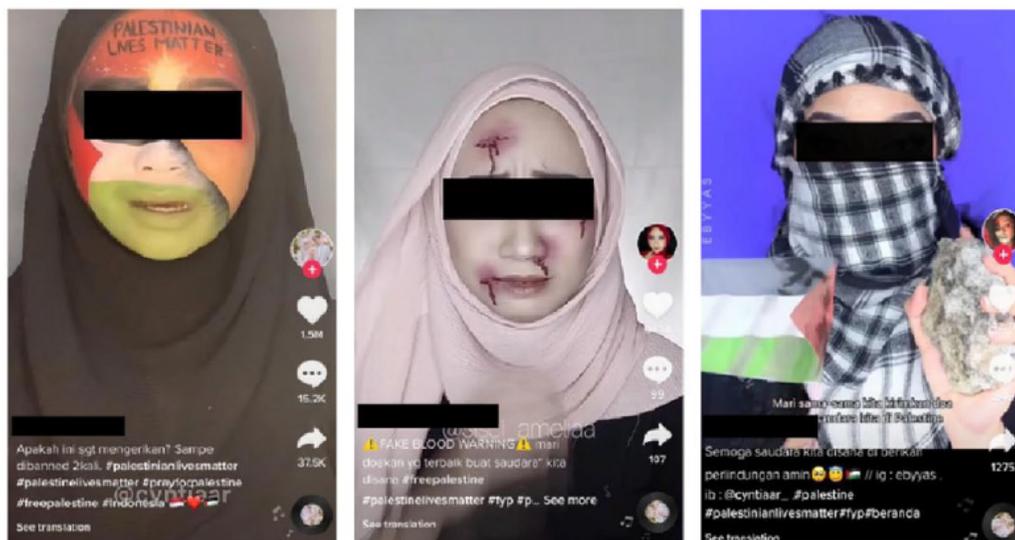


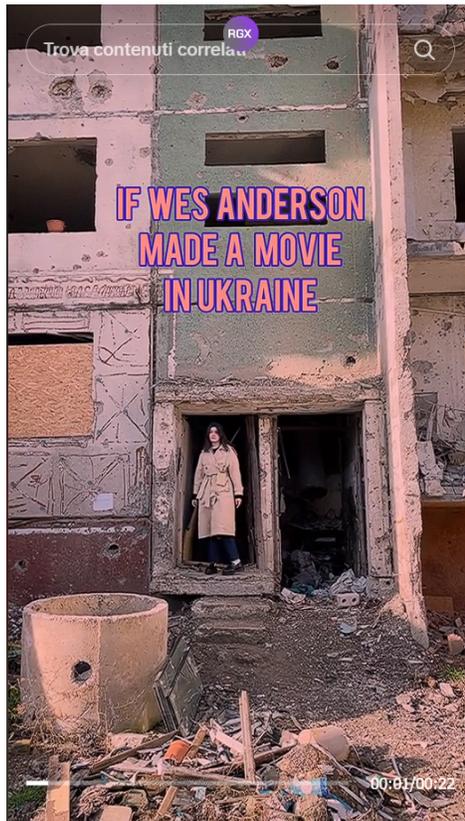
Figura 1.6

I video brevi diventano quindi un modo per attirare l'attenzione del pubblico su un avvenimento importante che sta passando inosservato, poiché anche solo attirare l'attenzione internazionale può essere a volte sufficiente per mitigarlo o addirittura modificarlo.

Infatti, quello che sta accadendo ora in Palestina non solo ha scatenato manifestazioni in tutto il mondo, ma ha anche spinto la comunità internazionale a discuterne e ad agire.

Un altro caso emblematico riguarda la guerra in Ucraina, primo conflitto ad avere una forte presenza su TikTok, e infatti F. Primig, H. D. Szabò e P. Lacasa, nel loro paper “Remixing war: An analysis of the reimagination of the Russian–Ukraine war on TikTok”, descrivono come venga mostrata la guerra attraverso le lenti di TikTok. Gli studiosi spiegano come la comunicazione della guerra sul social avvenga attraverso l’uso delle tipiche challenge della piattaforma ma utilizzate per portare il messaggio desiderato. E anche la musica riveste un ruolo fondamentale, non solo amplificando l’emozione che trasmette il video, ma rimandando ad una vasta rete culturale memetica di canzoni che trasportano un significato o lo collegano a un altro. Esempio lampante di ciò è la Tiktoker “Valerisssh”, (figura 1.7), che utilizza challenge

popolari come quella di Wes Anderson ⁵ o di “What’s in my bag” ⁶, per attirare l’attenzione su ciò che la Russia sta commettendo in Ucraina [26].



(a)



(b)

Figura 1.7: due esempi di video di Valerisssh

⁵Challenge che consiste nell’applicare il particolare stile di regia di Wes Anderson nei più disparati contesti.

⁶Challenge che consiste nel nel mostrare all’utenza cosa contiene la borsa del creator, solitamente trucchi o simili.

1.3 Le narrative israelo-palestinesi

Quello tra Palestina e Israele è un conflitto ancora aperto che va avanti dagli anni '40 e su cui si sono espressi moltissimi studiosi, dai politologi ai sociologi, dagli antropologi ai teorici dei giochi. Data la complessità dell'argomento, non è intenzione di questa sezione ripercorrere la storia completa del conflitto. Tuttavia, per comprendere le narrative che vengono comunicate dai video è importante avere in mente i fatti fondamentali, con un focus particolare sugli eventi e le conseguenze dell'attacco di Hamas del 7 Ottobre 2023.

1.3.1 Una breve cronologia

L'inizio del conflitto israelo-palestinese risale al 1947, quando l'Inghilterra rinunciò al suo ruolo di colonizzatore e sottopose alle Nazioni Unite la questione. Negli anni precedenti c'era già stata una forte migrazione di ebrei verso la Palestina e la situazione era già conflittuale.

La soluzione trovata fu quella di dividere i territori della Palestina tra palestinesi ed ebrei, con un rapporto del 43.5% per i primi e del 56.5% per i secondi mantenendo la città di Gerusalemme, sacra per ebrei, cristiani e islamici come una zona internazionale controllata dalle Nazioni Unite. Tuttavia la decisione fu accettata solo dagli ebrei poiché all'epoca la popolazione araba era il doppio di quella ebraica.

Questo, insieme alla violenza utilizzata dai sionisti durante quella che viene ricordata come "Al Nakba", ovvero l'espulsione forzata di 700.000 palestinesi dai propri villaggi, con annessa distruzione di centinaia di questi [22], portò gli stati di Egitto, Giordania, Siria, Iraq e Libano a dichiarare guerra al neonato stato di Israele. Tuttavia, quest'ultimo riuscì non solo a difendersi ma anche ad aumentare i suoi territori fino al 78% della Palestina. Il restante 22% venne diviso tra Egitto e Giordania.

Nel 1967 scoppiò la guerra dei sei giorni, nella quale Israele occupò la Palestina nella sua interezza, scatenando così la resistenza dei palestinesi e la prima "intifada", traducibile con sayrivolta. Inoltre nacque il partito di Hamas, che avrebbe avuto grande importanza nel futuro. Al termine del conflitto però la comunità internazionale riconobbe illegale l'occupazione di Israele.

Nel 1973 fu una coalizione araba, composta principalmente da Egitto e Siria, ad attaccare Israele prendendolo di sorpresa (guerra del Kippur). Israele riuscì ampiamente a difendersi, e successivamente grazie all'intervento di Unione Sovietica e Stati Uniti si arrivò ad un cessate al fuoco evitando un'escalation

del conflitto.

Nel 1993, e successivamente nel 1995, furono siglati gli accordi di Oslo nei quali il territorio venne diviso in tre aree, una a completo controllo palestinese, una a controllo congiunto e una a completo controllo israeliano. Tuttavia, le aree più ricche e fertili furono assegnate a Israele creando malcontento nella popolazione palestinese che nel 2000 diede vita alla seconda “intifada”.

Da lì in poi i due stati hanno vissuto sotto una tensione costante fino ai fatti del 7 ottobre 2023, un giorno dopo il cinquantenario della guerra del Kippur. Nella figura 1.8 si può vedere l’evoluzione territoriale del conflitto. La situazione è rimasta sostanzialmente invariata fino, appunto, al 7 ottobre 2023.



Figura 1.8

1.3.2 I fatti del 7 ottobre

Il 7 ottobre 2023 Hamas ha sferrato un attacco su più fronti contro Israele che si è trovata impreparata a rispondere nonostante la superiorità di risorse

e mezzi. Nel suo svolgimento sono stati uccisi 859 civili, 278 soldati e 57 membri delle forze dell'ordine. Inoltre sono stati presi circa 250 ostaggi.

L'attacco è cominciato con il lancio di 500 missili dalla striscia di Gaza, numero troppo alto per essere gestito dallo scudo aereo di Israele. In contemporanea le milizie palestinesi hanno forzato il confine di Gaza, chiuso dopo la seconda "intifada" e sorvegliato da torri di guardia, riuscendo a penetrare nel territorio. È stato anche osservato per la prima volta l'uso di droni da parte di Hamas.

In questo insieme di attacchi, quello che probabilmente ha più sconvolto l'opinione pubblica è stato il massacro compiuto a Re'im, dove si stava svolgendo un festival musicale in cui molti dei partecipanti sono stati uccisi o presi in ostaggio.

L'attacco è durato fino al 9 ottobre, quando finalmente le forze israeliane hanno ripreso il controllo della situazione, ma per Israele è stato un duro colpo sia fisico che d'immagine, poiché il Mossad, il servizio segreto israeliano, non solo non è riuscito a prevenirlo ma nemmeno a prevederlo. Quindi, in risposta è stata dichiarata guerra ad Hamas, colpendo di fatto però i anche i civili palestinesi.

Questa guerra, tutt'ora in corso durante la stesura di questa tesi, ha assunto presto degli aspetti controversi per via dei metodi utilizzati da Israele, il quale bombarda Gaza senza sosta uccidendo spesso civili. Inoltre, non va dimenticata la disparità di forze tra le due parti poiché Gaza non ha un'economia autosufficiente ma dipende per gran parte da aiuti internazionali. Proprio a questo proposito risulta controversa la scelta di Israele di tagliare i rifornimenti di cibo, acqua ed energia costringendo di fatto i civili a spostarsi altrove.

Nelle intenzioni c'è la volontà di dividere i militanti di Hamas dalla popolazione civile, usata come scudo umano stando a quanto dichiarato i media israeliani, ma sfollare le persone per poi distruggere le loro case è da molti considerato un crimine di guerra, e infatti il Sudafrica ha intentato un processo a Israele davanti alla corte di giustizia internazionale con l'accusa di genocidio. [28]

È interessante notare, come verrà sottolineato più avanti, come il ruolo d'Israele sui social sia passato molto in fretta da quello di vittima, davanti all'orrore dell'attacco di Hamas, a quello di carnefice, una volta che ha cominciato la risposta armata. La questione tuttavia fa ancora discutere e crea molte divisioni.

1.3.3 Al Nakba

La principale narrativa portata avanti dalla Palestina è quella della “Al Nakba” (“La Catastrofe” in arabo) in cui lo territorio sarebbe stato invaso nel 1948 dagli israeliani che da quel momento occupano la terra con il tacito accordo degli stati occidentali. Infatti, la popolazione considera quella terra propria poiché i Cananei, il popolo da cui discendono, vi si stabilì millenni prima. [4]

In questa visione della cose la guerra del 1948 non è altro che un tentativo di difesa portata avanti dalla Palestina e dai suoi alleati per scongiurare l’occupazione israeliana. Non ci sarebbe, quindi, alcuna intenzione di voler cancellare il popolo ebraico, quanto di salvaguardare le terre e le vite della popolazione locale.

I palestinesi sono quindi i protagonisti e le vittime di questa narrazione in cui sono stati manipolati e poi attaccati dagli israeliani, l’opponente, perdendo così buona parte della loro terra, definita oggetto del desiderio in termini greimasiani. Questo giustificherebbe gli attacchi terroristici e le ”intifade” alla luce del diritto di un popolo ad autodeterminarsi e a conquistare la libertà sulla propria terra. Va anche notato come ci sia una narrazione del piccolo contro il grande, simile al famosissimo esempio di Davide contro Golia, ma in cui Golia sarebbe lo stato d’Israele.

Viene anche sottolineata la sofferenza causata dall’invasore, il quale confina un popolo in un lembo di terra sempre più piccolo amministrandone le risorse e in questo modo controllandolo. Non a caso il sociologo israeliano Baruch Kimmerling si riferiva a Gaza come “il più grande campo di concentramento mai esistito” [16].

1.3.4 La terra promessa

Per Israele la principale narrativa, chiamata Sionismo, è quella che vede gli ebrei come un popolo a cui è stata promessa una terra in cui vivere, religiosamente da Dio e politicamente dalle Nazioni Unite. In questa visione, loro sono circondati e minacciati dagli stati arabi che vorrebbero cancellare la loro esistenza. Per il popolo ebraico, Israele rappresenta non solo una terra a loro destinata, ma anche una spazio vitale dopo che la sua stessa esistenza è stata messa a repentaglio dall’ascesa del nazismo in Europa. [4]

In questa visione quindi, Israele, il soggetto, è minacciato dal popolo palestinese che vorrebbe cacciarlo per mezzo dei terroristi di Hamas dalle terre che

gli sono state promesse, l'oggetto del desiderio, e causarne la scomparsa. Tutte le risposte muscolari che quindi lo stato d'Israele mette in atto contro i terroristi, e collateralmente contro i civili, sarebbero quindi giustificate dal bisogno di sopravvivenza del popolo e dall'eliminazione delle minacce che lo circondano.

1.3.5 La pace tra i popoli

Infine, esiste una narrativa condivisa da piccole parti di entrambi i popoli che credono sia possibile coesistere, lasciandosi alle spalle millenni di storia religiosa e quasi ottant'anni di conflitti per trovare un equilibrio in cui i due popoli possano vivere e prosperare. In questa visione l'opponente non corrisponde più ad una parte o all'altra ma sono le persone che alimentano il conflitto come strumento per i propri interessi: da una parte il Likud, partito di Netanyahu (primo ministro d'Israele) e dall'altra Hamas. Tuttavia, per quanto sia anche la posizione delle Nazioni Unite, rimane per ora una narrativa poco condivisa e difficilmente attuabile.

Capitolo 2

Raccolta e Analisi dei Dati

A causa della natura digitale dei contenuti e del medium è stato utilizzato un approccio computazionale per la raccolta dei dati. Verrà qui spiegato quali strumenti sono stati utilizzati, cioè Zeeschuimer, 4CAT e Jupyter, e in che modo è stato ottenuto un dataset di 42 video diviso in due gruppi da 14 e 18 elementi. Il primo composto dai video contenenti gli hashtag #freepalestine e #savepalestine, e il secondo da quelli contenenti invece #standwithisrael e #istandwithisrael. Verranno anche discussi i criteri utilizzati nella scelta delle metriche e della suddivisione dei dati.

Infine è importante specificare che per riferirsi ai video, poiché privi di titoli, verrà utilizzato il loro indice, secondo l'ordine dato da Tiktok, accompagnato da “P” o “L” a seconda se si riferisce al dataset con gli hashtag pro Palestina o pro Israele.

2.1 Raccolta

Zeeschuimer è un plugin disponibile solo su Firefox che permette di salvare i post visualizzati durante la navigazione su Tiktok, Instagram, LinkedIn, 9GAG, Imgur, Twitter e Douyn.

L'utilizzo di questo strumento è stato necessario poiché Tiktok non ha rilasciato API¹ per automatizzare la raccolta dei dati e si è dovuto quindi procedere manualmente. In particolare il processo è consistito nel navigare

¹Un'API, application programming interface, è un insieme di regole definite che consente ad applicazioni diverse di comunicare.

sulla pagina contenente i video e scorrere fino alla fine, mentre Zeeschui-mer salvava la cronologia di visualizzazione. Per semplificare e velocizzare il processo, tuttavia, è stato utilizzato un altro plugin di Firefox chiamato Foxscroller che permette di scorrere automaticamente la pagina verso il basso.

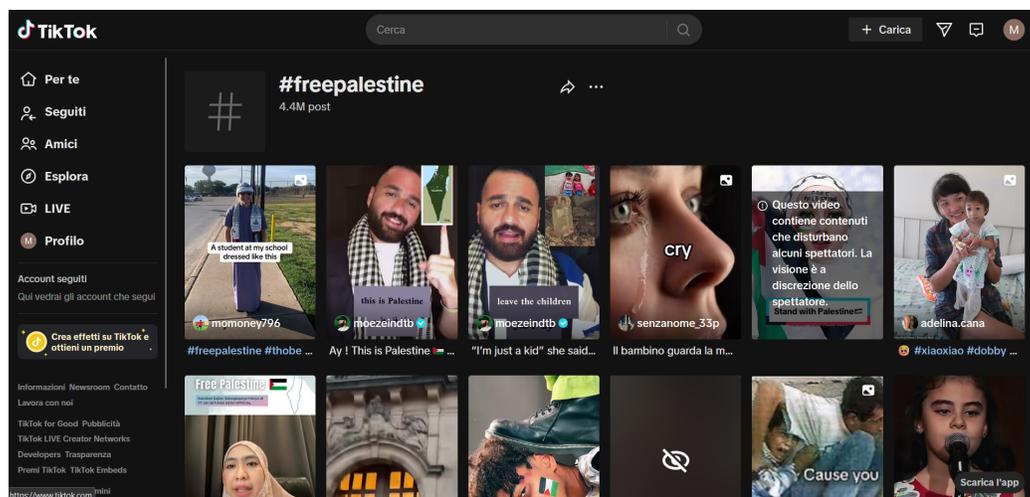


Figura 2.1: la pagina web con i video più popolari associati all’hashtag #free-palestine

Per quanto riguarda la pagina da cui visualizzare i post (figura 2.1) è stata utilizzata la funzione di ricerca per hashtag di Tiktok, che a differenza di quella per parole chiave non tiene conto dei dati che l’app ha raccolto ed elaborato sull’utente, per esempio inferenze di gusto basate sulla cronologia di visualizzazione, lingua utilizzata, posizione geografica o addirittura preferenze legate all’ora del giorno in cui si collega. La piattaforma, infatti, mette i post in ordine di popolarità grazie a una metrica che combina like, visualizzazioni, condivisioni e numero di commenti di ogni post. Per sicurezza è stato creato un profilo nuovo ad-hoc per visitare queste pagine, così da evitare ogni possibile contaminazione con attività precedenti da parte dell’algoritmo.

Per la bolla di discussione pro Palestina gli hashtag scelti sono stati #free-palestine e #savepalestine, che appaiono rispettivamente in 4.4 milioni di post il primo e in 1.3 il secondo, mentre, per quanto riguarda la bolla pro Israele, si è optato per #istandwithisrael con 57100 post e #standwithisrael con 35900.

Si sono scelti questi hashtag poiché esprimono chiaramente il proprio schieramento e perché, data una posizione, risultano i più popolari nella propria bolla². Si può notare che quelli pro Palestina appaiono in molti più post: da una parte, come sarà mostrato successivamente, l'utenza di Tiktok tende a simpatizzare maggiormente con i palestinesi, e dall'altra non va trascurato il fatto che hashtag come #freepalestine, sono usati da molto più tempo anche per fare attivismo. Questi hashtag, quindi, appaiono già in molti post precedenti al 7 ottobre, per esempio durante i già citati fatti di Sheikh Jarrah del maggio 2021.

²Con il termine bolla si intende un ambiente digitale nel quale gli utenti sostengono e amplificano una stessa posizione od opinione.

2.2 Selezione dei dati

Raccolti i dati, Zeeschuimer permette di esportare il dataset come file di tipo ndjson o direttamente su 4CAT. Quest'ultimo è un toolkit open source e modulare di cattura e analisi dei dati che, attraverso l'utilizzo di API o di dataset esterni, permette di studiare i contenuti dei social media.

Nel caso dei post su Tiktok ogni entry è organizzata in questo modo (figura 2.2)

id	7299460162731904262
thread_id	7299460162731904262
author	kh._.20
author_full	خولة
author_followers	47600
author_likes	4402
author_videos	51
author_avatar	NaN
body	#خولة #فyp #فyp viral #sta...
timestamp	2023-11-09 13:53:31
unix_timestamp	1699538011
is_duet	no
is_ad	no
music_name	الصوت الأصلي
music_id	7299460187933281030
music_url	https://v77.tiktokcdn.com/248d7c10ede78f4d9c5f...
music_thumbnail	https://p16-sign-va.tiktokcdn.com/tos-maliva-a...
music_author	خولة
video_url	https://v16-webapp-prime.tiktok.com/video/tos/...
tiktok_url	https://www.tiktok.com/@kh._.20/video/72994601...
thumbnail_url	https://p16-sign-va.tiktokcdn.com/obj/tos-mali...
likes	466600
comments	9696
shares	11500
plays	13900000
hashtags	خولة, fyp, fyp viral, standwithisrael, tiktok, tik...
challenges	خولة, fyp, fyp viral, standwithisrael, tiktok, tik...
diversification_labels	NaN
location_created	NaN
stickers	NaN
effects	NaN
warning	NaN

Figura 2.2

Tuttavia, non tutti questi attributi risultano utili e sono stati quindi

rimossi successivamente.

Il campione, composto da 775 post per #freepalestine e #savepalestine e 730 per #standwithisrael e #istandwithisrael, è stato esportato su 4CAT. Fatto ciò, i due dataset sono stati filtrati rimuovendo tutti i post con meno di $\frac{1}{3}$ dei like del post con più like.

Ciò è stato fatto per mantenere solo gli elementi più rilevanti, e in particolare si è utilizzata tale regola empirica per avere una soglia relativa, e non assoluta, per ovviare alla differenza di traffico generata dai due gruppi di hashtag. Inoltre, va sottolineato che i like sono stati ritenuti una metrica affidabile poiché sottendono un'intenzionalità dell'utente senza però un impegno eccessivo da parte dello stesso. Infatti, l'utente deve agire attivamente per mettere like ad un post, a differenza delle visualizzazioni che invece dipendono per buona parte da cosa l'algoritmo di Tiktok decide di mostrare. Infine non è stato scelto il numero di commenti o di condivisioni per via della situazionalità nel loro utilizzo e poiché la struttura stessa di Tiktok disincentiva le condivisioni in favore dell'imitazione [35].

Una volta filtrati i video e ottenuti due nuovi dataset da 36 post l'uno e 20 l'altro, sono state scaricate le corrispondenti tabelle da 4CAT in formato csv, ovvero come file di testo i cui valori sono separati da virgole e gli elementi da spazi.

Il terzo strumento utilizzato è Jupyter, una piattaforma di programmazione interattiva open source basata su Python. In particolare sono state usate le librerie Pandas, per la manipolazione e l'elaborazione dei dati, e Matplotlib per la generazione dei grafici. Sono stati creati due diversi file di Jupyter, uno per ogni file csv, per lavorare nel modo più ordinato possibile, e in entrambi sono stati seguiti gli stessi passi.

Per prima cosa, dopo le librerie necessarie, è stato importato il file csv su Python, come mostrato nella figura 2.3, trasformandolo in una struttura dati propria di Pandas chiamata Dataframe, ovvero in una tabella multi-attributo.

```
In [9]: #importo csv
data = pd.read_csv('PalestineData.csv')
data
```

0	7299584057145445675	7299584057145445675	momoney796	محمد	30000	26900	24	NaN	#freepalestine #thobe #school #muslim #turban ...	20 21
1	6962951854779124993	6962951854779124993	moezeindtb	Moe Zein	1300000	3973	267	NaN	Ay I This is Palestine ما فلسطين #freepale...	20 18
2	6964094915194178817	6964094915194178817	moezeindtb	Moe Zein	1300000	3973	267	NaN	"I'm just a kid" she said PS انا مجرد طفل #f...	20 20
3	7290517910345239840	7290517910345239840	senzanome_33p	islam	22500	125200	37	NaN	Il bambino guarda la madre ferita dopo un atta...	20 11
4	7298346423521742085	7298346423521742085	nandaarsyinta	Nanda Arsyinta	2800000	1301	403	NaN	From the river to the sea, Palestine will be f...	20 13

Figura 2.3

Successivamente, come mostrato nella figura 2.4, sono state rimosse le righe che facevano riferimento a post di tipo "Raccolta di Foto", che 4CAT non è in grado di scaricare, e quelle che invece si riferivano a post precedenti al 7 ottobre 2023, cioè prima dell'attacco di Hamas. Come prevedibile negli hashtag pro Palestina questi post ammontavano al 22%, ovvero 8, mentre in quelli pro Israele solo al 5%, cioè uno solo. Ciò suggerisce che uno dei due hashtag è utilizzato da più tempo. Per i dati è stato mantenuto l'ordine dato dalla metrica di popolarità utilizzata da Tiktok.

```
#rimozione post di tipo raccolta di foto o antecedenti al 7 ottobre
to_remove = [0,1,2,3,5,9,13,16,17,18,22,24,26,27,30,33,34,35]
data = data.drop(to_remove)
```

Figura 2.4

Filtrate le righe, è stato fatto lo stesso con le colonne, sono stati cioè rimossi gli attributi non rilevanti per lo studio come mostrato in figura 2.5:

```
#rimozione attributi non rilevanti per lo studio
att_to_remove = ['thread_id','author_avatar','unix_timestamp','is_duet','is_ad','music_name',
                 'music_id','music_url','music_thumbnail','music_author','video_url','tiktok_url','challenges',
                 'thumbnail_url','diversification_labels','location_created','stickers','effects','warning']
data = data.drop(att_to_remove,axis=1)
```

Figura 2.5

Inoltre, sono stati aggiunti manualmente altri 3 attributi ai video: il tipo di format, la lingua utilizzata e il posizionamento che traspare.

I tipi di format rilevati sono i seguenti:

- story: il video rappresenta una breve storia con tanto di arco narrativo.
- montage: il video consiste solamente in una serie di spezzoni e immagini montate.
- vlog: il video consiste in un soggetto che si rivolge direttamente allo spettatore per raccontargli qualcosa.
- testimony: il video consiste semplicemente nella testimonianza di un evento. Può essere presente anche del montaggio.
- clip: il video consiste nello spezzone di un altro contenuto audio visivo, solitamente pensato per un altro medium (spesso la televisione).
- dialogue: il video consiste in due o più soggetti (spesso interpretati dalla stessa persona) che dialogano tra loro.
- pov:³ sigla di “point of view”, il video è girato mostrando gli avvenimenti dal punto di vista del soggetto.

I format sono stati individuati attraverso l’esperienza d’uso di Tiktok e utilizzando il dataset come benchmark. Non esiste attualmente un’esatta classificazione dei tipi di video presenti sul social, anche per via della grande varietà e della continua aggiunta di feature che vanno a modificare le modalità di espressione. Questi, quindi, sono da intendersi solo come funzionali allo studio in maniera analoga al metodo utilizzato nel paper “Tiktok as Television” [8].

Il pov, il vlog ed il dialogue sono format molto chiari, infatti basta osservare il modo in cui l’autore si relaziona con il fruitore per distinguerli.

Nel pov i due si identificano l’uno nell’altro, e di fatto la telecamera fa convergere lo sguardo e la prospettiva di entrambi. Questo accade solamente nel video 4I.

Nel vlog invece l’autore parla direttamente al fruitore, come se stesse dietro la telecamera, questo è osservabile ad esempio nel video 7P e 11I.

³Da non confondere con il trend omonimo su Tiktok in cui tuttavia il termine è utilizzato erroneamente poiché il soggetto viene ripreso in soggettiva

Nel dialogue invece quest'ultimo è solo il testimone di due persone che discutono, come si vede nel video 17I. Spesso gli interlocutori sono tutti interpretati dallo stesso creator vestito in maniera diversa o con una diversa label. Nella figura 2.6 è mostrato il punto di vista di un video con format dialogue.

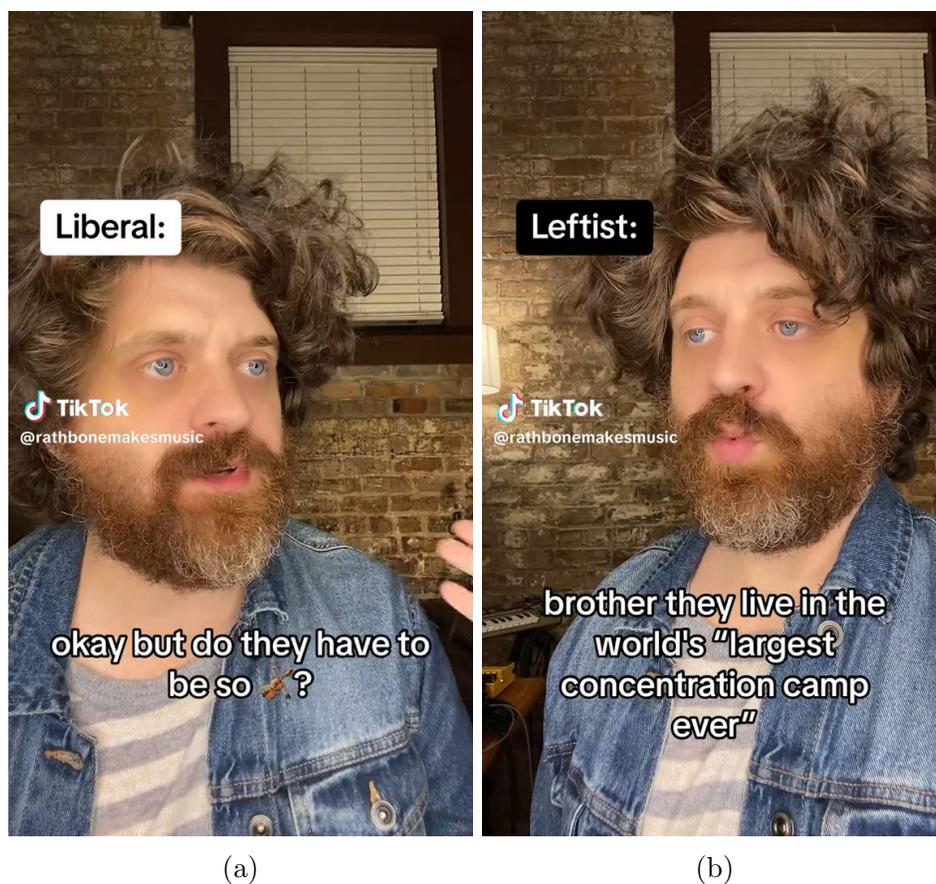
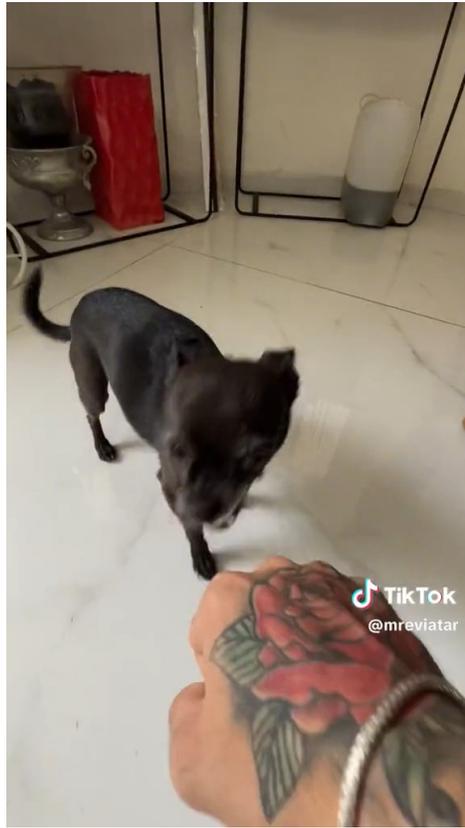


Figura 2.6: un esempio di dialogue preso dal video 4I

Nella figura 2.7 invece si vedono esempi di pov e vlog presi rispettivamente dai video 4I e 7P dei due dataset.



(a) 4I - pov



(b) 11I - vlog

Figura 2.7: due esempi di format di Tiktok

Per quanto riguarda invece clip, la caratteristica principale è che sia semplicemente dlo spezzone i un altro programma tagliato e ricaricato su Tiktok, me sono esempi i video 1I e 10I, appartenenti a “Una Mamma per Amica”, una serie considerata pro Israele poiché nella stanza della protagonista appare un poster, appunto, dello stato d’Israele (figura 2.8).



(a) video 1I



(b) video 10I

Figura 2.8: due clip prese da Una Mamma per Amica

Story, invece, è un format caratterizzato dalla presenza di un vero e proprio arco narrativo che racconta un avvenimento o una situazione, spesso creando una metafora. L'obiettivo è quello di parlare all'affettività del fruitore, raccontagli una situazione attraverso azioni, cause ed effetti. Dietro le inquadrature di un video appartenente a questo format, come ad esempio il 23P, si coglie una progettualità vera e propria: uso della fotografia e di effetti messi in post-produzione pur rimanendo nella tipica atmosfera amatoriale di Tiktok. Nella figura 2.9 sono presenti due esempi presi dai video 4P e 23P, entrambi nel dataset pro Palestina poiché questo tipo di format non è presente in quello pro Israele.



(a) video 4P

(b) video 23P

Figura 2.9: due video di tipo stories

Montage e testimony sono format senza caratteristiche stringenti e comprendono una grande varietà di video. Inoltre potrebbero essere per certi versi sovrapponibili ma hanno un'importante differenza. Nel primo caso si tratta di un montaggio di immagini che trasmette un messaggio o incita all'azione, mentre nel secondo traspare la chiara volontà di coinvolgere l'utente all'interno dell'evento raffigurato come se fosse testimone diretto, sia che si tratti di footage di guerra o di manifestazioni.

I posizionamenti, invece, sono stati divisi in:

- pro-Palestine: se il messaggio è chiaramente a favore della Palestina
- pro-Israel: se il messaggio è chiaramente a favore di Israele

- **balanced**: se nel video non viene presa una posizione chiara
- **unclear**: se nel video non si capisce una chiara preferenza
- **unrelated**: se il video non parla proprio della questione

I posizionamenti sono stati individuati attraverso la visione dei video, in maniera analoga allo studio “Dancing to the Partisan Beat: A First Analysis of Political Communication on TikTok” [29], poiché attualmente non esiste uno strumento computazionale abbastanza sofisticato da capire automaticamente il contesto di un video. In particolare è stato usato come criterio la chiarezza del contesto. Infatti, nei video 10P e 15P, di cui sono presenti due screenshot in figura 2.10, il posizionamento risulta chiaro nonostante l’assenza di un discorso parlato. Il contesto ci dice tutto: è evidente che la bambina si trova a Gaza e ciò che stiamo vedendo è opera degli israeliani; così come per l’anziano signore che ha perso un figlio, anche se in questo caso è presente una breve descrizione. Inoltre, pure la musica può essere un significante importante, per esempio canzoni come “Atuna tu fuli”⁴ o “Heart Attack” di Demi Lovato (in versione velocizzata) sono considerati inni di una community che sostiene la Palestina.

I video con hashtag #istandwithisrael o #standwithisrael sono molto più discorsivi e quindi il posizionamento è quasi sempre chiaramente comprensibile ascoltando ciò che viene detto.

Va comunque sottolineato che nessuno si esprime esplicitamente a favore di una posizione. Infatti, nessun video affronta temi come il sionismo o l’ascesa di Hamas. Nonostante sia vero che i contenuti polarizzanti si diffondono più facilmente, quelli troppo estremi tendono a restare all’interno della loro specifica bolla di creazione dove non vengono ne discussi ne confutati. Chiarmente, non si sta intendendo che su Tiktok siano assenti video di questo tipo, ma sicuramente non sono quelli che generano più traffico.

⁴Brano dedicato all’infanzia dei bambini rovinata dalla guerra cantata nel 1984 dalla cantante bambina Remi Bendali.



Figura 2.10: esempi di video pro Palestina

Infatti le posizioni trovate nel dataset non sono mai estreme, non è stato trovato nessun video dichiaratamente sionista o pro Hamas. L'assenza di video pro Hamas è sicuramente legata alla moderazione di Tiktok che addirittura, durante la fase di ricerca di questa tesi, vietava la ricerca della parola "HAMAS" sulla piattaforma. Invece, per quanto riguarda l'assenza di video sionisti, ciò potrebbe essere dato dal fatto che le posizioni troppo estreme tendono ad essere meno popolari e inoltre, come diverrà chiaro più avanti, il pubblico di Tiktok simpatizza mediamente meno per Israele.

Alla fine del processo si sono ottenute due tabelle da 14 righe per Israele e 18 per la Palestina, per un totale di 32 video. La nuova struttura delle righe è mostrata in figura 2.11.

id	7299460162731904262
author	kh._.20
author_full	خولة 🍉
author_followers	47600
author_likes	4402
author_videos	51
body	خولة #خولة #فيس رحت ❤️ #fyp #fyp viral #sta...
timestamp	2023-11-09 13:53:31
likes	466600
comments	9696
shares	11500
plays	13900000
hashtags	خولة, fyp, fyp viral, standwithisrael, tiktok, tik...
format_type	testimony
language	arab
position	pro-palestine

Figura 2.11

2.3 Analisi

Verrà ora mostrato cosa si può comprendere da un confronto statistico tra i due dataset. Per prima cosa, dai due grafici nelle figure 2.12 e 2.13 si può notare che i video selezionati con gli hashtag pro Palestina hanno un numero di like nettamente maggiore, con una media di 2.638.888,89 per video, rispetto alla controparte pro Israele, che invece ne ha 263.642,86. Si può poi osservare che anche la distribuzione è ben diversa.

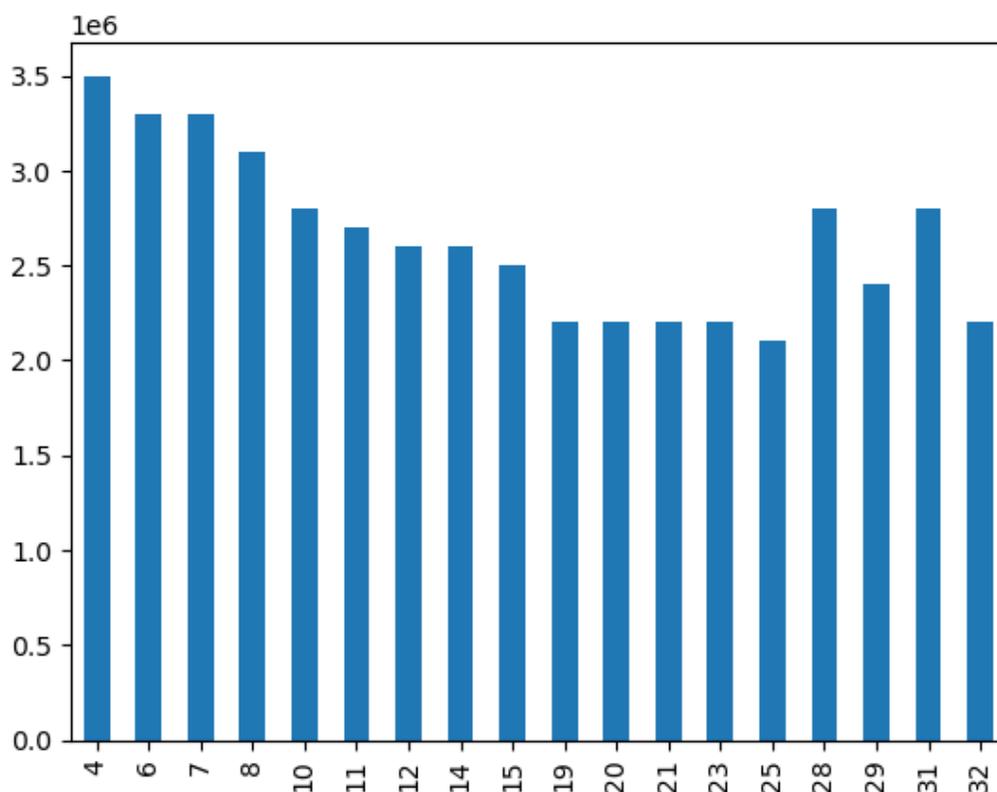


Figura 2.12: distribuzione dei like nella bolla #freepalestine #savepalestine

Infatti nel grafico in figura 2.12 i like sono distribuiti più uniformemente rispetto al secondo, figura 2.13, con coefficiente di variazione⁵ rispettivamente di 0.16 e 0.59. Da ciò si deduce che i video nel primo dataset generano in

⁵Il coefficiente di variazione è una metrica di dispersione calcolata dal rapporto tra deviazione standard e media.

media molto più traffico rispetto a quelli nel secondo e che tendono ad avere un apprezzamento più omogeneo da parte del pubblico. Questo è importante perché mostra che nel dataset pro Palestina i video sono apprezzati dal pubblico mediamente allo stesso modo.

Inoltre, è interessante notare che nel dataset pro Israele la distribuzione mostra due massimi che vanno poi scemando generando due code. I video 0I e 8P mostrano uno un padre che si dispera per la morte del figlio e l'altro le incubatrici di un ospedale a corto di energia. Questi sono entrambi footage, e quindi appartenenti al format testimony, inoltre sono molto brevi, 15 secondi il primo e 12 il secondo, indicando come questo tipo di comunicazione velocissima ed estremamente concentrata sull'emotività sembri essere più apprezzata dagli utenti rispetto ai format più discorsivi. Il fatto che la comunicazione dipenda principalmente dalle immagini e non dalla lingua favorisce il raggiungimento di un pubblico più ampio.

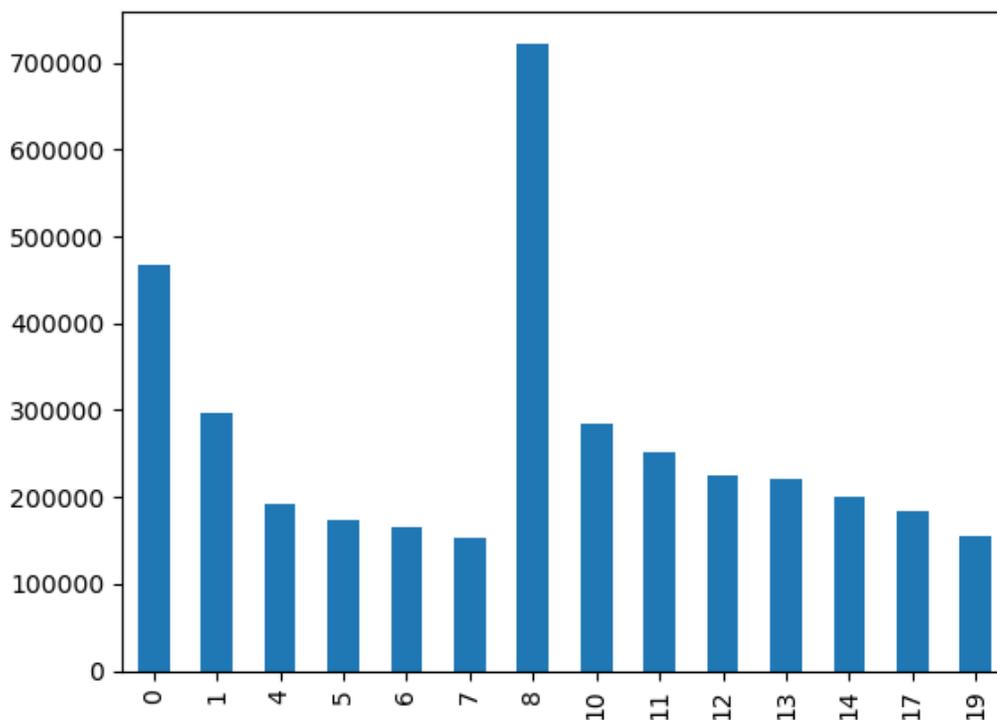


Figura 2.13: distribuzione dei like nella bolla #istandwithisrael #standwithisrael

Le distribuzioni delle visualizzazioni, che invece fanno da indicatori su come l'algoritmo di Tiktok interagisce con i contenuti. In figura 2.18 possiamo osservare che le visualizzazioni non sono omogenee quanto i like, e ciò mostra che da una lato una vasta diffusione non corrisponde ad una vasta interazione, e infatti il video 6P è uno di quelli che ne ha meno ma al contempo ha il maggior numero di like. Dall'altra si nota anche che nessun format tende ad essere particolarmente avvantaggiato.

Per quanto riguarda invece la distribuzione delle visualizzazioni nella bolla pro Israele (figura 2.19) risulta palese che i video 0I e 8I siano quelli più visti, confermando quindi come la brevità e il tipo di format li aiutino a circolare. Inoltre, entrambi questi video sono stati etichettati come pro Palestina.

Infine la media delle visualizzazioni del dataset pro Palestina è 7.5 volte quella pro Israele, mentre per quanto riguarda le medie questo rapporto è di 10, indicando una differenza di traffico generato inferiore.

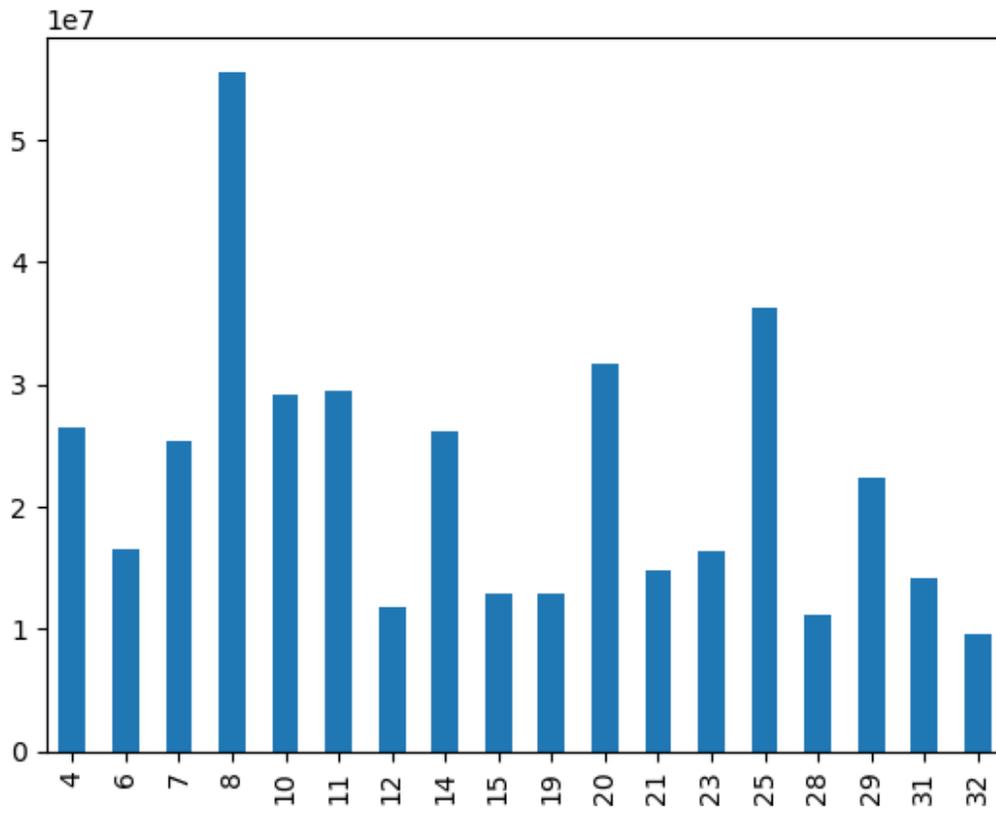


Figura 2.14: distribuzione delle visualizzazioni nella bolla #freepalestine #savepalestine

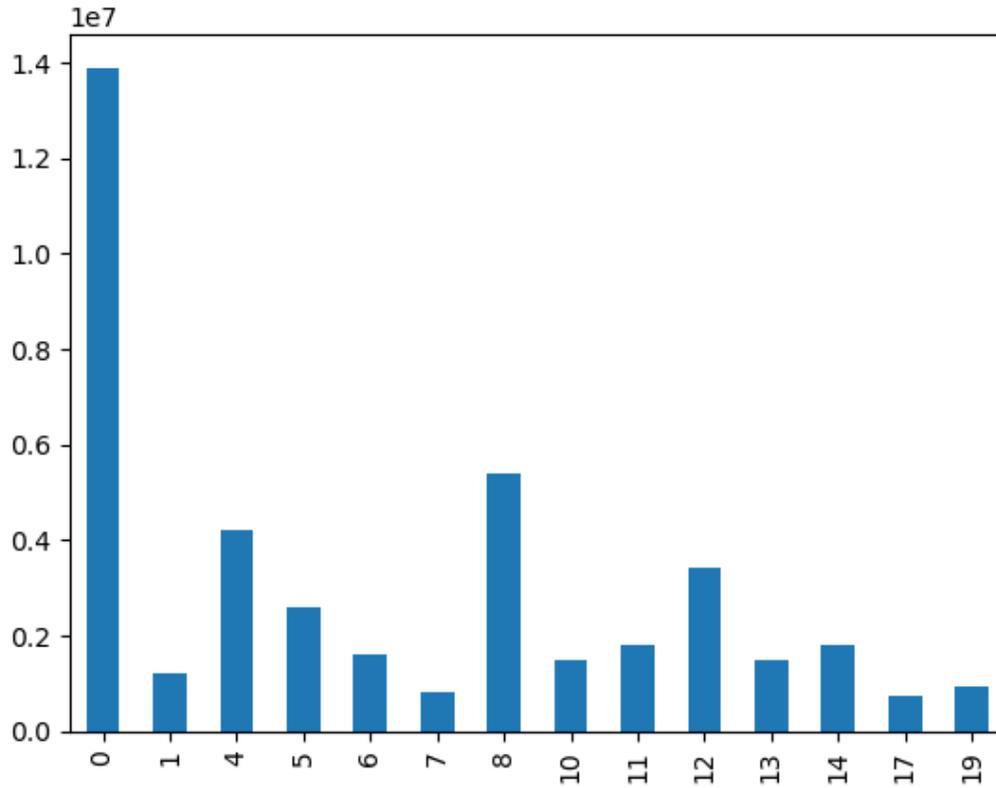


Figura 2.15: distribuzione delle visualizzazioni nella bolla #istandwithisrael #standwithisrael

Passando ora a discutere il numero di condivisioni si può notare che nella bolla pro Palestina non è omogeneo, ma mostra una serie di picchi nel dataset. I video più condivisi sono il 21P, il 6P, il 31P e il 19P, tutti video in indonesiano, indicando un forte coinvolgimento di quella community. Inoltre, tutti hanno come sottofondo una versione accelerata della canzone “Heart Attack” di Demi Lovato.

Per quanto riguarda invece il dataset pro Israele, si nota un picco nel video 8I, ma anche uno nell’11P, con format vlog, probabilmente condiviso per il tono e per la natura polemica del discorso che fa il creator Daniel Ryan Spaulding⁶. Nel video prende di mira la categoria dei “woke”⁷, per i quali, a

⁶Noto creator e stand up comedian.

⁷Woke (letteralmente “sveglio”) è un aggettivo inglese con il quale ci si riferisce allo

parere dell'autore, sarebbe più importante contare il numero di morti piuttosto che sottolineare la natura estremamente brutale dei crimini di Hamas. Inoltre, li accusa di usare la questione israelo-palestinese solo per aumentare il numero di like e follower sui loro profili.

Infine è interessante notare che invece per quanto riguarda le condivisioni il rapporto tra le medie è di 18, indicando come i video con hashtag #freepalestine e #savepalestine tendano a diffondersi molto di più tra gli utenti.

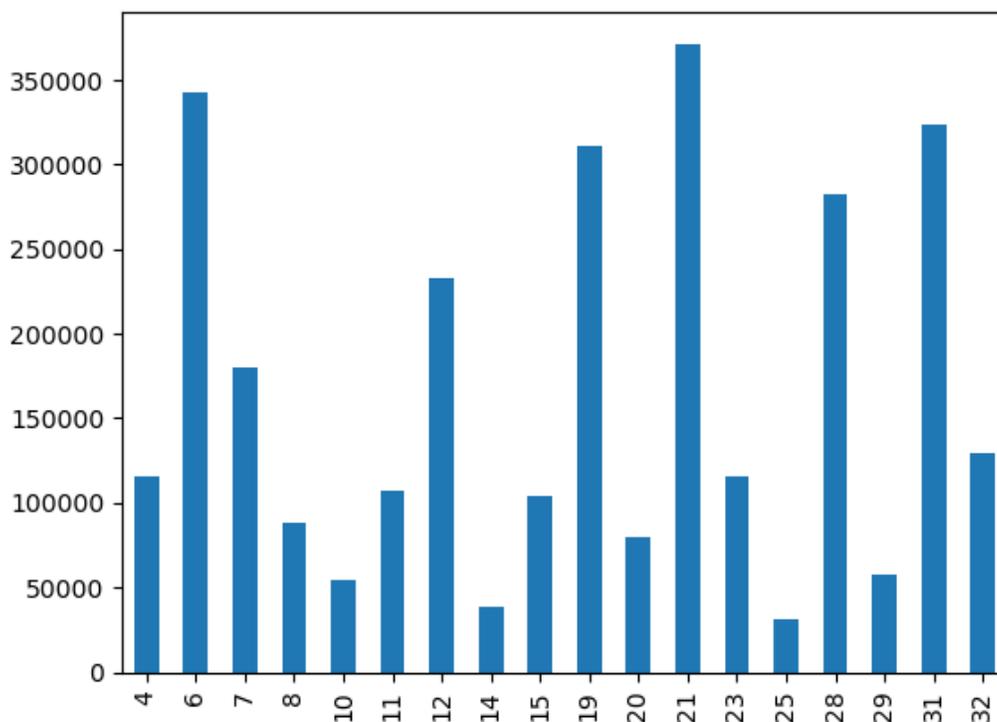


Figura 2.16: distribuzione delle condivisioni nella bolla #freepalestine #savepalestine

”stare all’erta”, ”stare svegli” nei confronti delle ingiustizie sociali o razziali.

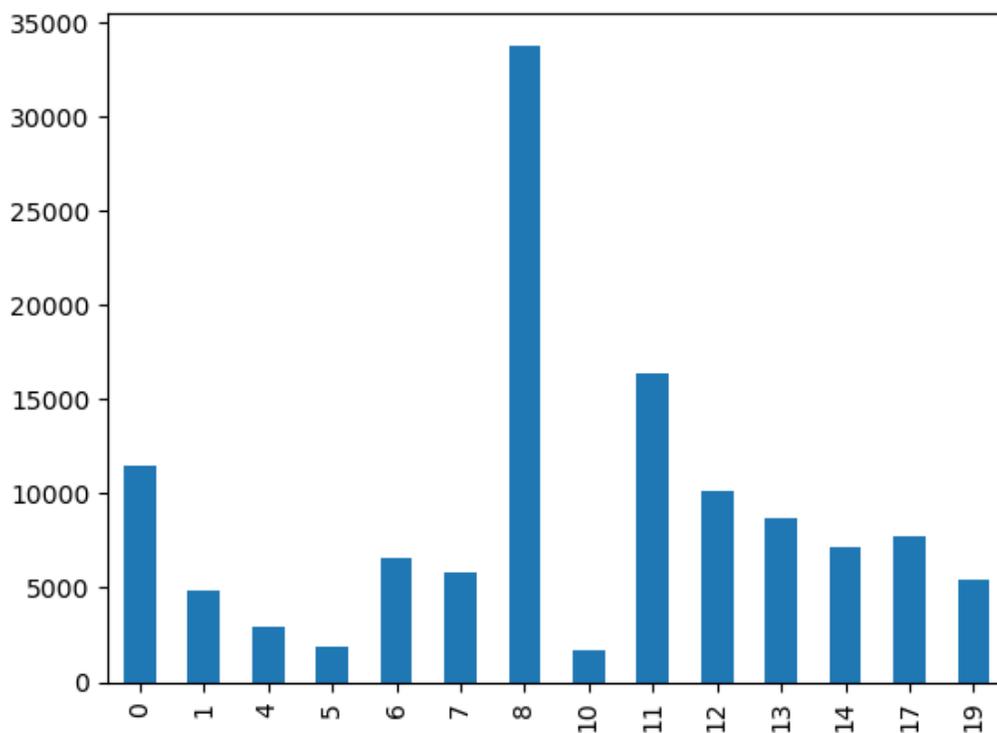


Figura 2.17: distribuzione delle condivisioni nella bolla #istandwithisrael
#standwithisrael

Guardando il numero di commenti nella bolla pro Palestina notiamo un picco nel video 12P, ma anche altri due nei video 15P e 20P. In tutte e tre si mostrano footage di guerra, la distruzione delle città e la sofferenza della popolazione. In particolare nel 12P si vede una cupola in rovina, nel 15P un anziano che ha perso il proprio figlio e nell'ultimo una bambina ferita nei bombardamenti. I commenti sono per la maggior di sostegno e di compassione per ciò che si sta vedendo, dimostrando come il footage sia un tipo di video che attiva particolarmente l'utenza. Tuttavia, per quanto riguarda il 12P, nel video è anche presente un discorso di supporto alla causa con una call to action.

Passando alla distribuzione dei commenti nella bolla israeliana, ancora una volta notiamo come lo 0I e l'8I siano picchi che confermano che il format footage è molto efficace. Inoltre notiamo dei picchi anche nell'11I e nel 12I. Chiaramente nell'11I è proprio la divisività dell'argomento e del tono a gene-

rare le interazioni, mentre nel 12I, dove vediamo un soldato israelo-brasiliano raccontare la sua esperienza di guerra. Si nota una dinamica simile a quella del footage.

In questo caso il rapporto tra le medie è di circa 4.8, indicando come a livello di mole di commenti i due dataset non siano così distanti. Questo si spiega con la natura dialettica della bolla pro Israele che incentiva quindi le persone a interagire e discutere.

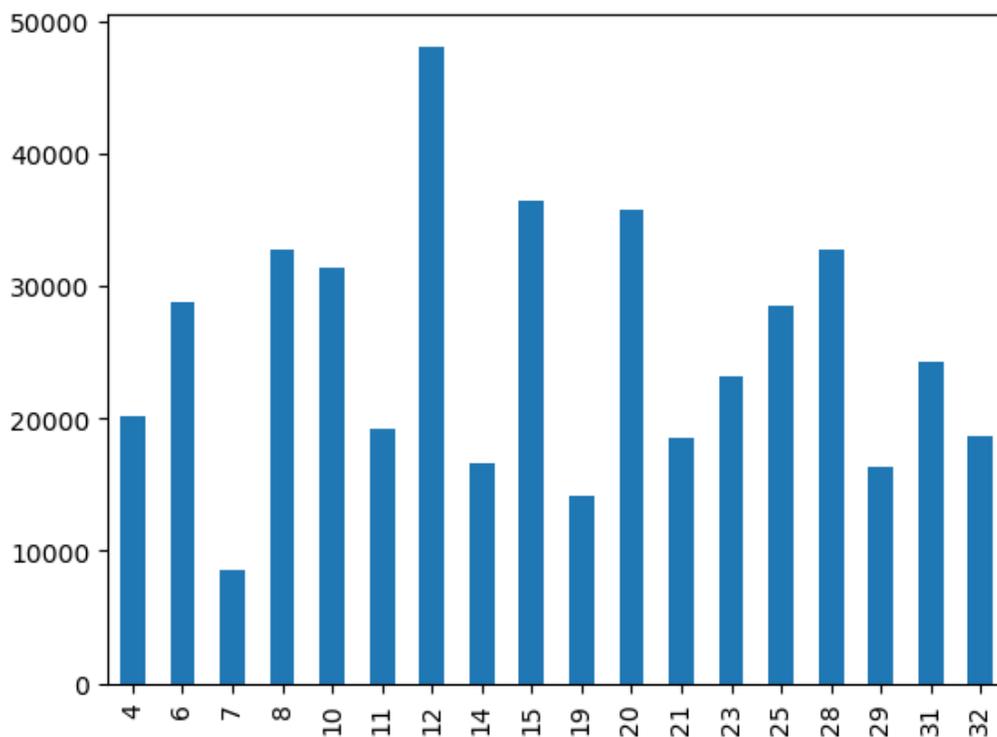


Figura 2.18: distribuzione del numero di commenti nella bolla #freepalestine #savepalestine

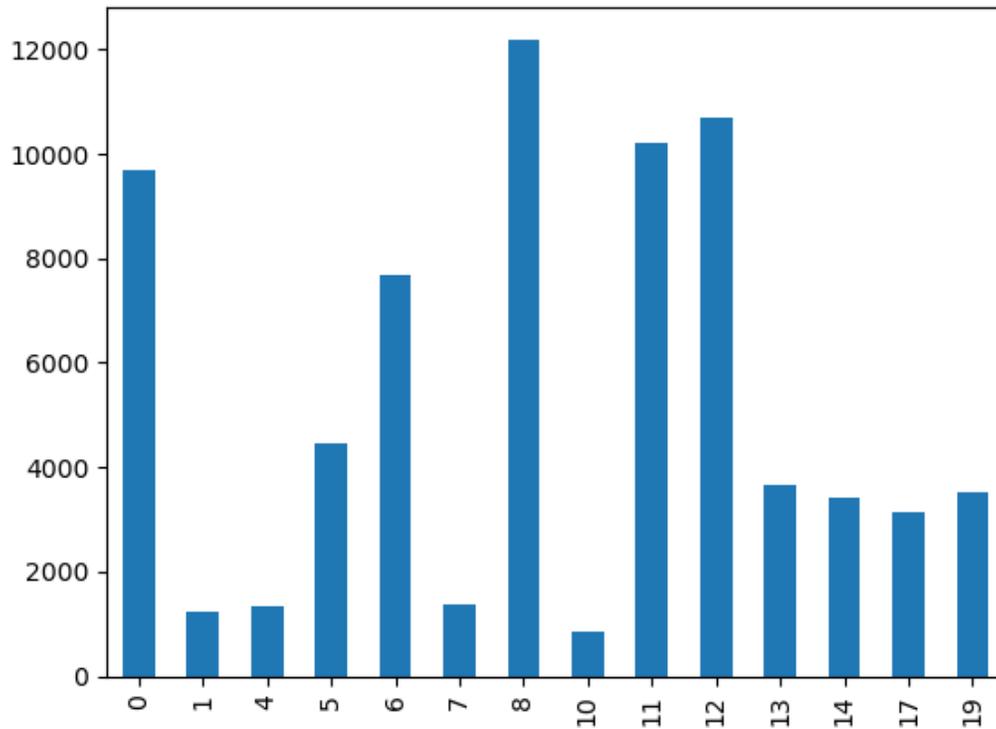


Figura 2.19: distribuzione del numero di commenti nella bolla #istandwithisrael #standwithisrael

Guardando il numero di follower degli autori dei video (figura 2.20) è possibile vedere come anche le voci dominanti che utilizzano hashtag pro Palestina hanno in media più follower. Molto interessante il caso del Tiktokker “mreviatar”, primo nella tabella #istandwithisrael, che ha sì moltissimi follower, ma il suo video mostra il creator interagire con dei cagnolini attraverso una soggettiva e quindi non è assolutamente correlato con la questione israelo-palestinese. L’hashtag è stato usato probabilmente solo come attrattore di traffico.

author	author_followers
nandaarsyinta	2800000
okisetianadewi_official	2200000
sharinarichie	1700000
noureldin_attia	1500000
haziq_hussni	582900
rizqianh	468500
anha_if	346900
palestinesurga	220200
worldlogic24443	184600
mnzstry_	107500
fromgalery29	90100
lokoyentertainment	85500
akhwat_hijrahhhh	78400
axmeerah	66800
riiaja32	66500
meiko20070	55300
isyaarxzz	39500
hambabumiiii02	26000

(a) #freepalestine
#savepalestine

author	author_followers
mreviatar	13200000
orinjulie	649800
rambotalabongtv	475500
rathbonemakesmusic	380900
anat_international	227600
danielryanspaulding	113700
dannyarafa	81300
i.love.tristan.dugray	72900
i.love.tristan.dugray	72900
aipac	67100
assembleiadedeusnobrasil	59400
kh__20	47600
timaa87x	6915
svlmanaa	1162

(b) #istandwithisrael
#standwithisrael

Figura 2.20

Se invece si va a guardare la distribuzione linguistica dei video, come mostrato nelle figure 2.21 e 2.22, si possono notare due caratteristiche molto interessanti. La prima consiste nel fatto che nella bolla palestinese, quando sono presenti dialoghi, si parla quasi solamente indonesiano, con una percentuale del 61% sul totale e del 91% sui video in cui è presente una lingua. Questo è spiegabile da due fattori determinanti. In primo luogo i rapporti tra Palestina e Indonesia sono molto stretti. Infatti nel 1945 la Palestina fu uno dei primi stati arabi a sostenere il riconoscimento dell'Indonesia come stato indipendente e aiutò anche a fare pressione sulle truppe olandesi. I due paesi sono anche legati da una forte presenza islamica. Per questi motivi l'Indonesia ha sempre mostrato ostilità verso Israele rifiutandone il ricono-

scimento almeno finché non finirà il conflitto in corso. In secondo luogo, l'Indonesia è uno stato fortemente digitalizzato, con una forte presenza sui social della popolazione, tanto che Youtube è stato uno degli strumenti più importante nella campagna di Basuki Tjahaya Purnama (detto Ahok) e Djarot Saiful Hidayat (detto Djarot) per le elezioni di governatore di Jakarta [13].

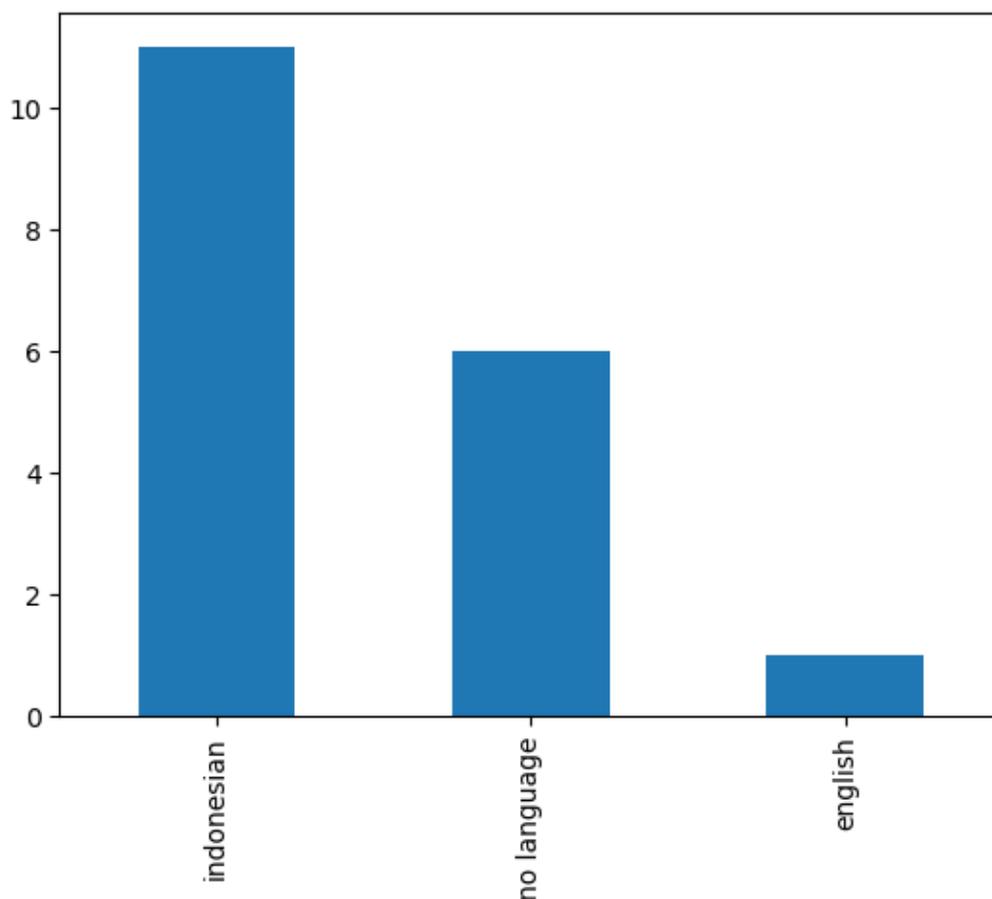


Figura 2.21: #freepalestine #savepalestine

Nella sfera israeliana la lingua più presente è l'inglese con una percentuale del 71% sul totale. L'arabo e l'israeliano sono utilizzati solo marginalmente perché i contenuti sono prodotti per l'esterno e, spesso dall'esterno poiché la questione interessa l'opinione pubblica mondiale. Infatti l'inglese è la lingua

più efficace per avere una copertura internazionale, anche se è presente un video in lingua portoghese. La seconda caratteristica interessante consiste nella presenza molto maggiore di video senza lingua nel dataset palestinese, ovvero il 33% contro il 7% nell'altro, suggerendo un tipo di comunicazione meno dialettica e più emotiva.

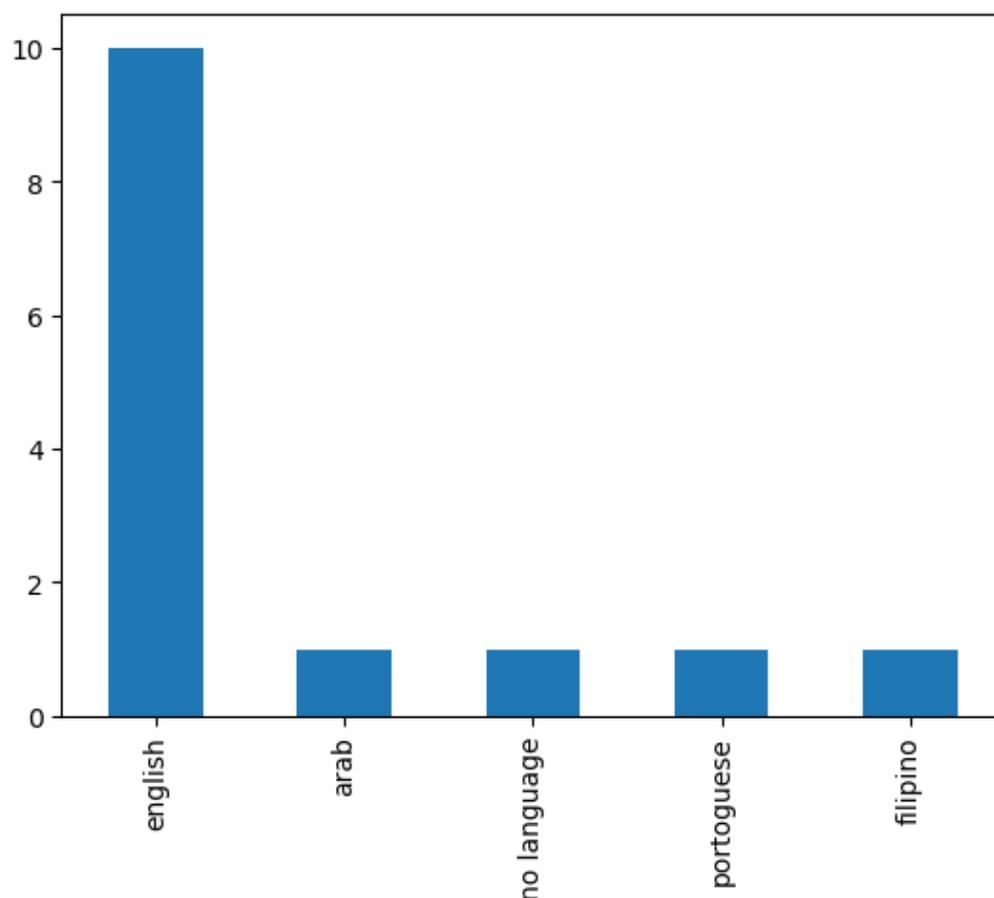


Figura 2.22: #istandwithisrael #standwithisrael

Se andiamo a vedere i format, figure 2.23 e 2.24, abbiamo conferma di quanto appena detto. Il format più utilizzato nel campione con gli hashtag pro Palestina è testimony, ovvero video con lo scopo di coinvolgere l'utente facendolo assistere ad un evento, mentre il format israeliano più utilizzato è il vlog, che consiste letteralmente nel parlare con chi sta guardando il video.

Sono inoltre presenti un dialogo e un'intervista, altri tipi di format con una forte componente parlata.

Nel caso della Palestina i format di tipo testimony contengono anche dei footage, mentre nell'altro dataset sono principalmente video di manifestazioni.

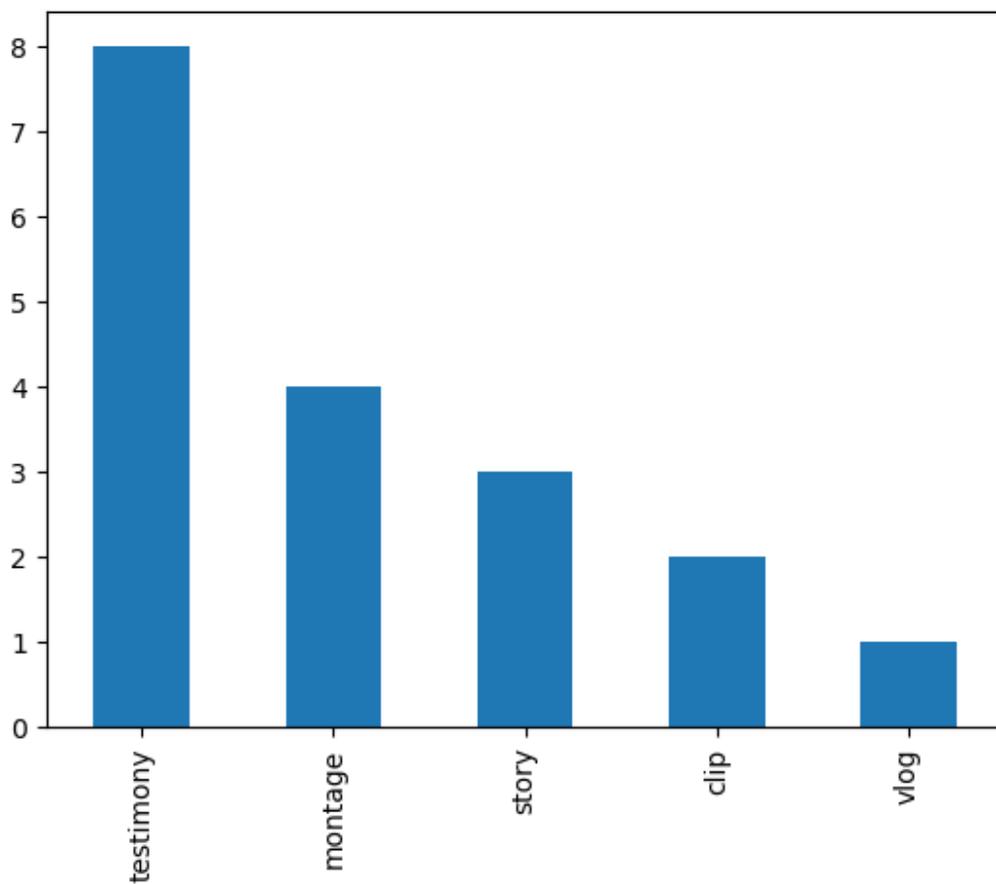


Figura 2.23: #freepalestine #savepalestine

Come già accennato, si nota la completa assenza del format story nel dataset pro Israele, sottolineando appunto la natura più puramente esperienziale e coinvolgente della comunicazione.

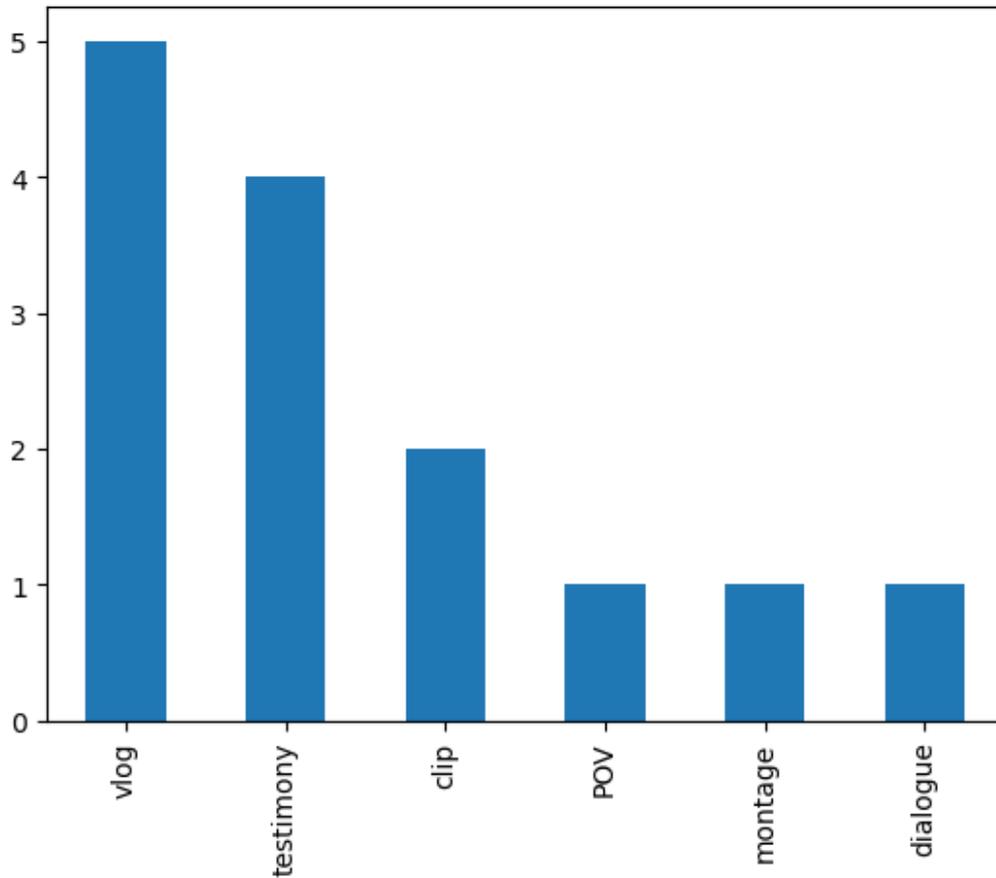


Figura 2.24: #istandwithisrael #standwithisrael

Nella figure 2.25 e 2.26 sono rappresentati i posizionamenti dei due video ed è facile vedere è come il dataset pro Palestina sia quasi completamente allineato, con una percentuale di pro Palestina del 91%, mentre quello pro Israele sia profondamente diviso tra le due posizioni e contiene persino un video che non c'entra nulla ⁸. Da ciò si comprende come gli hashtag siano stati usati anche dalla parte palestinese per arrivare ad un pubblico occidentale e neutrale, se non addirittura schierato in maniera opposta. Questo

⁸Ciò avviene per una pratica chiamata Hashtag Hijacking, nel quale un hashtag popolare viene utilizzato semplicemente per attirare traffico verso il proprio post senza che il contenuto sia correlato.

rafforza l'ipotesi di una natura dialettica e conflittuale dei video nel dataset che dovrebbe essere pro Israele.

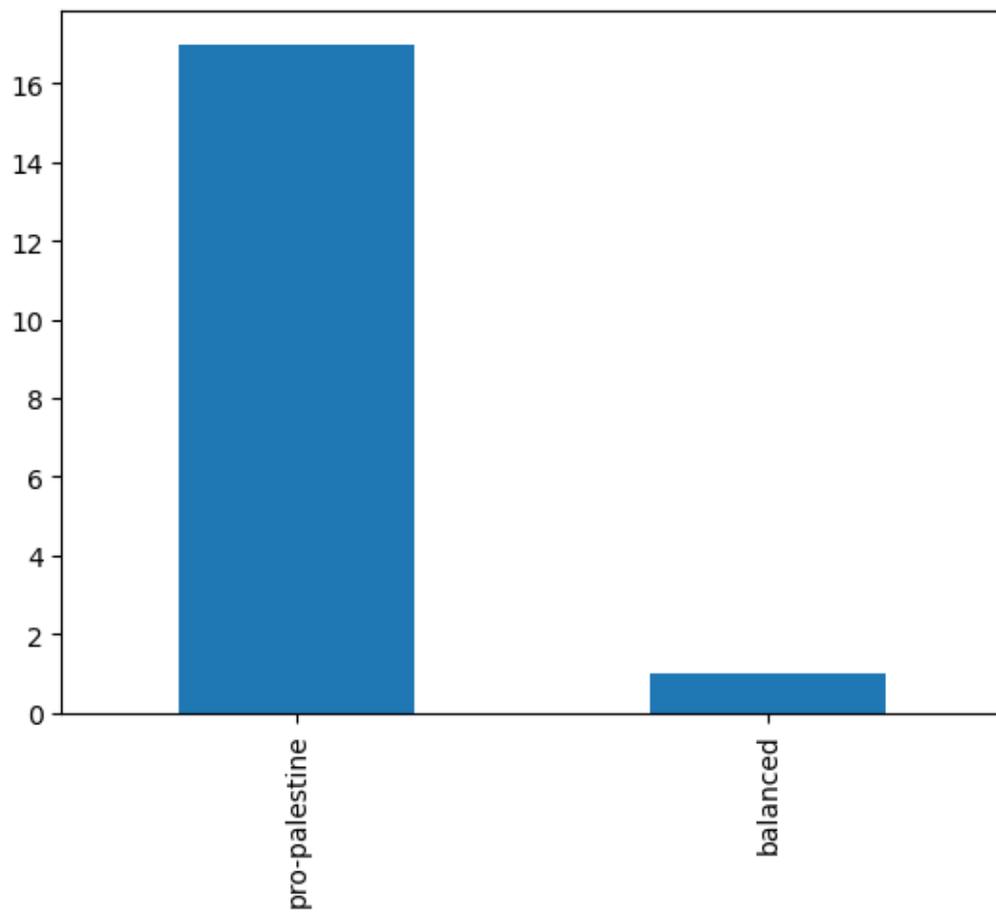


Figura 2.25: #freepalestine #savepalestine

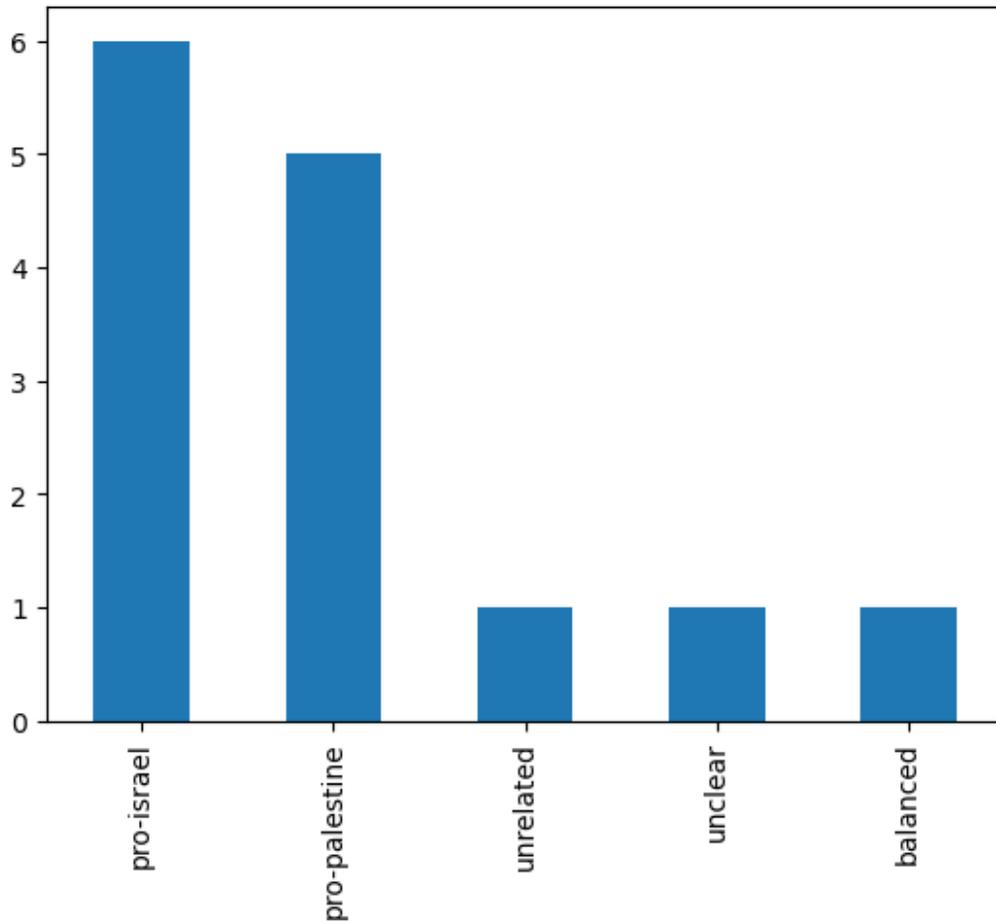


Figura 2.26: #istandwithisrael #standwithisrael

Osservando la figura 2.27, si può notare come anche all'interno degli hashtag #istandwithisraele e #standwithisrael ci sia una maggiore popolarità delle posizioni filo-palestinesi.

	position	likes		position	likes
				pro-israel	297400
	pro-palestine	723100		pro-israel	285500
	pro-palestine	466600		pro-israel	251100
	pro-palestine	220000		pro-israel	224900
	pro-palestine	201100		pro-israel	174100
	pro-palestine	183100		pro-israel	164500
(a) #freepalestine			(b) #istandwithisrael		
#savepalestine			#standwithisrael		

Figura 2.27

Nella figura 2.28, è possibile vedere gli hashtag che appaiono nei video insieme a quelli esplicitamente cercati. Gli hashtag con meno di tre occorrenze sono stati eliminati poiché considerati poco rilevanti.

Quello che si può notare, confermando l’analisi sul posizionamento, è che nel dataset pro Palestina non appare mai la parola “Israel” o una sua variante. Inoltre il secondo hashtag più usato è #fyp⁹. Questo non è legato al contenuto del video quanto al modo in cui l’algoritmo dovrebbe distribuirlo. Mettendolo come hashtag si spera che il video appaia nella sezione dei “per te” degli utenti incrementandone la diffusione. L’hashtag fyp è assente nella parte pro Israele, e questo suggerisce una conoscenza maggiore del medium, per quanto l’efficacia di questa tecnica non sia dimostrata.

Sempre nella parte pro Israele sono presenti anche hashtag pro Palestina, a sottolineare la natura dialettica nella bolla.

Infine, è anche interessante notare come l’hashtag #freepalestine è quello che raccoglie più traffico con 15 occorrenze, quasi il doppio rispetto al #istandwithisrael, il secondo più ricorrente.

⁹Sigla che sta per “for you page”.

freepalestine	15	istandwithisrael	8
fyp	9	standwithisrael	6
palestine	6	gaza	6
freepalestineps ❤️	4	israel	4
gaza	4	palestine	3
savepalestine	4	freepalestineps ❤️	3
		freepalestine	3
(a) #freepalestine		(b) #istandwithisrael	
#savepalestine		#standwithisrael	

Figura 2.28

Capitolo 3

Analisi Semiotica

3.1 Le narrative individuate

Nel discorso sul conflitto israelo-palestinese si evidenziano tre principali narrative. Nella prima gli israeliani sono vittime dei palestinesi, in particolare Hamas, e questi sarebbero colpevoli di non accettare che la terra sia stata legalmente assegnata a loro dalle Nazioni Unite e religiosamente promessa da Dio all'interno della Bibbia. Inoltre, Israele sarebbe anche lo spazio di cui ha bisogno il popolo ebraico per vivere, soprattutto alla luce di ciò che è accaduto durante la seconda guerra mondiale, e questo sarebbe ulteriormente confermato dagli attentati che riceve.

Nella seconda invece sono i palestinesi ad essere vittime degli israeliani poiché gli accordi delle Nazioni Unite sarebbero ingiusti e quella terra appartiene a loro sin da quando vi si insediarono i Cananei oltre 4000 anni prima. In questa visione viene anche sottolineato quanto sia schiacciante la superiorità tecnologica e militare di Israele.

La violenza è vista simmetricamente in entrambe le narrazioni: Israele giustifica la propria sottolineando gli orrori di Hamas, mentre la Palestina fa lo stesso per i soprusi che riceve [4].

La terza narrativa è quella della pace fra i due popoli. In questa visione si dovrebbe andare oltre ai torti fatti e subiti nel corso di quasi ottant'anni e attuare una pacifica convivenza. Questa narrativa è molto impopolare sia tra i sionisti sia tra i simpatizzanti di Hamas: non solo richiederebbe di mettere da parte una faida mai veramente placata, ma anche di instaurare una convivenza religiosa tra Ebraismo e Islam. A dimostrazione di ciò, nei video

presenti nel dataset questa narrativa è quella meno presente ed è molto meno polarizzante rispetto alle altre due, e questo ne limita la diffusione all'interno dei social. Infatti, come spiega C. R. Sunstein in “#republic.com: la democrazia ai tempi dei social media” sono le narrative più polarizzante quelle che tendono a diffondersi maggiormente [32].

3.2 Una prospettiva sociosemiotica

Il tipo di analisi scelto per questa seconda parte è quello sociosemiotico, da intendersi come semiotica immersa nel contesto sociale che quindi utilizza la cultura per comprendere le narrazioni grazie al frame di G. Ferraro esposto nel manuale “Teorie della Narrazione” [10].

Per prima cosa è importante notare come ogni narrazione si componga di-cinquelivelli, come mostrato in figura 3.1.

1a: Semantica fondamentale	1b: Sintassi fondamentale
2a: Livello superficiale	2b: Livello tematico
3: Livello figurativo	
4: Iconizzazione	
5: Manifestazione	

Figura 3.1: una schematizzazione dei livelli di una narrazione secondo G. Ferraro

Il primo si divide in semantica e sintassi fondamentale: la prima corrisponde ai valori a cui la narrazione fa riferimento mentre la seconda a come

questi si relazionano tra loro, cioè attraverso negazione, congiunzione e disgiunzione.

Il secondo livello si divide in superficiale e tematico. In uno avviene la “narrativizzazione”, cioè i valori e le loro relazioni vengono disposti lungo una linea temporale dove queste si susseguono ed evolvono. Avvengono cioè una serie di negazioni, congiunzioni e disgiunzioni tra i valori in gioco e nel fare ciò prendono forma gli attanti, ovvero “coloro che compiono o subiscono l’atto indipendentemente da ogni altra determinazione” [12]. Parallelamente, nel livello tematico vengono definiti i temi della narrazione, cioè entità che si pongono tra i valori e gli oggetti concreti.

Il terzo livello è quello figurativo, e qui troviamo le ambientazioni spaziali e temporali insieme ai personaggi. È bene ricordare che ad ogni personaggio corrispondono più funzioni attanziali.

Il quarto livello consiste nell’iconizzazione, dove si aggiungono elementi culturali alla narrazione per aumentarne l’effetto verità e renderla quindi più realistica.

Il quinto e ultimo livello è quello della manifestazione. La narrazione è un sistema semiotico amodale, privo cioè di un proprio modo di manifestazione, e che quindi può assumere molte forme, per esempio film, libri, canzoni e come in questa tesi video su Tiktok.

Oltre ai cinque livelli di G. Ferraro, Greimas individua anche cinque funzioni attanziali:

- Soggetto: colui che compie l’azione o su cui l’azione viene compiuta.
- Destinante: colui che guida il soggetto e/o incarica il soggetto al compimento dell’azione.
- Oggetto del Desiderio: ciò di cui il soggetto ha bisogno per raggiungere un fine.
- Opponente: colui che si oppone all’azione del soggetto.
- Aiutante: colui che fornisce al soggetto gli strumenti per poter ottenere l’oggetto del desiderio.

Queste funzioni attanziali si inseriscono all’interno di uno schema narrativo chiamato schema canonico. Questo si compone di quattro fasi:

- Manipolazione: il destinante persuade il soggetto a compiere qualcosa.

- Contratto: il soggetto si procura i mezzi per procedere con la sua missione, ciò implica un volere e un dovere.
- Performance: è la prova principale, il Soggetto modifica lo stato di cose.
- Sanzione: il destinante emette un verdetto sul compito svolto dal soggetto e lo valuta.

[12]

3.3 Applicazione dello schema narrativo

Verranno ora analizzate attraverso lo schema canonico e le funzioni attanziali greimasiane le tre narrative individuate.

Nella narrativa palestinese è possibile porre nella fase della manipolazione il momento dell'“Al Nakba”, ovvero quando gli israeliani cominciarono a espellere i palestinesi dai loro villaggi. Fu proprio lì che il popolo si accorse di che minaccia rappresentasse Israele e decise di agire e ribellarsi portando avanti le “intifade”. Il contratto invece si divide in due parti, una interna ed una esterna. Da una parte a fornire i mezzi per la ribellione è proprio il crearsi di realtà organizzate come l'Organizzazione per la Liberazione della Palestina o più recentemente Hamas, mentre dall'altra sono anche i rapporti con gli altri stati arabi come Giordania, Iran ed Egitto. La performance è invece ancora in corso, e consiste nella lotta per scacciare l'“invasore israeliano” dalla propria terra di appartenenza e la sanzione sarà il riappropriarsi di questo territorio e la libertà di potersi auto-determinare.

In questa visione il popolo palestinese risulta essere il soggetto, quello israeliano l'opponente, le organizzazioni interne e gli altri stati arabi gli aiutanti, l'oggetto di valore sono i territori della Palestina e il destinante lo stesso popolo palestinese. Siamo di fronte ad una narrativa di ribellione in cui è il soggetto a combattere per la propria libertà e il territorio contro un opponente che vuole privargliene.

Nella narrativa israeliana la prospettiva cambia. La manipolazione avviene quando parte del territorio è assegnata a Israele dalle Nazioni Unite, che in questo caso agiscono da destinante. Il contratto avviene grazie all'aiuto degli Stati Uniti, l'alleato più potente, che fornisce i mezzi a Israele affinché possa sopravvivere e prosperare in un ambiente ostile come il Medio Oriente

islamico. La performance è anche in questo caso in divenire, ma a differenza della narrativa palestinese si tratta di un conflitto di sopravvivenza in cui gli israeliani combattono per avere uno spazio in cui vivere contro organismi come Hamas e gli altri stati arabi che invece li vorrebbero estinguere. La sanzione si vedrà alla fine del conflitto quando Israele avrà ottenuto la terra promessa.

In questo caso il soggetto è ovviamente il popolo israeliano e l'opponente Hamas e gli altri stati arabi, in una simmetria narrativa in cui gli aiutanti di una narrativa diventano oppositori in un'altra. A proposito della funzione di aiutante, in questa visione il ruolo appartiene agli Stati Uniti mentre il destinante può essere visto fisicamente nelle Nazioni Unite e spiritualmente nel Dio del Vecchio Testamento. L'oggetto di valore rimangono i territori palestinesi.

Infine, per quanto riguarda la narrativa pacifista avviene un ulteriore cambio di prospettiva. La manipolazione avviene nel momento in cui risulta chiaro che risolvere il conflitto con un solo vincitore è impossibile se non attraverso un genocidio. A questo punto nel contratto l'opinione degli stati esterni si mobilita per chiedere la fine del conflitto, con le Nazioni Unite che si pone da pacificatore. La performance sarebbe quindi contro il conflitto stesso, nell'ottica di superare i vecchi torti e ottenere una pace duratura e una convivenza pacifica, ovvero la sanzione.

In quest'ultima visione i soggetti sono gli abitanti stessi del territorio palestinese a cui si oppongono i sionisti da una parte e le organizzazioni palestinesi dall'altra. L'oggetto del desiderio non sono più i territori ma il raggiungimento di una pace duratura, e quindi la sopravvivenza di entrambi i popoli e la loro coabitazione nello stesso territorio, osteggiata dagli oppositori per ragioni di profitto. L'aiutante è l'opinione pubblica palestinese e degli altri paesi che protesta affinché i governi lavorino in tal senso, ed il destinante sono ancora una volta gli stessi abitanti del territorio. nella figura 3.2 sono riassunte le posizioni attanziali presenti nelle narrative.

Narrativa	Soggetto	Opponente	Aiutante	Oggetto di valore	Destinante
Palestinese	Il popolo palestinese	L'invasore Israeliano	Gli altri paesi arabi	I territori della Palestina	Hamas
Israeliana	Il popolo Israeliano	I terroristi di Hamas	Gli stati uniti	I territori della Palestina	Dio/le Nazioni Unite
Pacifica	Gli abitanti della Palestina	Il conflitto stesso	L'opinione pubblica	La pace e la convivenza	Gli abitanti della Palestina

Figura 3.2: un riassunto dei ruoli attanziali all'interno delle narrative descritte

3.4 I valori in gioco

Nella narrativa palestinese i valori fondamentali della narrazione sono libertà, sopravvivenza e verità, contrapposti a oppressione, estinzione e menzogna. Nel video chiaramente pro-palestinese 17I, per esempio, nel dialogo tra i due protagonisti, “liberal” e “leftist”, traspare come Israele stia usando la sua maggiore disponibilità di mezzi per imprigionare e affamare il popolo palestinese. Tra l'altro dalla costruzione del dialogo risulta palese che “leftist” rappresenta la voce della ragione, che infatti porta numeri e citazioni, mentre “liberal” si riduce a fare domande ingenui. Questi valori traspaiono anche nei video in cui vengono mostrate le proteste, come l'8P e il 18P, che si oppongono appunto all'oppressione di un popolo. La relazione tra “poter fare” e “non poter fare” è descritto dal quadrato in figura 3.3.

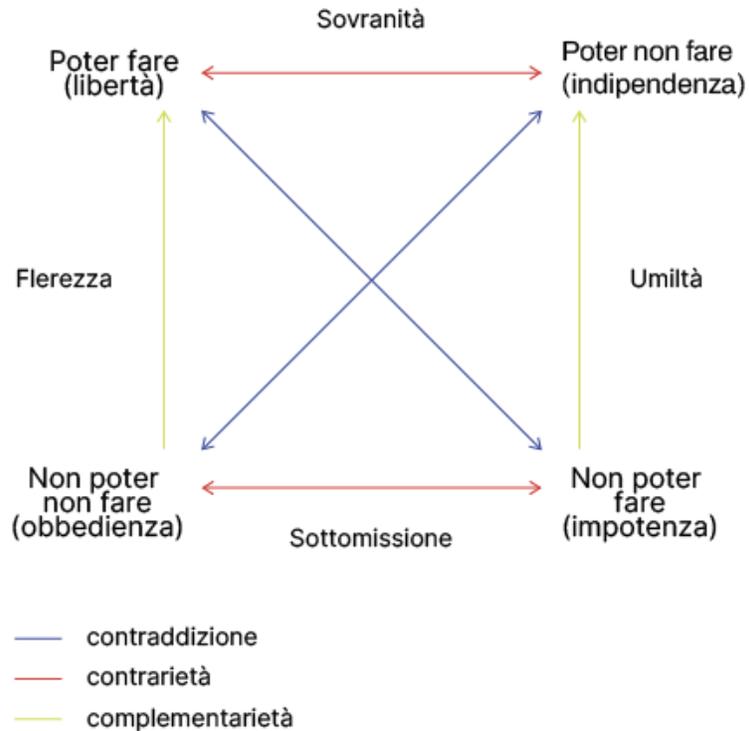


Figura 3.3: un quadrato semiotico rappresentante le relazioni tra poter fare e non poter fare

Il popolo palestinese attraverso la libertà, poter fare, e l'indipendenza, poter non fare, vorrebbe la sovranità, ma poiché costretto all'obbedienza, non poter non fare e all'impotenza, non poter fare, dal popolo israeliano, subisce una sottomissione. Lo schema è quello di una moltitudine di giusti che si oppone a un grande potere senza volto ma con un simbolo molto chiaro, una stella di David blu su sfondo bianco.

Il valore della sopravvivenza riguarda invece video come il 10P, il 15P, il 20P ma anche lo 0I. In questi viene ritratto attraverso l'uso di footage un soggetto debole ferito o disperato, come una bambino o un anziano padre di famiglia, per le conseguenze dell'attacco di un grande opponente, sempre Israele.

Infine un terzo valore preso in causa è quello della verità contrapposto a quello della menzogna, ovvero quando le cose non sono come appaiono. Infatti nei video 23P, 29P e 19P appare come oltre al tentativo di estinguere o

rinchiudere il popolo palestinese ci sia anche la volontà di nascondere il tutto agli occhi del mondo. Israele si mostra da vittima ma è in realtà carnefice. C'è quindi un rapporto tra il sembrare e l'essere come mostrato nel quadrato di veridicità in figura 3.4.

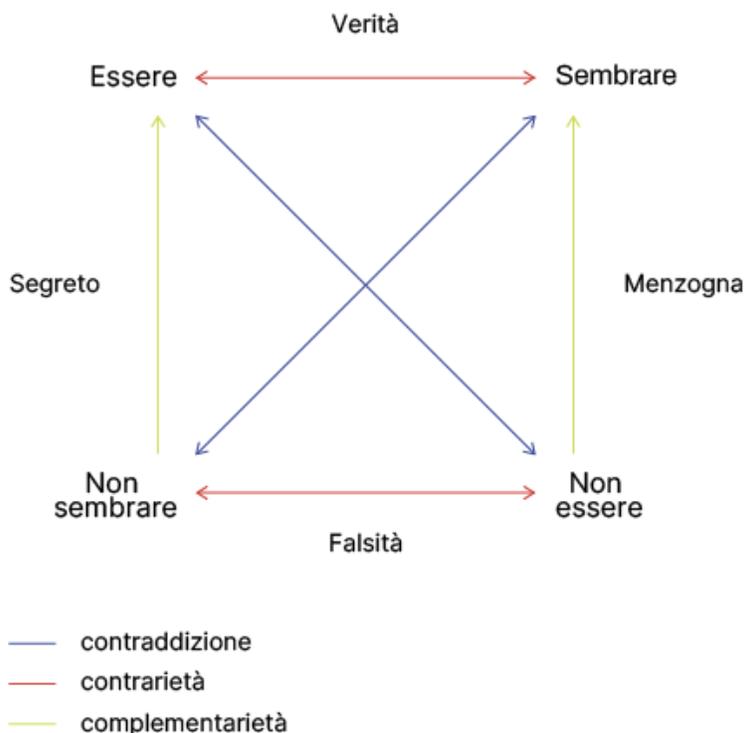


Figura 3.4: un quadrato semiotico rappresentante le relazioni tra sembrare ed essere

Il popolo palestinese è vittima ma, per via dei media occidentali, appare come carnefice e viene quindi negata la verità creando così una relazione di falsità. Quest'ultimo quindi, è vittima ma non sembra tale, segreto, e sembra carnefice ma non lo è, menzogna.

I valori delle narrazioni pro Israele invece sono la sopravvivenza contrapposta all'estinzione e la civiltà contrapposta alla barbarie. Nei video 6I e 12I risulta chiara la prima contrapposizione. Infatti nel primo vediamo l'intervista a un capitano dell'esercito israeliano morto in azione seguito da un montaggio

commemorativo, mentre nel secondo si vede la testimonianza di un soldato israelo-brasiliano che racconta la sua esperienza sul campo di battaglia, sostenendo di come Israele stia lottando per garantire la propria incolumità contro la minaccia dei terroristi di Hamas. I valori della civiltà vengono invece portati avanti nel video 11I, nel quale il già citato Daniel Ryan Spaulding, spiega come venga sottovalutata la barbarie di Hamas per concentrarsi solo sui numeri.

Infine, il valore principale portato avanti dalla narrativa pacifista è quello della tolleranza. Come spiegato nei video 13I, 14I ma anche nel 25P, il conflitto è meno importante rispetto alle vite umane in gioco e pertanto bisognerebbe deporre le armi e convivere con l'altro popolo nello stesso territorio. Nel video 13I viene spiegato che ormai la popolazione palestinese ha capito di non poter riavere i suoi territori ma chiede almeno il diritto alla sopravvivenza. Nel video 25P la pace voluta dovrebbe arrivare grazie a un agente esterno, ovvero il presidente dell'Indonesia Jokowi¹. Chiaramente il target di questo video non è tanto la popolazione palestinese quanto l'elettorato dell'Indonesia.

3.5 I temi trattati

Dai valori trovati nelle narrazioni pro Palestina, libertà, sopravvivenza e verità, si dipanano altrettante tematiche.

La prima è quella della liberazione di un popolo da un oppressore, ovvero il ribelle, piccolo, che combatte un oppressore, grande, in virtù di un obiettivo superiore, la propria libertà. Questo è appunto visibile nei video, che ritraggono delle proteste, in particolare l'8P e il 28P. Il messaggio che sembra passare è che all'interno della Palestina sono pochi e sottomessi, ma fuori dai confini c'è una moltitudine di giusti pronti ad aiutarli. Inoltre anche in video come il 6P o 19P si assiste proprio ad una call to action nel sostenere il popolo palestinese in quanto appartenente all'Islam e sotto attacco.

Il secondo tema riscontrabile invece è quello della lotta disperata per la sopravvivenza. In particolare questo è visibile nei video di footage come il 10P e il 31P. Ma anche nell'11P che riprende una clip della versione persiana della trasmissione televisiva *The Voice*, in cui una bambina, simbolo di purezza e innocenza, canta "Atouna Tufuli", un brano sull'infanzia distrutta

¹Joko Widodo, noto anche come Jokowi, è un politico indonesiano, presidente dell'Indonesia a partire dal 20 ottobre 2014.

dalla guerra, per poi scoppiare a piangere. Quindi al tema della lotta per la sopravvivenza si affianca quello dell'innocenza distrutta.

Al terzo valore, quello della verità contrapposta alla menzogna, corrisponde il tema del di-svelamento della stessa, e quindi i creator, raccontando l'inganno di cui l'occidente è vittima a scapito dei palestinesi, contribuiscono a rivelare la verità al mondo. Tiktok si pone come mezzo d'informazione veritiero in contrapposizione ai media tradizionali, come la televisione ad esempio, e non a caso nel video 4P viene mostrato un telegiornale americano come mezzo di disinformazione (figura 3.5). Nel video 23P, invece, gli occhi dei media tradizionali sono rappresentati attraverso i flash, come a richiamare quelli che usavano i paparazzi. Oltre che oppressore e distruttore Israele sarebbe anche ingannatore, ma una volta che la verità viene rivelata il suo potere si dissolve.



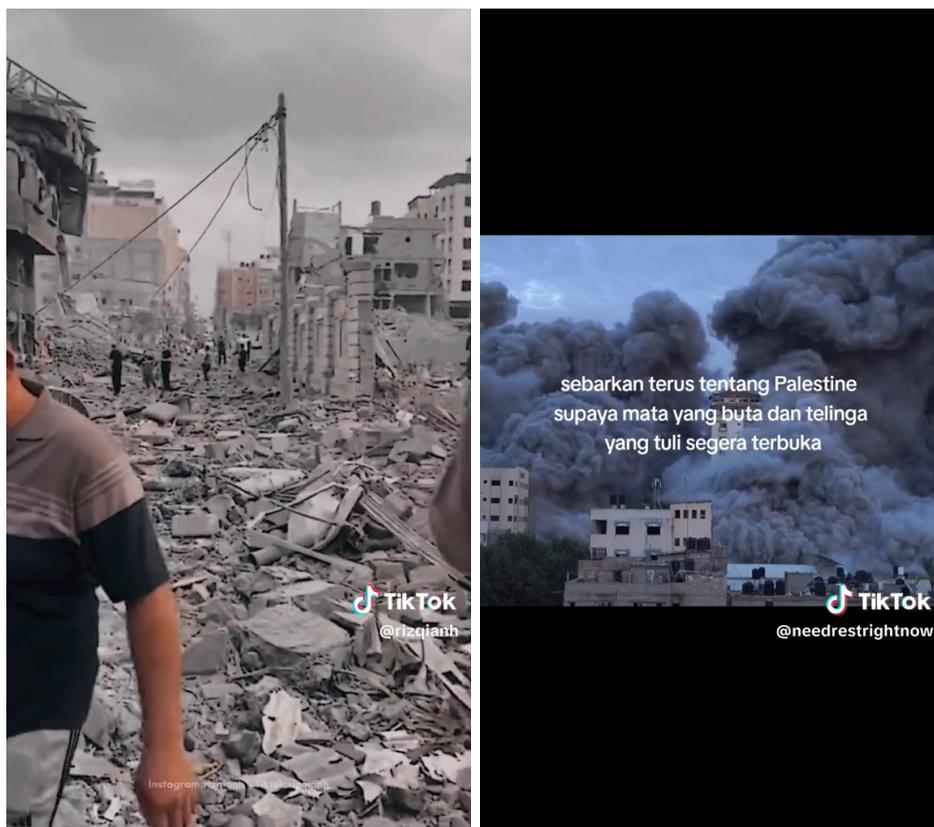
(a) video 4P

(b) video 23P

Figura 3.5: due scene che mostrano la manipolazione dei media

Per quanto riguarda la prospettiva israeliana il valore della sopravvivenza si declina in maniera differente. Se per i palestinesi la sopravvivenza è qualcosa che viene dall'esterno poiché loro sono vittime impotenti, per gli israeliani la sopravvivenza è qualcosa che si sono conquistati in anni di lotta. Questa lotta non risale solo a ottant'anni prima o al periodo del nazismo, ma addirittura alle radici del popolo ebraico. Israele si vede come un eroe che, dopo migliaia di anni, ha meritato la terra che gli appartiene di diritto e si ritrova ancora una volta a combattere per la propria sicurezza. Questo lo si vede in video come il 6I e il 12I, dove la guerra è vista attraverso gli occhi di un soldato che combatte perché è necessario. Infine il valore della civiltà, presente nel video 11I, corrisponde al tema della civiltà minacciata dalla barbarie. In questa visione quindi Israele sarebbe un

baluardo che resiste in un'area geografica come il Medio Oriente, luogo di continue guerre e terra natale di innumerevoli associazioni terroristiche. Il tema della terza e ultima narrazione, che si evolve dal valore della tolleranza, è quella del benessere ottenuto grazie alla collaborazione e al perdono, andando quindi oltre il conflitto, poiché nessuna delle due fazioni riuscirà a sopraffare l'altra se non attraverso un enorme costo di vite umane e risorse.



(a) video 11P

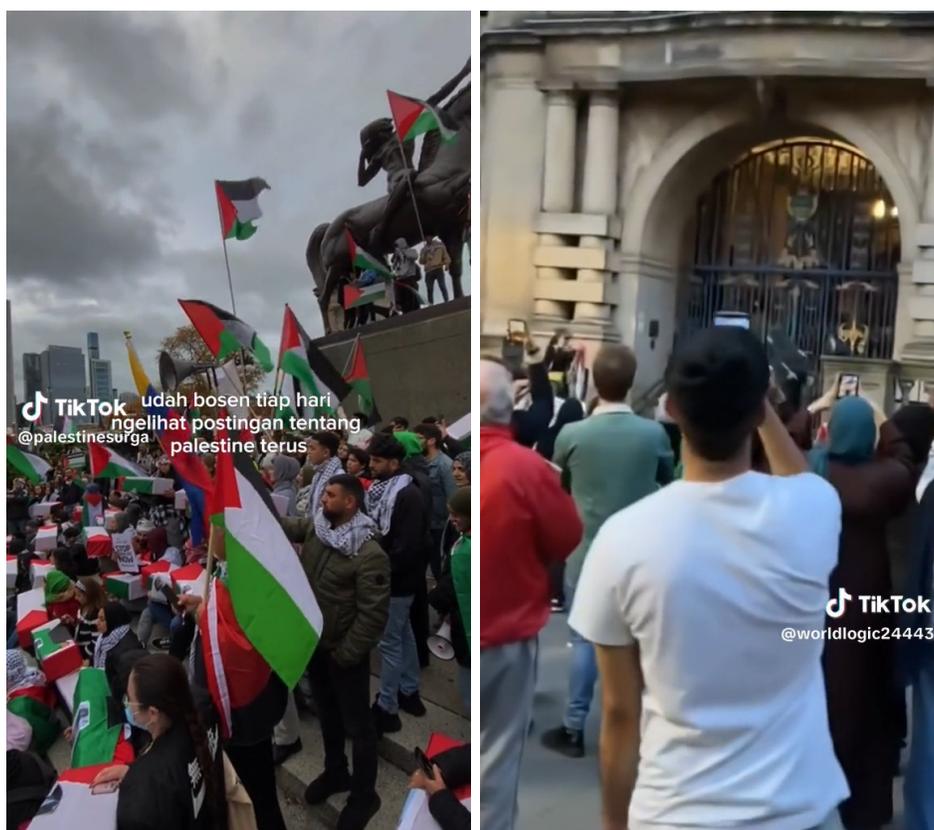
(b) video 31P

Figura 3.6: due esempi di spazi di guerra

3.6 Il tempo e lo spazio del conflitto

Si passa ora al livello figurativo di queste narrazioni, ovvero a descrivere dove, quando e da chi sono svolte. Il luogo è sempre la Palestina, il territorio

che entrambe le fazioni occupano. Tuttavia, non c'è solo uno spazio interno, ma anche uno esterno. Infatti, come già accennato, se da un lato abbiamo due popoli in lotta all'interno di uno stesso territorio, dall'altro c'è l'opinione pubblica e la comunità internazionale che vedono, agiscono e a volte intervengono.



(a) video 8P

(b) video 28P

Figura 3.7: due esempi di spazi di protesta

Nei video 4P, 10P, 11P, 12P, 15P, 20P, 29P, 31P e 32P, 0I e 7I lo spazio che si può osservare è composto da città e villaggi distrutti: rappresenta la guerra da punto di vista chi la subisce (due esempi in figura 3.6) e quello che viene mostrato sono macerie e persone impotenti.

Un altro spazio utilizzato è quello della piazza pubblica intesa come luogo

di ritrovo per la protesta e il dissenso. Questi sono presenti nei video 8p e 28P (figura 3.7). Lo spazio questa volta è esterno alla guerra e da lì viene il supporto. Se dall'interno e dal confronto diretto i palestinesi non possono fare altro che subire, da fuori si fa sentire la moltitudine dei giusti che vuole che la sofferenza di un popolo finisca.



(a) video 6I

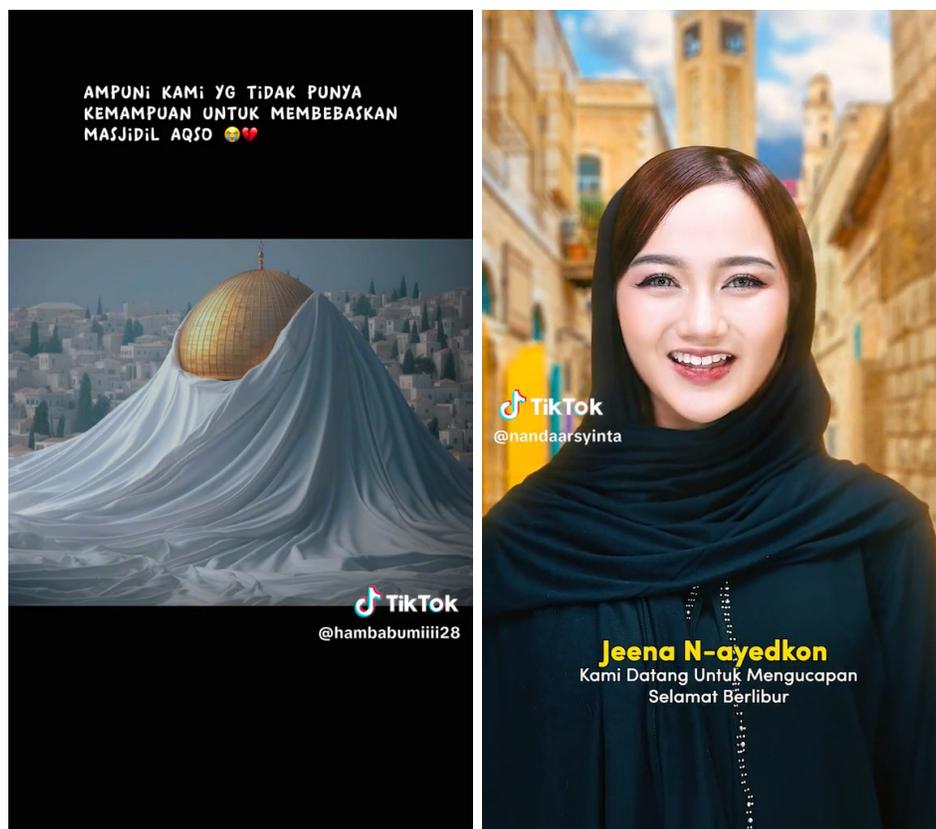


(b) video 12I

Figura 3.8: due esempi di guerra dalla prospettiva israeliana

Anche la narrativa israeliana presenta degli spazi di guerra, ma da una prospettiva ben diversa. Infatti questa è quella del combattente che incarna l'eroe e che non subisce la guerra ma combatte per vincerla sapendo che la posta in gioco è la sopravvivenza. È interessante infatti notare quanto Israele si sforzi di raccontare il proprio esercito sui social [33]. Se guardiamo infatti

i video 6I e 12I, figura 3.8, notiamo il campo battaglia ma anche le dotazioni militari dei soggetti intenti a combattere. E anche se il protagonista del video 6I è un soldato caduto in battaglia, è caduto combattendo e non subendo la guerra a causa della propria incapacità di difendersi.



(a) video 32P

(b) video 4P

Figura 3.9: due esempi di città integre

Contrapposto allo spazio della città distrutta c'è quello della città integra, spesso anche modificato o generato artificialmente. Questa rappresenta un ricordo e un sogno, qualcosa che si è perso e a cui si vuole ritornare una volta finita la performance. Due esempi si possono vedere nei video 3P e 32P (figura 3.9), dove i colori dominanti sono il bianco, simbolo di purezza e l'oro, rappresentanza del valore. Inoltre i luoghi sono anche molto illuminati

e puliti, lontani dalla polvere presente nei footage.

Infine, l'ultimo spazio che vale la pena di descrivere è quello presente nel video 25P, ovvero il palazzo del potere, il luogo dove sono condotti i negoziati e prese le decisioni che influenzeranno il conflitto. Qui sono presenti le figure di potere, come presidenti ed ambasciatori, nel loro ruolo di destinante.

Per quanto riguarda invece il tempo, nonostante il conflitto si protragga ormai decine di anni e le radici culturali addirittura da migliaia, i video si riferiscono a un periodo molto vicino al 7 ottobre 2023, data dell'attacco di Hamas. Questo potrebbe essere conseguenza della cultura di eterno presente che la piattaforma instaura o della brevità che Tiktok impone ai suoi contenuti. Tuttavia, nel parlato capita che si faccia riferimento a fatti antecedenti, come nel video 17I, quando viene spiegato perché la popolazione della Palestina sia così violenta citando Gaza come "il più grande lager a cielo aperto".

3.7 Gli elementi culturali

L'iconizzazione è il livello dove la narrazione si arricchisce dei suoi elementi culturali. In particolare ci sono tre principali filoni: islamico, semitico e pacifista.

La cultura islamica è molto presente all'interno dei video e ciò si può osservare da vari elementi. In primis, nei discorsi che vengono fatti si fa sempre riferimento al popolo palestinese come appartenente alla comunità islamica, e questo è uno degli elementi che lega l'Indonesia alla Palestina. In video come il 19P e il 21P c'è proprio una call to action ai fedeli islamici nel sostenerla, e nei discorsi si fa spesso riferimento ad Allah come aiutante e destinante dei fedeli nello scontro con il nemico ebraico. Un altro elemento culturale è che le creator femminili indossano il Burqa, come si vede per esempio nei video 7P e 29P (figura 3.10).



(a) video 7P

(b) video 29P

Figura 3.10: due esempi di creator con il Burqa

Questo sottolinea l'appartenenza di un popolo ad una religione, che di per sé ha già una narrativa analogica molto simile: la Jihad, parola araba che significa “sforzo” e indica la lotta interiore del fedele nel raggiungere la perfetta fede. Tuttavia, viene anche declinata come guerra santa, ovvero lotta agli infedeli, in questo caso gli israeliani. Infine, un ultimo riferimento culturale, come per esempio nei video 6P e 32P è quello della moschea, luogo di preghiera e simbolo di una religione.

Per quanto riguarda la narrativa israeliana si passa dal Corano alla Torah, e il racconto cambia da quello di un popolo in guerra a quello di uno senza terra, a cui tuttavia ne è stata promessa una. Per tale motivo, la Palestina apparirebbe a loro poiché promessa dal Dio dell'Antico Testamento. Insieme alla religione, la narrativa israeliana si fa portatrice anche della cultura occiden-

tale in Medio Oriente. Infatti, Israele si identifica ampiamente con gli Stati Uniti e non a caso fa sua una sitcom tipicamente americana come “Gilmore Girls”, considerata come pro Israele poiché, come si vede nello screenshot in figura 3.11, appaiono dei poster con la scritta “welcome to Israel”.



Figura 3.11: Uno screenshot di Gilmore girls in cui appare il poster con scritto "welcome to Israel"

In questo si vede il divario tecnologico che Israele racconta a livello di mezzi e di armi: Nei video i soldati sono sempre estremamente ben equipaggiati, come si può notare nel video 6I. Anche gli abiti, come si vede invece nel video 5I e di nuovo nel 6I, sono molto occidentali (figura 3.12). L'occidente si identifica globalmente con l'idea del progresso e dell'agio, e i suoi vestiti si contrappongono a quelli arabi tradizionali.



(a) video 5I



(b) video 6I

Figura 3.12: due esempi di abiti occidentali in Israele

La cultura del progresso viene utilizzata anche nella narrativa pacifista, ma inteso come progresso sociale e non tecnologico. In questa visione la pragmaticità della pace vale più di qualunque faida e vendetta maturata nel passato, con la promessa di guadagnarne in vite umane e benessere economico. Inoltre, nel video 13I, possiamo vedere uno dei pochi esempi di creator pro Palestina che indossa abiti occidentali poiché vive a New York nn una commistione culturale tipica dei tempi attuali, nel quale la cultura nazionale diventa solo una parte di quella globale.

3.8 Il formato audiovisivo di Tiktok

Nel livello della manifestazione si può osservare come questi elementi narrativi sono attualizzati. Nei video 4P e 23P, lunghi rispettivamente 65 e 41 secondi, viene compresso un intero arco narrativo, che vede un personaggio partire da una situazione tranquilla per poi essere messo alla prova, e nel secondo caso ingannato. I video finiscono nel momento di massima tensione affinché rimanga impresso al fruitore e gli faccia capire che può avere un ruolo nel cambiare le immagini mostrate sullo schermo. Anche le musiche utilizzate sono molto importanti: nel primo caso è presente una versione di Atouna Tufuli, canzone presente cinque volte nel dataset con interpretazioni diverse, mentre nel secondo viene usata “J’comprends Pas” del duo francese PNL. Un brano che parla di rivalsa cantato in francese, lingua molto diffusa nei paesi arabi. In questo caso, come spesso avviene sulla piattaforma, la canzone è velocizzata per adattarsi alla breve durata del video e catturare maggiormente l’attenzione dell’utente.

Un’altra manifestazione molto popolare su Tiktok nel modo di raccontare la guerra è quella dei footage, con impostazione opposta a quella appena spiegata. Infatti, nei video 4P e 23P sono presenti due storie condensate in poche decine di secondi ma realizzate con una “logica da set”, dove le inquadratura e la fotografia sono pensate e implicano quindi una intenzionalità, e nel primo caso si è ricorso anche alla post-produzione. Nei video 10P, 15P, 20P e 0I, è invece presente semplicemente l’immagine esperita dal cameraman, con una logica tipica dei documentari, con l’obiettivo di immergere il fruitore in un’esperienza forte e toccante. Non c’è montaggio, non c’è attenzione nell’utilizzo delle luci e nel caso del 10P non c’è nemmeno la musica ma solo il chiacchiericcio delle persone fuori campo. Negli altri due video invece la musica è presente, in particolare nel 15P l’audio è “Into Your Arms” di Witt lowry con Max Ava in versione rallentata come a sottolineare la disperazione di quanto ripreso. Nel video 32P la stessa canzone è usata come sottofondo per un discorso motivazionale.

Nel video 20P la musica utilizzata è una versione velocizzata di “Atouna tu fouli”, un pezzo presente in contesti molto diversi nei video 4P, 11P, 14P, 20P e 29P. La canzone è diventata una sorta di inno perché parla dell’infanzia rubata dalla guerra.

“Heart Attack” di Demi Lovato, anch’esso in versione velocizzata è un brano usato nei video 6P, 12P e 19P per enfatizzare lo shock della situazione e accompagnare un discorso che richiama i fedeli dell’Islam indonesiani ad

aiutare la Palestina loro alleata.

La canzone è anche presente nel video 31P insieme al footage di un edificio che viene distrutto, con in sovrimpressione un discorso motivazionale, comunicato tramite scritte.

Infine, un altro modo di manifestare questa narrativa, è quello di riprendere proteste con tante persone, come a voler invitare lo spettatore a farne parte. Per quanto riguarda il dataset associato agli hashtag #standwithisrael e #istandwithisrael, il discorso è invece molto diverso. Nel video 5I si osserva l'uso del footage non di guerra della liberazione di un ostaggio israeliano, però senza musica e con solo delle scritte in sovrimpressione a spiegare il contesto. Per il resto il principale modo di portare avanti la narrativa è attraverso le parole, come il soldato nel video 12I parla guardando in camera o come il comico nel video 11I. I toni sono ovviamente molto diversi: nel primo caso il soldato racconta la sua esperienza al fronte con stanchezza, mentre nel secondo si sente una lamentela il cui tono è ironico e sarcastico.

I video 13I, 14I e 4P utilizzano lo stesso formato per parlare contro l'operato di Israele. Il discorso si fa perciò verbale e spesso viene anche omessa la musica per dare più rilevanza alle parole stesse. A differenza dei video che spingono all'azione, questi richiamano l'utente a ragionare e informarsi su ciò che sta accadendo.

I video 6I e 17I, seppur portatori di narrative differenti utilizzano il dialogo per trasmettere il messaggio. Lo spettatore si ritrova ad assistere, nel primo video ad un'intervista e nel secondo ad un dialogo tra due conoscenti. Nel primo video si vuole creare empatia associando una canzone triste in ebraico all'intervista di un soldato caduto in battaglia, così da mostrare Israele come vittima da una parte e baluardo di civiltà dall'altra. Nel secondo la musica è assente perché lo scopo è comunicare una serie di fatti allo spettatore in maniera diretta.

Per concludere, escludendo i video poco chiari o che non c'entrano con il conflitto, i due principali obiettivi dei video sono creare un legame empatico o informare.

Capitolo 4

Conclusioni

Si è visto quindi che su Tiktok sono presenti tre principali narrative: pro Palestina, pro Israele e pacifista. Queste sono state analizzate attraverso lo schema canonico di Greimas dimostrando di seguirlo pur senza arrivare allo stadio finale della sanzione, perché si tratta di eventi ancora in corso ed è impossibile identificare un vincitore. Le narrazioni portate avanti sono semplici e quindi questo aiuta la loro proliferazione.

Sono anche state utilizzate le funzioni attanziali per determinare i ruoli degli agenti presenti all'interno della narrazione, individuando una simmetria narrativa tra gli aiutanti e gli oppositori delle narrazioni pro Palestina e pro Israele e determinando che l'oggetto del desiderio di queste due sia in entrambi i casi il territorio, a differenza di quella pacifista che lo individua nella convivenza tra i popoli.

Attraverso il percorso generativo del senso sono stati estratti i valori sottesi: libertà, sopravvivenza e verità contrapposti a oppressione, estinzione e menzogna per la narrazione pro Palestina, sopravvivenza e civiltà contrapposte a estinzione e barbarie per quella pro Israele mentre il valore della tolleranza per quanto riguarda invece la narrazione pacifista.

Sempre attraverso il percorso generativo sono stati estratti i temi che si dipanano dai valori, ovvero la liberazione di un popolo da un oppressore, la lotta disperata per la sopravvivenza e il di-svelamento della verità per quanto riguarda la narrazione pro Palestina, sempre la lotta per la sopravvivenza ma da un punto di vista eroico unito a quello della civiltà minacciata dalla barbarie in quella pro Israele. Per la narrazione pacifista il tema del progresso raggiunto attraverso il perdono e la collaborazione.

Sono anche stati mappati i riferimenti culturali: l'Islam per la narrazione pro

Palestina, l'ebraismo e il progresso tecnologico per quella pro Israele, e il progresso sociale per la pacifista.

È stato fatto un focus sui tempi (molto vicini), gli spazi (il territorio palestinese) e i personaggi individuati (soldati, vittime e politici).

Infine è stato sottolineato come Tiktok influenzi il modo di raccontare, grazie all'utilizzo di contenuti brevi e particolarmente diretti, dando particolare al significato culturale della musica utilizzata.

Dalle statistiche si evince che in base al traffico generato la narrazione pro Palestina è la più diffusa e condivisa dall'utenza della piattaforma, questo per via della giovane età degli utenti, che tendono ad immedesimarsi di più nella parte del debole. Il format più efficace risulta la testimony declinata come footage che a livello d'interazione risulta essere il format in assoluto più popolare in entrambi i dataset. Si nota anche la presenza di altri video di tipo story che meriterebbe uno studio semiotico a parte, per via del modo in cui un intero arco narrativo riesce a essere compresso e raccontato nello spazio di un video breve senza tradire la cultura nativa della piattaforma. È anche importante notare la forte componente di video indonesiani all'interno di quelli più popolari per via del rapporto tra il paese e la Palestina.

Per quanto riguarda la narrativa pro Israele i video trovati sono stati rari rispetto alla totalità del dataset, e questi sono molto più discorsivi. Sono stati analizzati principalmente vlog e testimony nei quali Israele si raccontava come vittima in inglese, per arrivare ad un pubblico internazionale.

Le lingue più utilizzate sono state l'indonesiano, principalmente nella forma di discorsi motivazionali o preghiere e l'inglese, usato per i vlog. Spesso la narrazione è stata portata avanti attraverso il solo utilizzo di immagini e musica. Infine, da parte della narrativa pro Palestina è stata individuata una tendenza nell'uso degli hashtag con lo scopo di raggiungere l'altra parte.

Per concludere, Tiktok è una piattaforma in continua evoluzione e la sua utenza tende ad aumentare così come la sua importanza nel panorama comunicativo. Nuove feature sono costantemente aggiunte e con esse evolve anche il discorso culturale generato in questo social media. Purtroppo il conflitto israelo-palestinese non accenna a fermarsi ed è quindi ragionevole desumere che i contenuti correlati sulla piattaforma siano destinati ad aumentare. Ancora molta ricerca dovrà essere fatta in tale ambito per spiegare come vecchie narrative si manifestano grazie a nuovi mezzi e linguaggi arrivando ad un pubblico nuovo e sempre più ampio.

Bibliografia

- [1] «Attivismo». In: *wikipedia* (). URL: <https://it.wikipedia.org/wiki/Attivismo>.
- [2] Richard G Braungart e Margaret M Braungart. «Life-course and generational politics». In: *Annual review of sociology* 12.1 (1986), pp. 205–231.
- [3] Laura Cervi e Tom Divon. «Playful Activism: Memetic Performances of Palestinian Resistance in TikTok #Challenges». In: *Social Media + Society* 9.1 (2023), p. 20563051231157607. DOI: 10.1177/20563051231157607. eprint: <https://doi.org/10.1177/20563051231157607>. URL: <https://doi.org/10.1177/20563051231157607>.
- [4] Mohammed S. Dajani Daoudi e Zeina M. Barakat. «Israelis and Palestinians: Contested Narratives». In: *Israel Studies* 18.2 (2013), pp. 53–69. ISSN: 10849513, 1527201X. URL: <http://www.jstor.org/stable/10.2979/israelstudies.18.2.53> (visitato il 05/02/2024).
- [5] Brian Dean. «TikTok Statistics You Need to Know in 2024». In: *Backlinko* (2023). URL: <https://backlinko.com/tiktok-users>.
- [6] Lorenzo Denicolai. «Tiktok. Capire le dinamiche della comunicazione ipersocial». In: Hoepli, 2023. Cap. Attivismo e valori green su Tiktok. Se il social mi attiva.
- [7] Ruggero Eugeni. *Semiotica dei media. Le forme dell'esperienza*. Carocci, 2010.
- [8] Daniel Faltesek et al. «TikTok as Television». In: *Social Media + Society* 9.3 (2023), p. 20563051231194576. DOI: 10.1177/20563051231194576. eprint: <https://doi.org/10.1177/20563051231194576>. URL: <https://doi.org/10.1177/20563051231194576>.

- [9] John Farmer. «PROPERTIES OF BEHAVIOR UNDER RANDOM INTERVAL REINFORCEMENT SCHEDULES 1». In: *Journal of the Experimental analysis of behavior* 6.4 (1963), pp. 607–616.
- [10] Guido Ferraro. *Teorie della narrazione. Dai racconti tradizionali all'odierno storytelling*. Carocci, 2020.
- [11] Sebastião Vieira de Freitas Netto et al. «Concepts and forms of greenwashing: a systematic review». In: *Environmental Sciences Europe* 32.19 (2020). DOI: <https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3>.
- [12] Algirdas Julien Greimas e Joseph Courtés. *Semiotica: dizionario ragionato della teoria del linguaggio*. Pearson Italia, 2007.
- [13] Muhammad Alhada Fuadilah Habib, Asik Putri Ayusari Ratnaningsih e Michael Jeffri Sinabutar. «Semiotics analysis of Ahok-djarot's campaign video on Youtube social media for the second round of the 2017 DKI Jakarta gubernatorial Election». In: *Journal of Urban Sociology* 4.2 (2021), pp. 76–89.
- [14] Kalley Huang. «For Gen Z, TikTok Is the New Search Engine». In: *New York Times* (2022).
- [15] Henry Jenkins, Sam Ford e Joshua Green. *Spreadable media. I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*. Apogeo Education, 2013.
- [16] Baruch Kimmerling. *The Palestinian People: A History*. Harvard University Press, 2009.
- [17] Jian Lin e Jeroen de Kloet. «TikTok and the platformisation from China: Geopolitical anxieties, repetitive creativities and future imaginaries». In: *Media, Culture & Society* 45.8 (2023), pp. 1525–1533. DOI: 10.1177/01634437231209203. eprint: <https://doi.org/10.1177/01634437231209203>. URL: <https://doi.org/10.1177/01634437231209203>.
- [18] Jian Lin, Joëlle Swart e Guohua Zeng. «Theorising TikTok cultures: Neuro-images in the era of short videos». In: *Media, Culture & Society* 45.8 (2023), pp. 1550–1567. DOI: 10.1177/01634437231202167. eprint: <https://doi.org/10.1177/01634437231202167>. URL: <https://doi.org/10.1177/01634437231202167>.
- [19] Gabriele Marino e Bruno Surace. *TikTok. Capire le dinamiche della comunicazione ipersocial*. Hoepli, 2023. Cap. Introduzione. Capire TikTok.

- [20] Christian Montag, Haibo Yang e Jon D Elhai. «On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings». In: *Frontiers in public health* 9 (2021), p. 641673.
- [21] Eugeny Morozov. «The brave new world of slacktivism». In: *Foreign Policy* (2009). URL: <https://foreignpolicy.com/2009/05/19/the-brave-new-world-of-slacktivism/>.
- [22] UNITED NATIONS. *GENERAL PROGRESS REPORT AND SUPPLEMENTARY REPORT OF THE UNITED NATIONS CONCILIATION COMMISSION FOR PALESTINE Covering the period from 11 December 1949 to 23 October 1950*. OFFICIAL RECORDS: FIFTH SESSION SUPPLEMENT No. 18 (A/1367/Rev.1), 1951.
- [23] Alice Olivieri. «Cantami, o muser, di Tik Tok e della generazione Z». In: *link* (2020). URL: <https://www.linkideeperlatv.it/tik-tok/>.
- [24] Suay Ozkula. «What is digital activism anyway?: Social constructions of the “digital” in contemporary activism». In: *Journal of Digital Social Research* 3 (ott. 2021), pp. 60–84. DOI: 10.33621/jdsr.v3i3.44.
- [25] Patricia Pisters. *The neuro-image: A Deleuzian film-philosophy of digital screen culture*. Stanford University Press, 2012.
- [26] Florian Primig, Hanna Dorottya Szabó e Pilar Lacasa. «Remixing war: An analysis of the reimagination of the Russian–Ukraine war on TikTok». In: *Frontiers in Political Science* 5 (2023). ISSN: 2673-3145. DOI: 10.3389/fpos.2023.1085149. URL: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpos.2023.1085149>.
- [27] Rodrigo Sandoval-Almazan e J. Ramon Gil-Garcia. «Towards cyberactivism 2.0? Understanding the use of social media and other information technologies for political activism and social movements». In: *Government Information Quarterly* 31.3 (2014), pp. 365–378. ISSN: 0740-624X. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.10.016>. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0740624X14000902>.
- [28] Jeremy Scahill. «At the Hague, Israel Mounted a Defense Based in an Alternate Reality». In: *The Intercept* (2024).

- [29] Juan Carlos Medina Serrano, Orestis Papakyriakopoulos e Simon Hegelich. «Dancing to the Partisan Beat: A First Analysis of Political Communication on TikTok». In: *Proceedings of the 12th ACM Conference on Web Science* (2020). URL: <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:215745717>.
- [30] Tara Shafie. «Beyond Slacktivism: The Cases of K-pop Fans and Tiktok Teens». In: *International Journal of Social Science Research* 9 (ago. 2021), p. 147. DOI: 10.5296/ijssr.v9i2.18924.
- [31] Marko M Skoric. «What is slack about slacktivism». In: *Methodological and conceptual issues in cyber activism research* 77.7 (2012), pp. 7–92.
- [32] Cass R. Sunstein. *#Republic.com. La democrazia nell'epoca dei social media*. il Mulino, 2017.
- [33] Claudette J. Vaughn. «What Israeli Soldiers' Social Media Videos in Gaza Reveal». In: *New York Times* (2024). URL: <https://www.nytimes.com/2024/02/06/world/middleeast/israel-idf-soldiers-war-social-media-video.html>.
- [34] Jing Zeng, Chrystal Abidin e Mike Schäfer. «Research perspectives on TikTok and its legacy apps: introduction». In: *International Journal of Communication* 15 (apr. 2021).
- [35] Diana Zulli e David James Zulli. «Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform». In: *New Media & Society* 24.8 (2022), pp. 1872–1890. DOI: 10.1177/1461444820983603. eprint: <https://doi.org/10.1177/1461444820983603>. URL: <https://doi.org/10.1177/1461444820983603>.