



DIPARTIMENTO ISTITUZIONI LINGUISTICO-
LETTERARIE, COMUNICAZIONALI, STORICO-
GIURIDICHE DELL'EUROPA

Corso di Laurea in Mediazione Linguistica
per le Istituzioni, le Imprese e il Commercio

Tesi di Laurea di I° Livello in Letteratura Inglese

**Aspirapolvere Facebook.
La Famiglia Reale inglese e i *social networks***

Candidata: Jessica Cesti

Matr. 637

Relatore: Prof.ssa Francesca Saggini

Correlatore: Prof. Gino Roncaglia

Anno Accademico 2010 -2011

Aspirapolvere Facebook.

La Famiglia Reale inglese e i *social networks*

INDICE

Capitolo I

Genesi dei *social networks* e storia di Facebook

1.1	Rete sociale.....	p.	7
1.2	Dalle “First Impressions” agli Avatar ai <i>social networks</i>	p.	9
1.3	<i>Social network sites</i>	p	11
1.4	<i>Twitterize yourself</i>	p.	18
1.5	Storia di Facebook.....	p.	20
1.6	Caratteristiche tecniche di Facebook.....	p.	24
1.7	<i>I like it!</i>	p.	28
1.8	Facebook e dinamiche sociali.....	p.	31
1.9	Facebook e privacy.....	p.	35
1.10	Media e Facebook.....	p.	39
1.11	Personaggi pubblici e Facebook.....	p.	42
1.12	Il grande villaggio virtuale.....	p.	46

Capitolo II

I Reali Britannici e i *social networks*

2.1	Cronologia dell’adesione della Famiglia Reale Inglese ai più noti <i>social networks</i>	p.	49
-----	--	----	----

2.2	Perché i <i>social networks</i> ?	p. 70
2.3	Niente di personale	p. 74
2.4	Quali sono i reali che hanno “abbracciato” i <i>social networks</i> ?	p. 77
2.5	La risposta dei fan e l’opinione pubblica	p. 82
2.6	L’estremizzazione del tema: <i>Black Mirror</i> . Episodio: <i>The National Anthem</i>	p. 85
2.7	L’evoluzione e il cambiamento del tasto <i>traduci</i> di Facebook	p. 91
2.8	Traduzione sulla pagina di Facebook della Royal Family	p. 96

Capitolo III

“One’s on Facebook!”: riflessioni su un articolo del *Daily Mail*

Il <i>clone account</i> creato dal <i>Daily Mail</i>	p. 101
TESTO DELL’ARTICOLO	p. 110
TRADUZIONE DELL’ARTICOLO	p. 120

<i>Appendice. Repertorio di articoli sulla Famiglia Reale inglese e i social networks</i>	p. 134
---	--------

Bibliografia	p. 161
---------------------	--------

Sitografia	p. 163
-------------------	--------

INDICE IMMAGINI

Immagine 1 Servizio cerca contatti di Facebook.....	p. 12
Immagine 2 Napster.....	p. 14
Immagine 3 Logo di Twitter.....	p. 19
Immagine 4 Locandina del film “The social network”.....	p. 24
Immagine 5 Schermata iniziale di Facebook.....	p. 25
Immagine 6 Scelta della lingua prima di accedere a Facebook.....	p. 26
Immagine 7 Il tasto “mi piace”.....	p. 29
Immagine 8 Il tasto “mi piace” in tutte le lingue.....	p. 29
Immagine 9 Il tasto “mi piace” all’interno del Daily Mirror.....	p. 30
Immagine 10 Profilo falso del principe William.....	p. 46
Immagine 11 The Royal Channel.....	p. 49
Immagine 12 The Royal Wedding su The Royal Channel di Youtube.....	p. 50
Immagine 13 Sito ufficiale della Famiglia Reale.....	p. 51
Immagine 14 Canale ufficiale di Youtube.....	p. 53
Immagine 15 Pagina Twitter della Famiglia Reale.....	p. 54
Immagine 16 Pagina Twitter della Clarence House.....	p. 55
Immagine 17 Pagina di Flickr.....	p. 58
Immagine 18 Pagina Facebook immaginaria della Regina creata dal quotidiano ‘Daily Mail’ in occasione dell’ingresso reale in Facebook.....	p. 59
Immagine 19 Pagina ufficiale su Facebook.....	p. 62
Immagine 20 La Royal App.....	p. 66
Immagine 21 Il video di Auguri del 2007 su Youtube.....	p. 68
Immagine 22 La Regina intenta nel suo discorso.....	p. 68

Immagine 23 <i>Sarà la vera Regina o un semplice fotomontaggio?.....</i>	p. 69
Immagine 24 <i>Sito ufficiale del matrimonio tra William e Kate.....</i>	p. 72
Immagine 25 <i>Pagina di Youtube.....</i>	p. 75
Immagine 26 <i>Una foto su Flickr.....</i>	p. 75
Immagine 27 <i>Sarà il vero William?.....</i>	p. 78
Immagine 28 <i>Profilo personale di Beatrice di York su Facebook.....</i>	p. 79
Immagine 29 <i>Profilo personale di Eugenie di York su Facebook.....</i>	p. 80
Immagine 30 <i>Profilo di Kate.....</i>	p. 81
Immagine 31 <i>Black Mirror.....</i>	p. 86
Immagine 32 <i>Il video della principessa Susannah visto su Youtube e su Twitter.....</i>	p. 87
Immagine 33 <i>Il Primo Ministro intento a guardare il video della principessa rapita.....</i>	p. 88
Immagine 34 <i>Possibilità di traduzione sulla chat di Facebook.....</i>	p. 92
Immagine 35 <i>Il servizio di Microsoft Bing.....</i>	p. 93
Immagine 36 <i>Visualizza traduzione nella pagina ufficiale della Famiglia Reale.....</i>	p. 95
Immagine 37 <i>Il Messaggio di Natale della Regina.....</i>	p. 97
Immagine 38 <i>Traduzione della didascalia di Microsoft Bing.....</i>	p. 98

Capitolo I

Genesi dei *social networks* e storia di Facebook

Facebook, Twitter, MySpace, Msn, LinkedIn... Il grande mondo del World Wide Web è ormai invaso da siti Internet in grado di permettere condivisione e comunicazione tra diversi individui in qualsiasi parte del mondo. Stiamo naturalmente parlando dei *social networks*, che irrompono sempre più costantemente nelle nostre vite e hanno cambiato radicalmente il nostro modo di comunicare.

1.1 Rete Sociale

Oggi la “rete sociale”¹ (*social network* in inglese, definito anche *social medium*, ovvero una rete all’interno di Internet) è senza ombra di dubbio la forma più evoluta di comunicazione in rete. La “rete” è rappresentata da una qualsiasi circostanza o situazione in cui avviene una comunicazione tra due o più individui connessi da legami sociali diversi, che vanno dalla conoscenza casuale o superficiale fino a vincoli familiari e affettivi.

Questa nostra definizione risulta fondamentale in un’ottica antropologica e sociologica: ci permette di capire a pieno le interconnessioni ed i contatti che avvengono tra i diversi individui e le influenze che si verificano tra l’uno e l’altro. Una comunità di persone appartenenti ad un gruppo ben

¹Vedi: http://it.wikipedia.org/wiki/Rete_sociale (Data ultima consultazione 7 gennaio 2012).

distinto permette di creare reti sociali differenti che variano a seconda della situazione e della circostanza nella quale si trovano gli utenti. Rete sociale può essere dunque un insieme di donne che parlano di problemi femminili o di tifosi amanti del calcio ed appartenenti ad una stessa squadra, comunità basate su una stessa religione o su una stessa idea politica e così via.

Importante per lo studio e la comprensione di una rete sociale è il cosiddetto numero di Dunbar², conosciuto anche come la *regola dei 150*³. Secondo questa teoria le dimensioni di una rete sociale in grado di mantenere rapporti stabili si assestano intorno a circa 150 individui. In gruppi con un numero più elevato dei 150 è difficile conoscere tutti i membri e relazionarsi ad essi con efficacia: quanto più un gruppo sociale è grande, infatti, tanto più aumenta la possibilità di incappare in relazioni false o ingannevoli.

Oggi la rete sociale ha tuttavia modificato (o forse evoluto) il proprio significato. In questo modo la regola dei 150 di Dunbar è confutata dal momento che i *social networks* permettono connessioni e contatti tra milioni di persone provenienti da ogni angolo della terra.

² Robin Dunbar (1947) è un antropologo e psicologo sociale. Attualmente insegna Antropologia evoluzionistica ed è Direttore dell'Institute of Cognitive and Evolutionary Anthropology in the School of Anthropology presso la University of Oxford. Vedi: <http://www.festivalscienzalive.it/site/home/interviste/robin-dunbar.html> (Data ultima consultazione 7 gennaio 2012).

³ Vedi: http://it.wikipedia.org/wiki/Rete_sociale (Data ultima consultazione 7 gennaio 2012).

1.2 Dalle “First Impressions” agli Avatar ai *social networks*

Il 1797 è una data molto importante per la letteratura inglese: è infatti ricollegabile alla stesura della prima versione di uno dei romanzi più famosi della scrittrice Jane Austen, *Pride and Prejudice* (1813), il quale all'epoca non era intitolato come tutti noi oggi lo conosciamo, bensì con il titolo *First Impressions*. Questo titolo rimanda al primo incontro tra la protagonista del romanzo, Elizabeth Bennet, e Mr. Darcy. Esso ci porta a tutte quelle sensazioni che si provano ogni qualvolta entriamo in contatto con un individuo che non si conosce e che si incontra per la prima volta: sensazioni epidermiche che portano ad un giudizio superficiale ed impulsivo sulla persona che si ha di fronte. È possibile, quindi, fare una distinzione tra le conoscenze fatte nel mondo reale e quelle che avvengono virtualmente attraverso i *social networks*.

Il primo punto da considerare è la nostra capacità di controllare le così definite “apparenze”, le “first impressions” appunto. Nel mondo reale le apparenze (che sono date dal modo di vestire, dalla corporatura, dall'approccio che si ha nel parlare) influiscono in particolar modo sul rapportarsi con gli altri ed hanno un effetto su di noi talmente forte da influenzarci radicalmente nel giudizio della persona che abbiamo di fronte. Questa situazione viene confutata nel momento in cui ci troviamo all'interno del web, dove si ha la possibilità di conoscere e di entrare in

contatto con altri esseri umani senza dare un giudizio epidermico e senza essere “ingannati” da quelle che sono le prime impressioni.

Prima di inoltrarci nel mondo dei *social networks* però è necessario analizzare la fase precedente che ha permesso a tutti noi di comunicare attraverso il web, ossia la creazione dei cosiddetti *avatar*⁴. Si tratta di alter ego grafici di un utente che si trova in ambienti di rete bidimensionali e soprattutto tridimensionali: le *chat rooms*⁵, che permettono di conoscere persone e di instaurare una conversazione con altri utenti connessi a quella stessa rete. Il passaggio ai *social networks* prevede un cambiamento, anzi un’evoluzione molto importante poiché si passa dall’avatar (che permette di rimanere nell’anonimato) alla creazione di un profilo contenente informazioni personali (o almeno verosimili), a partire dal nome e dal cognome.

Risulta quindi estremamente interessante analizzare i cambiamenti sociali, i rapporti con il prossimo e come questi si modificano radicalmente grazie all’ascesa dei *social networks*: la propria socialità aumenta, producendo in tutti coloro che usano questo mezzo di comunicazione una maggiore sicurezza poiché non condizionati dall’aspetto fisico e dalle apparenze non solo dell’altro, ma anche di se stessi.

⁴ F. Ciotti e G. Roncaglia, “Il mondo digitale, introduzione ai nuovi media”, Roma, Laterza & Figli, 2003, p.220.

⁵ Il “luogo” ossia lo spazio virtuale in cui si svolge la chat.

1.3 *Social network sites*

Il social network che tutti noi conosciamo e che usiamo spesso consiste in una struttura informatica che gestisce (all'interno del web) delle reti basate su relazioni, appunto, sociali. La struttura è identificata per mezzo di un sito Internet.

Ma quali sono le caratteristiche basilari che quest'ultimo deve avere per poter essere definito un vero e proprio social network? Innanzitutto deve permettere la creazione di un cosiddetto profilo (pubblico o semi-pubblico) sul quale è possibile inserire dati personali come nome, cognome, indirizzo e-mail, fino ad arrivare ai propri interessi ed alle proprie passioni, queste ultime utili per trovare profili di altri utenti con i quali condividere esperienze e con i quali è possibile instaurare un rapporto di amicizia online; ma ancora più importante è la possibilità di stilare una lista contatti e di poter accedere all'interno del loro profilo personale.

Attraverso semplici passaggi, questi servizi permettono di gestire e rinsaldare amicizie preesistenti o di fare nuove conoscenze online, estendendo, quindi, la propria rete di contatti.

The image shows a screenshot of the Facebook search interface. It is divided into three main sections, each with a title and a search button.

- Ricerca per nome o e-mail**: This section has a text input field labeled "Nome o e-mail della persona:" and a blue button labeled "Ricerca per nome o e-mail".
- Ricerca dei compagni di classe**: This section has three input fields: "Nome della scuola:", "Nome utente: (facoltativo)", and a dropdown menu labeled "Classe:". Below these is a blue button labeled "Ricerca dei compagni di classe".
- Ricerca per società**: This section has two input fields: "Società:" and "Nome utente: (facoltativo)". Below these is a blue button labeled "Cerca colleghi".

Immagine 1 – Servizio cerca contatti di Facebook

Nascono in questo modo le cosiddette “comunità virtuali”⁶ (*virtual communities* in inglese) in cui gruppi di persone che condividono stesse passioni ed interessi comunicano virtualmente attraverso il *social network*.

Senza ombra di dubbio la parola chiave è “condivisione” e dunque per capire a pieno la nascita del social network dobbiamo fare un balzo nel passato e tornare indietro di 13 anni, al 1999, quando lo studente universitario americano Shawn Fanning, appena diciannovenne, crea Napster⁷: idea semplice ma al tempo stesso geniale, che permetteva di

⁶ Vedi: http://it.wikipedia.org/wiki/Servizio_di_social_network (Data ultima consultazione 7 gennaio 2012).

⁷ Alchemio, “Storia di Napster e del creatore”, *Webisland.net* (<http://www.webisland.net/article86.html>) Data ultima consultazione 7 gennaio 2012).

fornire a chiunque installasse il software⁸ di scaricare ed al tempo stesso inserire sul proprio PC brani musicali in formato mp3⁹.

Ecco che la parola “condivisone” entra a far parte del vocabolario di tutti coloro che usufruiscono di questo nuovo servizio, creando, forse senza volerlo, l’embrione di quelli che saranno dopo qualche anno i veri e propri *social networks* che tutti noi conosciamo.

Napster si espanse sempre di più fino a contare milioni di utenti e di sviluppatori che aiutavano Fanning a correggere imperfezioni e a renderlo un software leggero, semplice da usare e disegnato per Windows (il sistema operativo più diffuso). Dopo circa tre anni (e siamo ormai al 2002), a seguito delle continue accuse da parte delle casa discografiche più famose, Napster dovette chiudere i battenti, accusato di illegalità. Ma aveva ormai spianato la strada a tutti i nuovi software che lo seguirono come Kazaa (primo fra tutti) e successivamente E-mule.

⁸ Un programma o un insieme di programmi in grado di funzionare su un computer o qualsiasi altro dispositivo con capacità di elaborazione (smartphone, console, navigatori satellitari e così via). Vedi: <http://it.wikipedia.org/wiki/Software> (Data ultima consultazione 7 gennaio 2012).

⁹ Un algoritmo di compressione audio sviluppato dal gruppo MPEG in grado di ridurre drasticamente la quantità di dati richiesti per memorizzare un suono, rimanendo comunque una riproduzione accettabilmente fedele del file originale non compresso. Vedi: <http://it.wikipedia.org/wiki/Mp3> (Data ultima consultazione 7 gennaio 2012).

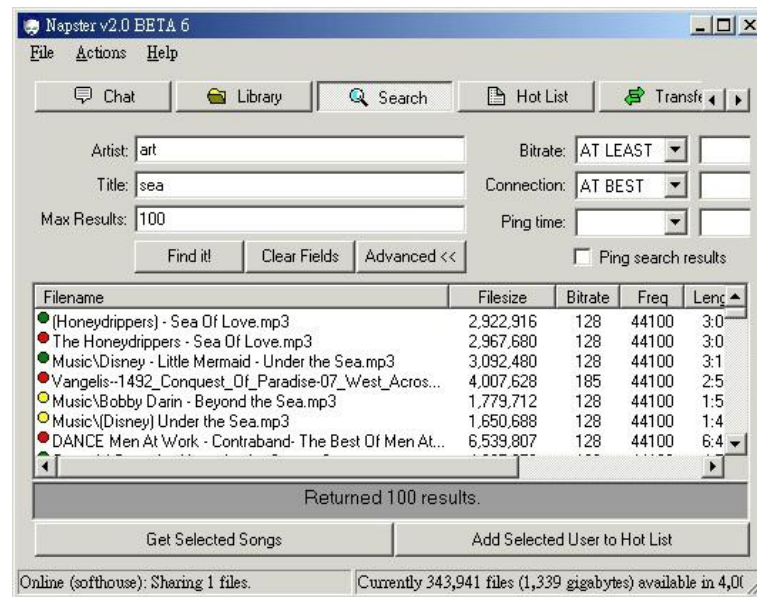


Immagine 2 - Napster

Ecco che con il passare del tempo quella che era una semplice condivisione di file musicali si trasforma in condivisione delle proprie vite e delle proprie esperienze attraverso il continuo espandersi di siti che permettevano creazioni di profili personali attraverso i quali si condividevano vicende, gusti e passioni.

In realtà una sorta di “prova” di social network era già stata messa in pratica nel 1997 con SixDegrees.com ispirato ai *sei gradi di separazione*, un'ipotesi secondo la quale qualunque persona può essere collegata a qualunque altra persona attraverso una catena di conoscenze composta da non più di 5 intermediari. Questo antesignano dei *social networks* attrasse, al suo lancio, molta curiosità tra gli utenti ma vide presto il proprio declino (nel 2001),

probabilmente perché il pubblico non era ancora pronto a questo nuovo concetto di interazione virtuale.

Nel 2002 fu la volta di Friendster.com, con lo scopo di pianificare incontri tra uomini e donne single. Friendster, infatti, sfruttava l'idea secondo la quale era più facile organizzare incontri con gli amici degli amici. Era quindi una versione interattiva ed elettronica di ciò che accadeva nella realtà: gli incontri e le conoscenze tra single potevano avvenire attraverso amici in comune. Il successo fu immediato: nel 2003 Friendster.com contava più di 300.000 utenti. Purtroppo il successo ebbe vita breve dal momento che con il crescere degli utenti crescevano a loro volta problemi di tipo tecnico e di tipo sociale. Per quanto riguarda la prima questione, i server ed i database creati per Friendster non erano in grado di supportare così tanti utenti; quanto alla seconda questione invece (problemi di tipo sociale), quanto più cresceva il numero di utenti nel social network, tanto più cambiava la cultura ed il modo di approcciarsi al sito degli stessi¹⁰.

MySpace¹¹ prese parte alla grande rete di Internet nel novembre del 2003 grazie a Tom Anderson (studente dell'Università della California, Berkeley e dell'Università della California, Los Angeles), e Chris DeWolfe (laureato alla University of Southern California's Marshall School of Business) e

¹⁰ N. Christakis e J. Fowler, *CONNECTED, The Amazing Power of Social Networks and How They Shape Our Lives*, London, Harper Press, 2009, pp. 269,270,271,272.

¹¹ Vedi: <http://it.wikipedia.org/wiki/Myspace> (Data ultima consultazione 7 gennaio 2012).

segnò la vera esplosione del mondo dei *social networks*. Friendster venne ben presto rimpiazzato da questa nuova piattaforma, che permetteva la creazione di un profilo in cui inserire canzoni, video, frasi ed immagini. Scopo iniziale di MySpace era quello di far iscrivere band indie-rock emergenti che, attraverso questo nuovo metodo di condivisione e soprattutto la possibilità di caricare file mp3 (una possibilità che, nei primi tempi almeno, era preclusa ai *social networks* concorrenti), potevano far ascoltare la propria musica digitalmente e attirare così nuovi e vecchi fan, esportando il proprio *sound* in tutto il mondo. Il caso più famoso è senza ombra di dubbio quello degli Arctic Monkeys, noto gruppo inglese indie-rock che conta ad oggi milioni di fans e concerti *sold-out* in tutto il mondo: la favola di questi quattro ragazzi di Sheffield diventò realtà proprio grazie a MySpace, all'interno del quale inserirono un demo intitolato *Five Minutes with the Arctic Monkeys*¹², scaricabile direttamente dal social network senza esborsi di denaro¹³. Il successo fu immediato ed in pochi mesi il profilo della band contava milioni di iscritti. La storia di questi quattro giovani fece il giro del mondo e di lì a poco tanti gruppi musicali emergenti provarono a cercare egual fortuna¹⁴.

¹² Vedi: http://it.wikipedia.org/wiki/Arctic_Monkeys (Data ultima consultazione 7 gennaio 2012).

¹³ F.De Luca, "Arctic Monkeys: come internet trasformò un cartone animato in realtà", *La RepubblicaXXL*, febbraio 2006, (<http://www.weekendance.com/PRESS/arcticmonkeys.html>) Data ultima consultazione 7 gennaio 2012).

¹⁴ Pagina ufficiale degli Arctic Monkeys su Myspace: <http://www.myspace.com/arcticmonkeys> (Data ultima consultazione 7 gennaio 2012).

Questa vicenda permise a MySpace di diventare il social network più cliccato, con circa 100 milioni di utenti, di cui la metà provenienti dagli Stati Uniti e 4.500 nuovi profili al giorno soltanto in Italia (dati riferiti a maggio 2007)¹⁵.

Tuttavia nel 2009 la navigazione attraverso Myspace divenne sempre più difficoltosa a causa della possibilità di personalizzare l'aspetto del proprio profilo utilizzando solo ed esclusivamente il linguaggio HTML. Tali personalizzazioni erano rese possibili grazie ad alcuni siti esterni che, una volta selezionate le modifiche desiderate, restituivano le informazioni HTML da copiare nel proprio profilo. L'uso assiduo di questi codici da parte degli utenti di MySpace, che molto spesso detenevano scarse conoscenze informatiche, rese molto difficile la navigazione: molte pagine, alla loro apertura, richiedevano il caricamento di immagini, video, slide show e programmi. Pertanto, nel 2009, ci fu una sorta di "azzeramento" dei profili che, da quel momento, risultarono più omogenei a livello grafico ma ancora più lenti e difficili da utilizzare, causando un'ulteriore migrazione degli utenti e il progressivo abbandono di Myspace¹⁶.

Il declino di MySpace si aggravò anche grazie all'ascesa dei due più grandi *social networks* della storia: la nascita di Twitter, ma ancora di più quella di Facebook.

¹⁵ Vedi : <http://it.wikipedia.org/wiki/Myspace> (data ultima consultazione 7 gennaio 2012).

¹⁶ *Ibidem*.

1.4 *Twitterize yourself*¹⁷

Come menzionato sopra, Twitter e Facebook sono ad oggi i due *social networks* più visitati al mondo: ma se il primo conta circa 200 milioni di utenti, il secondo è davvero invincibile con i suoi 700 milioni di visitatori sparsi per tutto il globo.

Il nome Twitter¹⁸ deriva dal verbo inglese *to tweet* (che significa cinguettare). A loro volta i *tweet* (i cinguettii) sono gli aggiornamenti che un utente può effettuare in qualsiasi momento: si tratta di messaggi di testo che possono avere una lunghezza massima di 140 caratteri e possono essere scritti attraverso il sito stesso, via SMS, con programmi di messaggia istantanea, posta elettronica o tramite diverse applicazioni dello stesso Twitter. Gli aggiornamenti sono mostrati in modo istantaneo nella pagina di profilo dell'utente e comunicati agli utenti che si sono registrati per riceverli (una sorta di lista di amici).

¹⁷ Servizio gratuito che permette di creare un info-grafico personalizzato che sintetizza la tua attività su Twitter. Vedi: <http://it.paperblog.com/twitterize-yourself-sei-cio-che-dicono-i-tuoi-tweet-485442/> (Data ultima consultazione 9 gennaio 2012).

¹⁸ Vedi: <http://it.wikipedia.org/wiki/Twitter> (Data ultima consultazione 9 gennaio 2012).



Immagine 3 – Logo di Twitter

La nascita di Twitter risale al 2006 grazie a Jack Dorsey, il quale un giorno ebbe l'idea di un servizio che permettesse di comunicare attraverso degli SMS con un numero ristretto di persone scelte: nacque così *twittr* (ispirato all'allora fortunato Flickr), che divenne nell'ottobre del 2006 Twitter.

La popolarità del social network registrò un'evoluzione con l'edizione del 2007 del South by Southwest Festival¹⁹: durante i giorni dell'evento musicale l'uso di Twitter si triplicò, passando da 20.000 ad oltre 60.000 *tweets* al giorno grazie anche a due grandi schermi da 60 pollici piazzati nel luogo dell'evento ed utilizzati esclusivamente per far scorrere lo *stream* dei *tweets* pubblici. Il festival fu un grande evento pubblicitario e lo staff di Twitter ricevette il Web Award Price²⁰.

Il 22 gennaio del 2010 segnò un'altra tappa molto importante per l'espansione di Twitter: questa data, infatti, è riconducibile al giorno del

¹⁹ Festival musicale e cinematografico composto anche di un insieme di conferenze e mostre interattive che ha luogo ogni primavera ad Austin (la capitale del Texas) dal 1987. Vedi: <http://austin.about.com/od/annualevents/a/Austins-South-By-Southwest-Festival-And-Conference.html> (Data ultima consultazione 9 gennaio 2012).

²⁰ Un particolare riconoscimento conferito ad un sito web e al suo creatore (Webmaster).

primo *tweet* inviato dallo spazio. L'autore fu l'astronauta della NASA Timothy Creamer, che comunicò dalla Stazione Spaziale Internazionale. Di lì a poco molto altri astronauti usufruirono del servizio per inviare aggiornamenti dallo spazio, primo fra tutti l'astronauta italiano Paolo Nespoli, il quale trovandosi nella Stazione Spaziale Internazionale per una missione dell'ESA (European Space Agency) iniziò ad inviare aggiornamenti costanti e foto della terra visti dallo spazio tramite il suo account personale²¹.

Preme sottolineare con quanta facilità sia possibile usufruire di questi *social networks*: la *semplicità* (lo vedremo nei prossimi capitoli) è la parola d'ordine per l'utilizzo di questi servizi, in particolar modo di Twitter e dello stesso Facebook.

1.5 Storia di Facebook²²

È il 2004 quando un giovane e brillante studente di Harvard crea in una notte un sito internet che contiene foto di tutte le studentesse dell'università e che permette agli studenti maschi di votare le più belle: il sito fa presto il giro del campus ed in poche ore manda in tilt la rete internet di Harvard.

²¹ Vedi: <http://it.wikipedia.org/wiki/Twitter> (Data ultima consultazione 9 gennaio 2012).

²² G. Niola, "Il primo film a riportare senza clamore che la vita in rete ha la medesima importanza della vita reale", *mymovies* (<http://www.mymovies.it/film/2010/thesocialnetwork/> Data ultima consultazione 9 gennaio 2012); S. Phillips, "A brief History of Facebook", 25 luglio 2007, *the Guardian* (<http://www.guardian.co.uk/technology/2007/jul/25/media.newmedia> Data ultima consultazione 9 gennaio 2012); vedi: <http://it.wikipedia.org/wiki/Facebook> (Data ultima consultazione 9 gennaio 2012).

Mark Zuckerberg: è questo il nome che il giorno successivo alla creazione del sito è sulla bocca di tutti. Ben presto il giovane viene contattato da altri due studenti: i fratelli Cameron e Tyler Vinkel Voss, i quali chiedono aiuto allo stesso Zuckerberg per la creazione di un sito internet che permetta a tutti gli studenti del campus di potersi iscrivere. Si trattava quindi di una sorta di *social network* che permetteva un'interazione ed una comunicazione telematica tra tutti i componenti dell'università.

L'idea dei fratelli Vinkel Voss si estende velocemente nella mente del geniale Zuckerberg, il quale la sviluppa e migliora, creando "thefacebook", fondato il 4 febbraio-del 2004 con l'aiuto di Andrew McCollum e Eduardo Saverin, all'epoca amici di Zuckerberg.

Il nome del sito si riferisce agli annuari con le foto di ogni singolo membro (*facebooks* appunto) che alcuni college e scuole statunitensi pubblicano all'inizio dell'anno accademico e distribuiscono ai nuovi studenti e al personale della facoltà come una scorciatoia per conoscere "di vista" le persone del campus. Questi annuari venivano spesso usati dagli studenti per organizzare appuntamenti con altri studenti che incontravano nel campus ma ai quali non avevano mai avuto coraggio di presentarsi. Nel 1979 una giovanissima Susan Faludi (la quale vincerà più tardi il premio Pulitzer per

il giornalismo) riportò nell' *Harvard Crimson*²³ che a quel tempo l'uso dei *face-books* per organizzare appuntamenti e spiare gli altri studenti del campus era molto frequente, soprattutto per valutare i potenziali mentori²⁴ tra gli studenti del primo anno. Susan scrive: "*We used the facebook to see what people were like...sometimes you can tell from a picture*"²⁵.

Venticinque anni dopo, Marc Zuckerberg portò online quello che era l'annuario scolastico. In tempi estremamente brevi, più della metà degli studenti di Harvard si registrarono al servizio. Con l'aiuto di Dustin Moskovitz e Chris Huges, Facebook si estese anche ad altre università americane quali la Stanford University, la Columbia University e la Yale University, per poi passare, nell'aprile del 2004 anche per la Boston University, il Boston College, la Ivy League, ed il Mit (Massachusetts Institute of Technology).

Il dominio attuale (facebook.com) fu registrato tra l'aprile e l'agosto del 2005 quando molte altre università ed istituti furono inseriti nella piattaforma del sito: chiunque avesse un indirizzo di posta elettronica con dominio universitario (come ad esempio .edu, ac.uk ecc.) poteva accedervi.

Il 27 febbraio del 2006 Facebook si estese alle scuole superiori ed alle grandi aziende.

²³Il quotidiano per gli studenti di Harvard, fondato nel 1873. Vedi: <http://www.thecrimson.com/about/> (Data ultima consultazione 9 gennaio 2012).

²⁴ Colui che guida all'orientamento universitario e alla carriera professionale.

²⁵N. Christakis e J. Fowler, *CONNECTED, The Amazing Power of Social Networks and How They Shape Our Lives*, London, Harper Press, 2009, p. 271.

Dall'11 settembre del 2006 chiunque abbia più di 13 anni ha la possibilità di iscriversi al sito e di creare un proprio profilo personale. Se l'idea di partenza di Zuckerberg era quella di far mantenere contatti tra diversi studenti di diverse università, oggi Facebook rappresenta la rete sociale più estesa al mondo ed "abbraccia" idealmente tutti gli utenti di Internet.

Gli orizzonti di Facebook sono talmente ampi che hanno coinvolto anche la cultura: in tutte le librerie del mondo, infatti, è possibile trovare innumerevoli libri e biografie sulla storia del social network e del suo creatore, resi ancora più interessanti da quelle che sono colloquialmente definite "leggende metropolitane" (come ad esempio la questione delle famose ciabatte con marchio Adidas indossate costantemente da Marc Zuckerberg²⁶). Tuttavia il vero successo della storia della piattaforma Facebook può essere associato all'uscita nel 2010 in tutte le sale cinematografiche del mondo del film *The Social Network*, ispirato proprio alle vicende che hanno preceduto e soprattutto seguito l'entrata del *social network* nel World Wide Web²⁷.

²⁶ "Alcune verità sul film di Facebook", 4 dicembre 2010, *Facebook community* (<http://facebookcommunity.blogspot.com/2010/12/alcune-verita-sul-film-di-facebook.html>) (Data ultima consultazione 9 gennaio 2012).

²⁷ "The Social Network", un film di David Fincher. Con Jesse Eisenberg, Andrew Garfield, Justin Timberlake, Armie Hammer, Max Minghella. Biografico, durata 120 minuti. Novembre 2010. Vedi: <http://www.mymovies.it/film/2010/thesocialnetwork/> (Data ultima consultazione 9 gennaio 2012).



Immagine 4 – Locandina del film “The social network”

Non è sicuramente un caso che il film abbia ottenuto otto candidature agli Oscar del 2010, vincendone tre (miglior sceneggiatura non originale, miglior colonna sonora e miglior montaggio)²⁸: quello che invece risalta è la genialità incontrastata di Marc Zuckerberg, che con il suo estro, la sua intuizione e soprattutto la sua astuzia ha creato, forse senza neanche volerlo, la più grande rete sociale della storia.

1.6 Caratteristiche tecniche di Facebook

Come già menzionato, Facebook è considerato il più grande *social network* che la storia abbia mai visto. Con i suoi 700 milioni di utenti in tutto il mondo (numero che tende a crescere giorno dopo giorno) è il secondo sito

²⁸ Vedi: www.oscars.org/awards/academyawards/83/nominees.html (data ultima consultazione 9 gennaio 2012).

internet più visitato del globo, preceduto solo da Google. Ma quali sono le caratteristiche che rendono questo social network così attraente agli occhi di tutti i navigatori del net? La parola chiave è senza ombra di dubbio la “semplicità”: è semplice iscriversi, è semplice pubblicare immagini, video, pensieri, è facile stilare una lista di amici virtuali. È probabilmente questa la caratteristica fondamentale che il sito detiene poiché permette a chiunque e a qualunque età di accedervi senza alcun problema o difficoltà. Nel momento dell’accesso viene richiesto un indirizzo e-mail, mentre se non si è mai stati iscritti il passaggio per poter entrare a far parte del social network è molto semplice e servono poche informazioni: nome, cognome, indirizzo e-mail, password (da scegliere al momento dell’iscrizione), sesso e data di nascita.

The screenshot shows the Facebook homepage in Italian. At the top, there's a blue header with the Facebook logo and a login section with fields for 'E-mail' and 'Password', and an 'Accedi' button. Below the header, the main content area is divided into two sections. On the left, there's a graphic with the text 'Facebook ti aiuta a connetterti e rimanere in contatto con le persone della tua vita.' and a network diagram. On the right, there's a 'Registrazione' (Registration) section with the text 'È gratis (e lo sarà sempre)'. The registration form includes fields for 'Nome', 'Cognome', 'La tua e-mail', 'Nuova password', and 'Inserisci nuovamente la password'. It also has a 'Sesso' dropdown menu and a 'Data di nascita' section with dropdowns for 'Giorno', 'Mese', and 'Anno'. A green 'Registrazione' button is at the bottom of the form. At the very bottom, there's a link to 'Crea una Pagina' and a footer with various language options.

Immagine 5 – Schermata iniziale di Facebook

Cosa molto importante è la scelta della lingua con la quale si vuole accedere al social network: nella homepage infatti è possibile selezionare la lingua preferita, dall'inglese passando per il giapponese, cinese, fino all'Afrikaans.



Immagine 6 – Scelta della lingua prima di accedere a Facebook

Una volta effettuato l'accesso, ecco che si è in possesso di un proprio profilo o pagina personale, sulla quale non solo è possibile inserire informazioni definite “di base” come interessi, situazioni sentimentali, orientamento politico e religioso, ma viene creata una vera propria bacheca (*wall* in inglese) sulla quale è possibile caricare video, immagini, articoli di

giornale, poesie e quant'altro, tutto questo attraverso un processo definito di *feedback*²⁹.

Tuttavia non è solo questa la caratteristica che rende Facebook il social network più visitato al mondo; la formula vincente che porta Facebook ai vertici dei siti più navigati del globo è senza ombra di dubbio la funzione di “News Feed” creata nel settembre del 2006, novità assoluta nel campo dei *social networks*. Questa funzione risulta essere la vera e propria scintilla da cui è scaturito il successo di Facebook poiché consente agli utenti del sito di essere costantemente aggiornati su tutte le attività svolte dai propri contatti attraverso la cosiddetta “Home”³⁰, nella quale vi sono tutte le informazioni che ciascun membro della nostra lista di amici raccoglie come aggiornamento del profilo, iscrizioni ad eventi o gruppi, pubblicazioni di video, foto, note e compleanni. Naturalmente la conseguenza di tutto ciò è un’interazione a tutto tondo tra i diversi utenti del sito poiché in questo modo, come scrive Vincenzo Susca riguardo alla socialità che si realizza su Facebook, “*ognuno diventa così parte integrante della vita di ogni suo amico, di cui accede completamente sia alla scena, sia al retroscena esistenziale*”³¹.

²⁹ Retroazione, flusso di informazioni di ritorno.

³⁰ Pagina iniziale di Facebook che appare successivamente al log in di un utente.

³¹ P. Marinelli, “Due punto zero, partecipazione politica e social network”, Roma, Teseo Editore, 2010, p. 143.

Altre caratteristiche rendono Facebook unico nel suo genere, prima fra tutti il sistema API (Application Programming Interface), utilizzabile per integrare i siti esterni con il social network. Usando questo sistema è possibile collegare il proprio account Facebook con quello utilizzato per inserire commenti o articoli su siti esterni, come ad esempio i blog. Si porta quindi la propria identità dall'interno del social network all'esterno, utilizzandola nei siti che supportano questa connessione.

Abbiamo poi quello che viene definito con la sigla FBML, il Facebook Markup Language: si tratta di uno pseudo linguaggio (stile HTML) che permette di inserire nelle applicazioni contenuti di Facebook quali pulsanti, form, elementi multimediali e molto altro. Il linguaggio FBML viene poi passato dallo stesso Facebook che “traduce” i suoi tag speciali con l'HTML e gli stili necessari.³²

1.7 I Like it!

Senza ombra di dubbio, la caratteristica più nota e famosa di Facebook è il tasto *mi piace* (il *like button* in inglese): viene visualizzato attraverso l'icona di una mano con il pollice all'insù, simbolo che indica la nostra approvazione per ciò che uno dei nostri contatti ha appena condiviso sulla propria bacheca.

³² Vedi: <http://it.wikipedia.org/wiki/Facebook> (Data ultima consultazione 9 gennaio 2012).



Immagine 7 – Il tasto “mi piace”

Il tasto *mi piace* è sempre affiancato dalle parole *commenta* e *condividi*: nel primo caso abbiamo la possibilità di commentare, appunto, il link o il post appena pubblicati; nel secondo caso, invece, ci viene permesso di condividere sulla nostra bacheca lo stesso link che abbiamo appena letto e che in qualche modo ha catturato la nostra attenzione: “rubiamo” in un certo senso il pensiero del nostro amico virtuale. Queste caratteristiche (in modo particolare il tasto *mi piace*) possono essere realmente considerate il “marchio di fabbrica” di Facebook, tant’vero che l’icona menzionata sopra (cioè la mano con il pollice all’insù) viene spesso affiancata alla sigla del *social network*.



The Facebook Like button as it appears to people around the world

Immagine 8 – Il tasto “mi piace” in tutte le lingue

Tra le varie evoluzioni che ha avuto Facebook negli ultimi anni, la più rilevante è indubbiamente l'ampliamento del pulsante *I like it* a gruppi e siti esterni. Il 22 aprile 2010, infatti, Facebook permetteva a tutti i siti presenti sul web di poter inserire il tasto *mi piace* anche sulle proprie pagine: novità assoluta per il grande mondo di Internet poiché creava una connessione ed una condivisione immediata tra il sito internet esterno e il social network. Il successo fu immediato: siti di sport, intrattenimento, *news* aderivano sempre di più a questo nuovo metodo di condivisione.

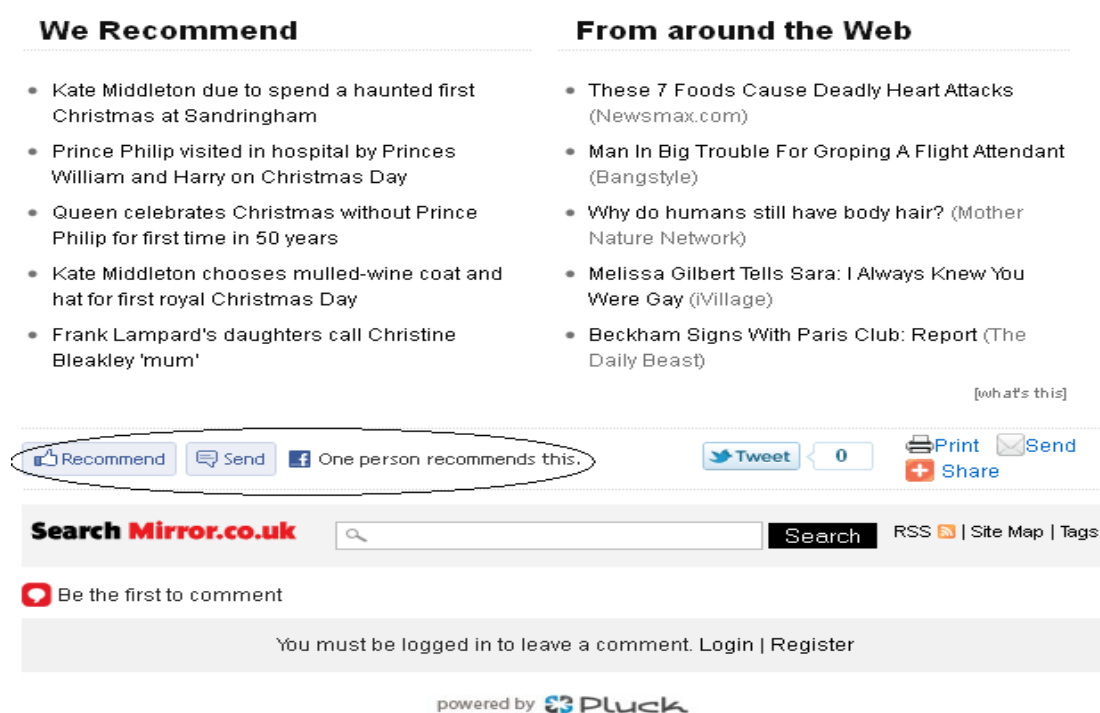


Immagine 9 – Il tasto “mi piace” all’interno del Daily Mirror

Esattamente un anno dopo l'integrazione di questa nuova possibilità Austin Haugen (il *product manager* di Facebook) mostrava orgogliosamente le

statistiche dell'ennesimo successo del social network: una media di circa diecimila siti al giorno includevano il tasto *mi piace* all'interno della propria pagina web, per arrivare ad un totale di oltre due milioni e mezzo di siti che in un solo anno avevano inserito questa opzione. Tuttavia, il dato sicuramente più importante è stato la rilevazione dell'aumento medio di navigazione sul social network, pari al 300% circa³³.

Che si voglia o no, il tasto *mi piace* è ormai diventato parte integrante all'interno del grande sistema del world wide web e la sua popolarità si dissolverà difficilmente.

1.8 Facebook e dinamiche sociali

Quando parliamo di *social network*, in questo caso di Facebook, si entra ovviamente all'interno di quelle che sono delle vere e proprie dinamiche sociali tra i diversi utenti ed amici virtuali del sito internet. A tal proposito, sono stati effettuati molti studi e ricerche, ma quella che spicca fra tutti è senza ombra di dubbio la ricerca fatta dal sociologo californiano Cameron Marlow³⁴, ingaggiato proprio da Facebook, il quale ha reso pubblici i

³³M. Panzarino, "Facebook Celebrates Like Button's 1st Birthday", 22 aprile 2011, *The next web* (<http://thenextweb.com/facebook/2011/04/22/facebook-celebrates-like-buttons-1st-birthday/>; Data ultima consultazione 9 gennaio 2012).

³⁴ Sociologo americano il cui studio si incentra sull'analisi e sulle dinamiche sociali all'interno dei *social networks*. Sito ufficiale: <http://cameronmarlow.com/> (Data ultima consultazione 27 dicembre 2011).

dettagli di uno studio condotto dal Facebook Data Team³⁵ sulle dinamiche sociali che si instaurano tra gli utenti iscritti al social network. Scopo della ricerca fatta da Marlow era stabilire se Facebook aumenta la “rete” personale di un individuo grazie ai contatti instaurati all’interno del social network stesso³⁶.

La prima questione da analizzare è il vero significato assunto dalla parola *amico* nel contesto di Facebook, parola che potrebbe risultare ambigua. Analizzando i comportamenti degli utenti del social network, infatti, Marlow precisa che la maggior parte delle volte coloro che nel linguaggio comune vengono considerati *amici* potrebbero essere molto più semplicemente persone o conoscenti che un individuo ha incontrato durante momenti specifici della sua vita: un viaggio, un’esperienza lavorativa, un concerto e così via. Il flusso di individui che incontriamo ogni giorno sulla nostra strada influisce sicuramente sulla nostra vita, ma per definirli non possiamo sempre usare il termine *amicizia*. Secondo Marlow, un numero medio di amicizie su Facebook dovrebbe più o meno corrispondere ai 120 *amici*.

³⁵ Gruppo di analisi delle informazioni raccolte all’interno del social network. Link diretto della pagina su Facebook: <http://www.facebook.com/data> (Data ultima consultazione 27 dicembre 2011).

³⁶ C. Marlow, “Maintained Relationships on Facebook”, 9 marzo 2009, Overstated (<http://overstated.net/2009/03/09/maintained-relationships-on-facebook> Data ultima consultazione 9 gennaio 2012); Vedi: <http://it.wikipedia.org/wiki/Facebook> (Data ultima consultazione 9 gennaio 2012).

La seconda fase dello studio di Marlow è stata quella di dividere ogni gruppo di amicizie online in tre sottogruppi ben distinti:

- il primo sottogruppo fa riferimento alle relazioni mantenute in modo passivo. Si tratta di tutte quelle situazioni in cui un utente, attraverso un *news feed*, viene a conoscere in maniera indiretta gli avvenimenti della vita di alcuni dei suoi amici, cioè senza entrare direttamente in contatto con essi, bensì attraverso notizie, foto, commenti, che vengono pubblicati. Se ciò che viene pubblicato causa curiosità, ci sarà un'induzione ad entrare in contatto;
- il secondo sottogruppo è dato dall'uso di tecnologie di comunicazione dette *a senso unico* (*one-way communication*) come ad esempio i commenti alle foto o ai post sulla bacheca dell'amico in questione. Viene definita appunto *a senso unico* poiché non esiste un vero e proprio dialogo;
- il terzo sottogruppo è la forma di comunicazione più interattiva che ci può essere all'interno del *social network*: la *comunicazione reciproca*, basata su uno scambio di informazioni reciproco (appunto) ed attivo attraverso l'uso di chat o lo scambio di messaggi tramite posta elettronica.

L'analisi della parola *amico* e la divisione di Marlow in tre sottogruppi ci permette di percepire quali sono le dinamiche che si instaurano tra i diversi navigatori del *social network*.

Un'altra analisi molto interessante riguarda la differenza tra maschi e femmine nel rapporto con il social network. I dati sul sesso dell'utente,

infatti, dimostrano una diversa propensione dei due sessi nell'uso di queste tecnologie: le donne sono più attive degli uomini. Sulla base di una lista di 500 amici (uomini e donne) emerge che le donne in media si tengono informate per mezzo di News Feeds e visite al profilo di 47 componenti della loro rete sociale; gli uomini, d'altro canto, utilizzano il social network per mantenersi informati su circa 39 amici dei 500 presenti nella lista. Le donne utilizzano la comunicazione a *sensu unico* con circa 26 dei loro amici, gli uomini con 17. L'uso della *comunicazione reciproca*, invece, è ancora più ridotto: le donne, infatti si intrattengono in questo tipo di comunicazione con 16 amici, gli uomini con 10.

Restringendo la cerchia ed effettuando l'esperimento su una lista composta da 150 amici, invece, si costituisce un sottoinsieme di rapporti tramite Facebook che per le donne è in media di 22 su 150 quando si parla di relazioni mantenute, contro le 19 per gli uomini. Le donne usano la comunicazione a *sensu unico* con 11 dei loro 150 amici, gli uomini con 7. Le *comunicazioni reciproche*, invece, sono 7 per le donne e 5 per gli uomini.³⁷

³⁷ Vedi: <http://it.wikipedia.org/wiki/Facebook> (Data ultima consultazione 9 gennaio 2012); "Primates on Facebook", *The Economist*, 26 febbraio 2009 (<http://www.economist.com/node/13176775> Data ultima consultazione 9 gennaio 2012).

1.9 Facebook e privacy

I servizi di *social network* sono divenuti estremamente popolari negli ultimi anni. Fra l'altro, si tratta di servizi che offrono agli abbonati la possibilità di interagire attraverso profili personali generati autonomamente, il che favorisce la comunicazione di dati personali relativi agli abbonati, ma anche a soggetti terzi, in una misura che non ha precedenti. I servizi di *social network* offrono una gamma del tutto nuova di opportunità comunicative e di interazione in tempo reale attraverso ogni possibile tipologia di informazioni, ma l'utilizzo di questi servizi può comportare rischi per la privacy sia degli utenti sia di terzi. I dati personali divengono infatti disponibili pubblicamente e in modo globale, secondo schemi qualitativi e quantitativi che non hanno precedenti, anche attraverso enormi quantità di foto e video digitali.

C'è il rischio di perdere il controllo dell'utilizzo dei propri dati una volta pubblicati in rete. Il fatto che si tratti di servizi operanti attraverso una "comunità" di utenti può far pensare che la situazione non sia molto diversa dal condividere informazioni con un gruppo di amici nel mondo reale; in realtà, le informazioni contenute nel proprio profilo possono raggiungere l'intera comunità degli abbonati al servizio – talora in numero di diversi milioni.³⁸

È questa parte della risoluzione cui sono giunte le settantotto autorità mondiali di protezione dei dati (tra cui il Garante italiano) a conclusione della 30° Conferenza internazionale tenutasi a Strasburgo tra il 15 ed il 17 ottobre 2008. Tale documento, denominato *Risoluzione sulla tutela della privacy nei servizi di social network*, contiene un elenco di raccomandazioni (precisamente dieci) che ogni utente dovrebbe rispettare al momento della navigazione sui *social networks*. Tra i vari suggerimenti ve ne sono alcuni che spiccano per la loro importanza; tra le categorie sottoposte a maggiore

³⁸ “Risoluzione sulla tutela della privacy nei servizi di social network”, 30° Conferenza internazionale delle Autorità di protezione dei dati, Strasburgo, 15-17 ottobre 2008 (www.garanteprivacy.it/garante/doc.jsp?ID=1560428 Data ultima consultazione 27 dicembre 2011).

attenzione, infatti, vi sono i minori (fascia di età vulnerabile nel mondo di Internet), ai quali viene raccomandato di non fornire indirizzo o recapiti telefonici personali e di usare pseudonimi al posto delle vere generalità. Un altro argomento fondamentale è quello di prestare attenzione non solo alla propria privacy, ma anche a quella degli altri, soprattutto nel momento in cui si pubblicano dati personali o fotografie senza avere ricevuto un consenso preventivo ed esplicito. D'altra parte i fornitori di servizi di social network devono prevedere configurazioni tecniche orientate a favorire la privacy degli utenti e devono informarli in modo corretto e trasparente sulle conseguenze che potrebbero derivare dalla pubblicazione di dati personali in un profilo. Inoltre vanno adottate adeguate misure di sicurezza per impedire che soggetti esterni possano raccogliere o scaricare i dati contenuti nel profilo.

Tra le varie tematiche collegate a Facebook, quello della privacy è un argomento “spinoso”, forse il più critico, ma comunque molto interessante da trattare. Agli albori di Facebook, al momento dell'iscrizione venivano trasmesse informazioni personali partendo dal nome e dal cognome, passando per l'ideologia politica e religiosa, fino ad arrivare ad interessi, attività personali e hobby. Per completare la creazione di una vera e propria identità occorreva inserire una foto. Facebook è stato spesso criticato per la poca privacy degli utenti: ogni foto messa online, ogni aggiornamento del

proprio stato, post o blog rimanevano, infatti, nell'archivio permanente dei server del social network. Anche eliminandoli dalla propria bacheca, essi rimanevano comunque registrati e, quindi, di proprietà di Facebook.

Successivamente alle critiche piovute sul social network da parte dell'opinione pubblica (compresi gli stessi utenti), a partire dal 28 febbraio 2008, Facebook decise di migliorare le proprie condizioni di utilizzo inserendo l'opzione di cancellazione permanente dei dati personali³⁹. In precedenza, infatti, era consentita la sola disattivazione del proprio account, togliendone la visibilità dal sito e dai motori di ricerca, ma mantenendo le informazioni già fornite in precedenza.

Esistono tuttavia delle controversie difficilmente risolvibili: se, infatti, sul social network esistono foto e video ripresi nella bacheca di altri utenti o foto pubblicate da terzi, in cui un utente è stato *taggato*⁴⁰, questo materiale non può essere eliminato, nemmeno se l'interessato decide di eliminare il proprio profilo.

Proprio per questo dal 31 maggio 2010 Facebook ha reso possibile la modifica delle impostazioni di privacy anche ai singoli post o ai singoli commenti, estendendo quella che viene definita lista dei "livelli" di privacy disponibili, ossia controllando *chi può vedere cosa*. I livelli sono:

³⁹ Vedi: <http://it.wikipedia.org/wiki/Facebook> (Data ultima consultazione 9 gennaio 2012).

⁴⁰ *Tag* (in inglese etichetta) significa attestare in una foto o in una nota di testo la presenza di un certo utente di Facebook scelto dall'elenco dei propri contatti. Vedi: http://it.wikipedia.org/wiki/Tag_%28metadato%29 (data ultima consultazione 10 gennaio 2012).

- Io (solo per foto);
- Amici;
- Amici di amici;
- Amici e Reti;
- Tutti;
- Personalizzato.

Queste modifiche possono essere apportate indipendentemente per ciascuna categoria di informazioni del profilo come commenti, post, immagini ecc., ma anche sui dati personali come “data di nascita”, “orientamento politico e religioso”, “istruzione e lavoro” e quant’altro⁴¹.

Tra le ultime opzioni inserite da Facebook, quella che ha suscitato maggiori polemiche è stato l’inserimento nel giugno 2011 dell’*auto-tagging*⁴², ossia il riconoscimento automatico delle facce degli utenti, che crea un’ulteriore criticità nella gestione della privacy da parte del social network.

Nonostante il tema della privacy sia particolarmente delicato, è importante sottolineare comunque che nel momento in cui un individuo decide di entrare a far parte di una rete sociale virtuale come Facebook, sa già che dovrà cedere, in qualche modo, parte della propria riservatezza per lasciare

⁴¹ Vedi: <http://it.wikipedia.org/wiki/Facebook> (Data ultima consultazione 9 gennaio 2012).

⁴² G. Briganti, “Arriva il riconoscimento facciale-auto tag”, *subitotechs.com*, 9 giugno 2011 (<http://subitotechs.com/2011/06/09/facebook-arriva-riconoscimenti-facciale-tag-15213/>) Data ultima consultazione 10 gennaio 2012).

spazio ad una nuova forma di socialità. Qualora si ritenga imprescindibile dover privilegiare la propria privacy rispetto alla volontà di entrare a far parte del mondo dei *social networks*, la soluzione è semplicemente una: rimanerne al di fuori.

1.10 Media e Facebook

L'avvento dei social network ha cambiato radicalmente le nostre vite, il nostro modo di comunicare e l'approccio nell'utilizzo di Internet e soprattutto dei media tradizionali come televisione e stampa. Il nono rapporto Censis⁴³ del luglio 2011 denominato *I media personali nell'era digitale* mostra chiaramente come siano mutate le abitudini nelle “dieta mediatiche”⁴⁴ degli italiani. I risultati di tale ricerca mostrano come i *social network* -Facebook in particolare- stiano rivestendo sempre maggiore importanza come fonte di informazioni e notizie di vario genere (dallo sport, all'attualità, alla cultura) a discapito dei media tradizionali. Il rapporto finale Censis recita:

Il 67,8% degli italiani conosce almeno un social network tra quelli più noti (Facebook, Twitter, Messenger, YouTube, fino a Skype). Si tratta di 33,5 milioni di persone, in crescita rispetto ai 32,9 milioni del 2009. Stilando una classifica dei social network in base alla popolarità, Facebook (65,3%) risulta essere il più conosciuto insieme a YouTube (53%); seguono Messenger

⁴³ Centro studi investimenti sociali. È un istituto di ricerca socio-economica fondato nel 1964. Vedi: http://www.censis.it/28?relational_resource_274=136&resource_190=136 (Data ultima consultazione 10 gennaio 2012).

⁴⁴ Censis, “Le diete mediatiche degli italiani nello scenario europeo – Sesto Rapporto sulla comunicazione”, Milano, Franco Angeli, 2007.

(41%), Skype (37,4%) e Twitter (21,3%). Non stupisce che tra i più giovani è quasi impossibile trovare qualcuno che non sappia a cosa ci si riferisce quando si pronuncia il nome di uno dei social network più noti (il 91,8% li conosce). Ma anche il 31,8% degli ultra-sessantacinquenni è a conoscenza di tali realtà. È poi esploso il dato che riguarda i veri e propri utenti dei social network. Facebook è, oltre che il social network più conosciuto, anche tra quelli più utilizzati (dal 49% degli italiani che accedono a Internet, l'88,1% tra i giovani), insieme a YouTube (54,5%, l'86,5% tra i giovani). L'incidenza degli utilizzatori tra quanti conoscono i social network è pari al 93%: conoscere Facebook, YouTube o qualche altra comunità virtuale determina quasi automaticamente il loro utilizzo. E la tendenza sembra inarrestabile, se si raffronta l'incidenza del 2011 con quella del 2009 (60,2%).⁴⁵

In questo brano risalta chiaramente come la parola *social network* sia immediatamente associata a Facebook, che è divenuto ormai il più popolare ma, soprattutto, il sito più utilizzato all'interno del web.

Conoscere Facebook è ormai inevitabile ma la cosa più importante è che la maggior parte dei navigatori del web, soprattutto dei giovani dai 14 ai 29 anni, non usa Facebook come mezzo di comunicazione e di interazione virtuale con i propri contatti, bensì come fonte di informazione. La seguente tabella mostra chiaramente come Facebook sia al decimo posto tra i media più utilizzati come mezzo di informazione, collocandosi addirittura al terzo posto per i giovani compresi in una fascia di età tra i 14 e i 29 anni⁴⁶.

⁴⁵ Censis-Ucsi, "I media personali nell'era digitale – Nono Rapporto sulla comunicazione". Roma, 13 Luglio 2011 (http://www.editorsweblog.org/Sintesi_rapcom_2011.pdf Data ultima consultazione 27 dicembre 2011).

⁴⁶ *Ibidem*.

Le fonti informative utilizzate, per età e titolo di studio (val. %)

	Totale	Età			Titolo di studio	
		14-29 anni	30-64 anni	65-80 anni	Meno istruiti ⁽¹⁾	Più istruiti ⁽²⁾
Telegiornali	80,9	69,2	84,5	81,8	77,0	85,7
Giornali radio	56,4	44,1	62,1	51,1	54,7	58,5
Quotidiani a pagamento	47,7	33,5	50,8	53,2	43,1	53,5
Settimanali/Mensili	46,5	43,1	46,6	50,3	43,4	50,5
Televideo/Mediavideo	45,0	41,6	48,5	37,0	41,8	48,8
Motori di ricerca su Internet	41,4	65,7	42,1	12,1	28,6	57,2
Quotidiani gratuiti	35,3	33,5	37,5	30,2	32,9	38,3
Siti Internet di informazione	29,5	49,0	30,0	6,4	19,1	42,5
Facebook	26,8	61,5	22,2	3,4	19,7	35,7
Quotidiani on line	21,8	23,9	25,9	6,3	12,4	33,6
Siti Internet dei telegiornali	17,4	26,7	18,3	4,1	10,7	25,7
Youtube, con link a video di news	16,7	33,3	15,7	1,5	12,3	22,2
Tv all news	16,3	12,5	20,1	8,2	12,0	21,7
Blog/Forum	14,5	25,8	14,1	3,4	10,3	19,7
Servizio sms tramite telefonino	12,9	17,1	14,1	4,6	12,9	13,0
Web radio	8,1	10,4	9,2	2,0	6,5	10,1
Applicazioni smartphone (Iphone, ecc.)	7,3	16,2	6,0	1,5	5,1	10,0
Twitter	2,5	4,8	2,2	0,7	1,7	3,4
Nessuna	10,2	13,2	8,4	12,9	13,0	6,7

(1) Licenza elementare e media

(2) Diploma e laurea

Fonte: indagine Censis, 2011

Facebook è ormai entrato a far parte in modo prorompente delle nostre vite, riuscendo a riunire non solo milioni di persone provenienti da tutto il mondo, ma permettendoci di utilizzare il social network per avere notizie,

conoscere eventi e curiosità, modificando, quindi, il nostro rapporto con i media tradizionali.

1.11 Personaggi pubblici e Facebook

Come dimostrato dai dati analizzati, la maggior parte dei navigatori del web conosce e soprattutto usufruisce del social network più famoso al mondo: Facebook. Inoltre, chi visita quotidianamente il sito è a conoscenza del fatto che, oltre alla gente comune, anche i personaggi pubblici e famosi aderiscono sempre di più a questa nuova forma di comunicazione. Perfino le “celebrità”, infatti, amano chattare su Facebook, ma non sempre hanno degli *accounts* pubblici: attraverso speciali misure di privacy o semplicemente con nomi falsi anche i personaggi famosi possono avere la possibilità di usufruire del *social network* senza essere tempestati dai propri fan con messaggi privati o richieste di amicizia. La celebrità che invece decidono di detenere un profilo pubblico, creano una propria *fan page* attraverso la quale possono far conoscere ai propri sostenitori tutti gli avvenimenti e gli eventi che li coinvolgono attraverso aggiornamenti giornalieri della pagina.

Il personaggio pubblico italiano più amato su Facebook è Valentino Rossi⁴⁷, che con i suoi 4.214.022 sostenitori sparsi nel mondo detiene la prima posizione in Italia⁴⁸. Stilando invece una classifica generale, il personaggio pubblico più amato in assoluto sul social network è il cantante rapper Eminem⁴⁹ con 49.112.539 sostenitori. La seconda posizione è invece detenuta dalla cantante pop Rihanna⁵⁰ con 47.244.496 seguaci.

I numeri sono davvero impressionanti: analizzando infatti le statistiche di solo un anno fa, i fan che aderiscono alle pagine Facebook dei propri beniamini cresce costantemente giorno dopo giorno.

Basti pensare a poco più di un anno fa (si era nel luglio del 2010): la cantante Lady Gaga, raggiungendo i dieci milioni di fan, diventava il personaggio famoso con il numero maggiore di sostenitori su Facebook, superando perfino il presidente degli Stati Uniti d'America Barak Obama⁵¹, che nel 2010 deteneva poco meno di 10 milioni di seguaci; i fan di Lady Gaga⁵² sono oggi più di 45 milioni e quelli del presidente 24.122.704.

Riporto qui sotto la lista dei 5 personaggi famosi più popolari su Facebook:

1- Eminem (49.112.539 fan);

2- Rihanna (47.244.496);

⁴⁷ <http://www.facebook.com/pages/valentino-rossi-the-doctor/9343938405> (Data ultima consultazione 21 novembre 2011).

⁴⁸ Vedi: http://www.albanesi.it/Psicologia/personaggi_famosi_facebook.htm (Data ultima consultazione 10 gennaio 2012).

⁴⁹ <http://www.facebook.com/eminem> (Data ultima consultazione 21 novembre 2011).

⁵⁰ <http://www.facebook.com/rihanna> (Data ultima consultazione 21 novembre 2011).

⁵¹ <http://www.facebook.com/barackobama> (Data ultima consultazione 21 novembre 2011).

⁵² <http://www.facebook.com/ladygaga> (Data ultima consultazione 21 novembre 2011).

3- Lady Gaga (45.229.526 fan);

4- Michael Jackson (42.469.356 fan);

5- Shakira (42.252.139 fan).

La scelta da parte dei personaggi pubblici di usufruire dei *social networks* ha sicuramente diversi fini: il primo è senza alcun dubbio quello di entrare in contatto con i propri sostenitori, facendo conoscere a questi alcune parti della propria vita, ma ancora più importante è promuovere la propria immagine, le proprie iniziative e farsi, in qualche modo, pubblicità. Un punto importante da sottolineare è la consapevolezza da parte di personaggi famosi che i *social networks*, in particolare Facebook, sono i media dei giorni nostri e quindi incidono profondamente sulla popolarità.

Si tratta ovviamente di *un'arma a doppio taglio*: è vero, infatti, che i *social networks* sono in grado di creare *nuove celebrità* dal basso, ma allo stesso tempo possono essere letali, affossando personaggi famosi e ormai consolidati da tempo, i quali, tuttavia, non sono in grado di cogliere in maniera adeguata le opportunità che offre Internet⁵³.

Il grande successo riscosso da queste fan page è dato, soprattutto, dal fatto che si instaura una vera e propria comunicazione tra i fan ed il personaggio pubblico. Il rovescio della medaglia è che spesso accade di imbattersi in

⁵³ P. Orfeo, "Vip 2.0: l'arma dei social networks", *Community online*, (http://www.newsmagazine.it/index.php?option=com_content&view=article&id=1027%3Avip-20-larma-dei-social-network&catid=71%3Aprimo-piano&Itemid=5&lang=it Data ultima consultazione 10 gennaio 2012).

profili personali falsi, all'interno dei quali la celebrità è vittima di un vero e proprio furto d'identità (come vedremo anche nell'ultimo paragrafo di questo lavoro). A pagarne le spese in termini di immagine non sono solo i diretti interessati, ma anche i fan, che rimangono delusi (o peggio ancora illusi) dal loro mito.

È ciò che è accaduto al principe William d'Inghilterra nel maggio del 2007 quando Facebook era ancora agli albori ed entrava in punta di piedi nella lista dei social network più importanti e visitati al mondo. Il falso profilo era raggiungibile sotto il nome di *William Wales* (usato durante il suo addestramento ad Eton) e la foto immagine del profilo ritraeva un primo piano del principe con un paio di occhiali da sci ed un cappellino invernale. In poche ore 45 profili erano presenti nella lista di amici del presunto principe tra cui *Katherine Middleton*: ovviamente non si trattava della oggi duchessa moglie di William poiché lo spelling del nome non è con la *K*, bensì con la *C*.

Il portavoce di Buckingham Palace commentò la vicenda laconicamente, ammettendo il *fake*⁵⁴ con le seguenti parole :*“We could consider it a private thing and not comment on it”*⁵⁵.

⁵⁴ Nel gergo di Internet, ed in particolare di comunità virtuali, un *fake*, dall'inglese “falso”, è un utente che falsifica in modo significativo la propria identità. Vedi: <http://it.wikipedia.org/wiki/Fake> (Data ultima consultazione 10 gennaio 2012).

⁵⁵ B. Hale – D. Robertson, “Prince William falls victim to Facebook prank”, *Daily Mail*, 15 maggio 2007 (<http://www.dailymail.co.uk/news/article-454734/Prince-William-falls-victim-Facebook-prank.html>) Data ultima consultazione 27 dicembre 2011).



Immagine 10 – Profilo falso del principe William

Questo è solo uno dei molto esempi che si verificano giornalmente all'interno dei social network e soprattutto di Facebook: per andare sul sicuro basta aggiungere il proprio personaggio preferito cercandolo tra le pagine pubbliche ufficiali del social network.

1.12 Il grande villaggio virtuale

Il mondo del world wide web è ormai saturo di *social networks* e di siti internet che permettono una condivisione di beni materiali e non. Basti pensare ai tanti esempi che possiamo scovare navigando il web: E-bay⁵⁶, che permette l'acquisto e la vendita di prodotti attraverso un'asta; Infojobs⁵⁷, che dà la possibilità di immettere all'interno del sito Internet il

⁵⁶ Sito di aste online, fondato il 6 settembre 1995 da Pierre Omidyar. In Italia è arrivato nel 2001 rilevando il sito iBazar. Vedi: <http://it.wikipedia.org/wiki/E-bay> (Data ultima consultazione 10 gennaio 2012).

⁵⁷ Sito di e-recruitment leader in Europa per traffico Internet, numero di offerte e curricula in banca dati. Vedi: http://www.infojobs.it/candidati/registratori?utm_source=adw&utm_medium=cpc&utm_cam

proprio curriculum lavorativo, aiutando tutti coloro che inseriscono i propri dati a trovare lavoro. E poi ci sono loro, i *social networks*, che ci permettono di condividere interessi, esperienze, emozioni, di conoscere nuovi amici e di rimanere in contatto con i vecchi, con a capo Facebook, il più importante *social network* al mondo.

Ecco allora che si staglia all'interno dell'infinito mondo di Internet un vero e proprio villaggio globale virtuale nel quale, idealmente, ogni sito internet rappresenta un elemento ed un luogo di ritrovo immaginario, pensando ad E-bay come il negozio per fare shopping, Infojobs come luogo di lavoro e Facebook come la grande piazza della città all'interno della quale tutti coloro che passano lasciano il proprio pensiero.

Capitolo II

I Reali Britannici e i *social networks*

2.1 Cronologia dell'adesione della Famiglia Reale inglese ai più noti *social networks*

Come spesso accade ai personaggi pubblici negli ultimi anni, anche la Famiglia Reale inglese si è “convertita” all’uso dei *social networks*, aderendo con entusiasmo alle piattaforme più famose e cliccate all’interno del grande mondo del world wide web ed usufruendone con costanza e quotidianità. Ma se su Facebook la *fan page* ufficiale della Famiglia Reale è presente “solo” da circa un anno, risulta molto interessante notare come una sorta di “modernizzazione” e di ampliamento di vedute dell’austera figura della regina Elisabetta fosse iniziata già nel 2007 attraverso l’inaugurazione del canale ufficiale di Youtube⁵⁸ (*The Royal Channel*, www.youtube.com/user/TheRoyalChannel) dove è possibile guardare video di eventi ufficiali che riguardano la Regina e tutto il suo entourage.

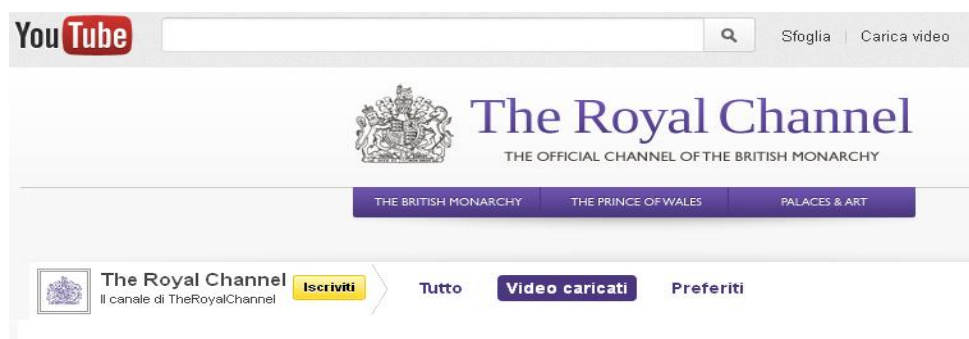


Immagine 11 – *The Royal Channel*

⁵⁸ Sito web che permette la condivisione di video caricati non solo dai singoli utenti ma anche da media tra cui la CBS, la BBC e la VEVO. Di proprietà di Google Inc, è il terzo sito più visitato la mondo dopo Google e Facebook. Vedi <http://it.wikipedia.org/wiki/YouTube> (Data ultima consultazione 15 gennaio 2012).

Basti pensare che il 29 aprile del 2011 (data importantissima per tutti i seguaci della Famiglia Reale) il matrimonio di William e Kate poteva essere seguito in diretta proprio sul canale ufficiale di Youtube e chiunque a distanza di pochi mesi voglia nuovamente “gustarsi” il fatidico sì, rivivendo tutti i momenti che hanno segnato un grande giorno per il popolo britannico, ha la possibilità di farlo attraverso un semplice click⁵⁹. Il video (che dura 1 ora, 10 minuti e 51 secondi) conta ben 978.566 visite totali⁶⁰.



Immagine 12 – The Royal Wedding su The Royal Channel di Youtube

⁵⁹ R. Lydall e M. Bentham, “Prince William and Kate Middleton to say “I do” live on youtube”, *London Evening Standard*, 19 aprile 2011 (<http://www.thisislondon.co.uk/standard/royal-wedding/article-23942856-prince-william-and-kate-middleton-to-say-i-do-live-on-youtube.do> Data ultima consultazione 4 gennaio 2012).

⁶⁰ Video delle nozze reali: <http://www.youtube.com/watch?v=53UaRWI1Vh4> (Data ultima consultazione 15 gennaio 2012).

E questo non è tutto: basta, infatti, entrare nel sito ufficiale della Famiglia Reale inglese (*The official website of The British Monarchy*, www.royal.gov.uk) per notare come i *social networks* siano oramai parte integrante della comunicazione digitale tra la Royal Family ed i suoi seguaci. Aprendo la homepage del sito è possibile notare immediatamente come un intero riquadro (in alto, al centro) sia dedicato a Facebook. Cliccando su di esso, è possibile accedere immediatamente alla *fan page* della Famiglia. Stessa cosa vale per Youtube, Twitter e Flickr: ci sono, infatti, link diretti attraverso i quali si entra immediatamente sul canale e nel social network in questione⁶¹.



Immagine 13 - Sito ufficiale della Famiglia Reale

⁶¹ Ari Herzog, "How the British Monarchy uses Social Media", 30 aprile 2011 (<http://ariherzog.com/how-the-british-monarchy-uses-social-media/> Data ultima consultazione 23 gennaio 2012).

È opportuno tracciare un breve excursus di tutti i *social networks* ai quali la Famiglia Reale aderisce ed analizzare i motivi che hanno spinto la Regina Elisabetta ed i suoi successori ad entrare a far parte del mondo telematico.

Come già detto, il 2007 (precisamente il mese di ottobre) segna l'inaugurazione del canale ufficiale di Youtube dal nome *The Royal Channel*, *The Official Channel of the British Monarchy*⁶². Ad oggi il canale conta 19.251.191 visite totali⁶³ e ben 34.707.188 visualizzazioni⁶⁴ sui singoli video. Numeri davvero importanti se si pensa che il canale è aperto da poco meno di 4 anni.



Immagine 14 – Canale ufficiale di Youtube

⁶² Canale ufficiale di Youtube: <http://www.youtube.com/user/theroyalchannel?blend=1&ob=4> (Data ultima consultazione 27 dicembre 2011).

⁶³ *Ibidem..*

⁶⁴ *Ibidem.*

Il secondo momento di “modernizzazione” si verifica nell’aprile del 2009, quando sul noto social network Twitter appare il primo *tweet* della Famiglia Reale: è proprio questo giorno che segna un importante cambiamento. Se infatti Youtube ancora non rappresentava una forma di comunicazione vera e propria tra la Famiglia Reale ed i suoi “sudditi”, con l’entrata nel mondo dei *social networks* (rappresentata proprio dal primo *tweet*) è diventato possibile instaurare una sorta di rapporto diretto, una vera e propria comunicazione, con la possibilità di leggere e commentare *The latest news on Royal events*⁶⁵.

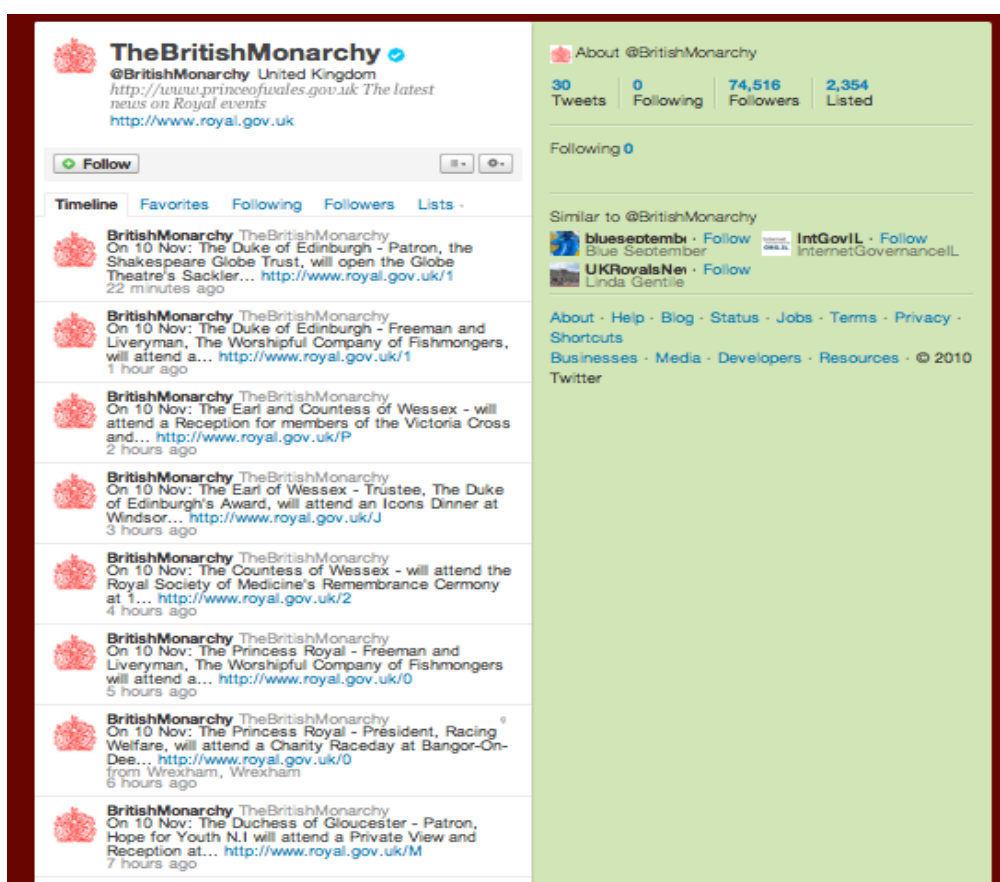


Immagine 15 – Pagina Twitter della Famiglia Reale

⁶⁵ Pagina ufficiale su Twitter: <http://twitter.com/BritishMonarchy> (Data ultima consultazione 23 gennaio 2012).

È inoltre possibile entrare in contatto con *Clarence House*, sede del Principe Carlo e della Duchessa Camilla. Entrando nella pagina Twitter di questi ultimi è possibile leggere la seguente didascalia:

*Updates, pictures and videos from Clarence House, about The Prince of Wales, The Duchess of Cornwall, The Duke and Duchess of Cambridge and Prince Harry*⁶⁶.



Clarence House 
@ClarenceHouse United Kingdom
Updates, pictures and videos from Clarence House, about The Prince of Wales, The Duchess of Cornwall, The Duke and Duchess of Cambridge and Prince Harry.
<http://www.princeofwales.gov.uk>

  Invia **follow** **ClarenceHouse** al tuo codice operatore

Tweet Preferiti Following Follower Liste ▾

 **ClarenceHouse** Clarence House
We have added some charity case studies to The Duchess of Cambridge's website - find out more bit.ly/zUyUSw
2 ore fa

 **EACH_hospices** EACH
The Duchess's support will help us increase awareness of the full range of services we offer to families each.org.uk/royalpatron
4 ore fa
↳ Retwittato da ClarenceHouse

 **ClarenceHouse** Clarence House
The Duchess of Cambridge will also become a volunteer with [@UKScouting](https://twitter.com/UKScouting), spending time privately with groups in N. Wales and elsewhere
12 ore fa

Immagine 16 – Pagina Twitter della Clarence House

⁶⁶ Pagina ufficiale su Twitter della Clarence House: <http://twitter.com/ClarenceHouse> (Data ultima consultazione 24 gennaio 2012).

Il 2010 è un susseguirsi di adesioni reali ai più noti siti e *social networks* al mondo: dal 24 luglio del 2010 è possibile visitare la pagina ufficiale della Royal Family su Flickr⁶⁷, un sito web multilingue (naturalmente) sul quale è possibile condividere foto personali con chiunque abbia accesso ad Internet. Non è necessario, infatti, essere iscritti al sito per poter osservare le foto che vengono caricate dagli utenti (esistono tuttavia dei rari casi in cui l'utente può decidere di non rendere le immagini pubbliche e di permettere la visualizzazione soltanto agli iscritti al sito).

È possibile giungere alla pagina ufficiale su Flickr della Famiglia Reale inserendo nel motore di ricerca del sito internet le parole *The British Monarchy*: si entra immediatamente negli album ufficiali della Regina & Co., che comprendono foto che vanno dal 1861 fino ai giorni nostri, passando per scatti relativi all'infanzia della regina Elisabetta ed immagini che narrano i momenti più significativi della sua vita: il matrimonio con il duca Filippo di Edimburgo, la nascita del figlio Carlo e dei nipoti William e Harry. Il noto *tabloid* inglese *The Daily Mail*, in un articolo pubblicato pochi giorni dopo la creazione del profilo di Flickr della Famiglia Reale, mostrava alcune delle 600 foto che erano state caricate sulla neonata pagina, sottolineando le parole pronunciate dal portavoce di Buckingham Palace:

⁶⁷ Pagina ufficiale su Flickr: <http://www.flickr.com/photos/britishmonarchy> (Data ultima consultazione 24 gennaio 2012).

“The Royal Household is always keen to embrace new technology and the use of Flickr is an extension of that”⁶⁸.

Sul profilo è possibile, inoltre, trovare immagini relative ad eventi ufficiali ai quali la Regina ed i suoi familiari prendono parte quotidianamente. Il primo album fotografico reso pubblico dalla British Monarchy al momento dell'iscrizione al sito nel 2010, infatti, rappresentava una visita ufficiale della Regina Elisabetta a una clinica per malati di cancro, evento che si è evidentemente ritenuto di voler condividere.

La creazione del profilo di Flickr ha senza dubbio indicato l'ampliamento (dopo Twitter) della comunicazione virtuale tra la Regina ed il popolo, permettendo a tutti coloro che ne hanno voglia o che sono semplicemente incuriositi di entrare a far parte (in qualche modo) del regale mondo di Buckingham Palace⁶⁹.

⁶⁸ C. Hastings, “The Royal Family to share its memories by posting photos on Flickr”, *Daily Mail*, 30 luglio 2010 (<http://www.dailymail.co.uk/news/article-1297652/The-Royal-family-share-memories-posting-photos-Flickr.html>) Data ultima consultazione 4 gennaio 2012).

⁶⁹ Ari Herzog, “How the British Monarchy uses Social Media”, 30 aprile 2011 (<http://ariherzog.com/how-the-british-monarchy-uses-social-media/>) Data ultima consultazione 23 gennaio 2012).



Immagine 17 – Pagina di Flickr

Esistono, tuttavia, delle regole molto rigide per quanto riguarda Flickr: la pagina, infatti, è visibile pubblicamente sia agli iscritti al sito che ai non iscritti, ma le immagini sono tutte protette da copyright⁷⁰ e, soprattutto, nessuna delle immagini presenti negli album è commentabile.

Le scelte comunicative appena menzionate risultano essere molto importanti per la modernizzazione della Famiglia Reale, ma è l'8 novembre del 2010 la data che coincide, senza ombra di dubbio, con la completa adesione al mondo telematico. La data sopra citata, infatti, segna la nascita del primo

⁷⁰ Termine in lingua inglese che tradotto letteralmente significa *diritto di copia*, è l'equivalente del diritto d'autore.

profilo della Famiglia Reale sul più noto social network al mondo, Facebook. Con questa mossa chiunque sia interessato può ora diventare un fan e conoscere le news ufficiali e gli eventi pubblici ai quali prendono parte quotidianamente i componenti della Royal Family.



Immagine 18 – Pagina Facebook immaginaria della Regina creata dal quotidiano 'Daily Mail' in occasione dell'ingresso reale in Facebook.

La pagina è rintracciabile scrivendo sul motore di ricerca Facebook *The British Monarchy*⁷¹; l'immagine del profilo della *fan page* è rappresentata dallo stemma reale. Cliccando *mi piace* sulla pagina si accede automaticamente alla bacheca, nella quale vengono inserite immagini, video, note ed articoli che mostrano tutti gli spostamenti e gli eventi ufficiali ai quali la Regina & Co. prendono parte quotidianamente, permettendo a tutti i fan della Corona di conoscere a cosa si dedicano ogni giorno i loro

⁷¹ Pagina ufficiale su Facebook: <http://www.facebook.com/TheBritishMonarchy> (data ultima consultazione 24 gennaio 2012).

beniamini. Come ogni pagina ufficiale di Facebook, naturalmente, non si fa riferimento ad un evento strettamente personale che ha luogo all'interno di Buckingham Palace: il puro scopo della pagina è quello di parlare, naturalmente, di eventi pubblici. Chi aderisce alla pagina sperando di scovare i segreti del palazzo o di entrare nella vita personale della Regina Elisabetta, o di William e Kate piuttosto che di Harry, rimarrà sicuramente deluso; la prima frase di un articolo dell'8 novembre del 2010 sul *Daily Mirror*⁷², infatti, recita le seguenti parole: “*Royal protocol doesn't yet cover the correct way to 'poke' the Queen*”, le quali ci fanno chiaramente intendere che nessun utente avrà la possibilità di instaurare una comunicazione diretta con un componente della Famiglia Reale, incluso mandare *pokes* alla Regina.

Ad oggi la *fan page* conta più di 500.000 iscritti (precisamente 508.301⁷³), ma il numero varia continuamente, crescendo giorno dopo giorno.

Un punto molto importante e da analizzare con attenzione è la presentazione della pagina, che viene esplicitata cliccando sulle *Info*. La didascalia, infatti, recita le seguenti parole, inclusa una sorta di avvertimento nell'ultima frase:

Welcome to the British Monarchy's Facebook page. To see updates in your

⁷² K. Nicholland – C.Griffiths, “One's on Facebook! Queen joins her grandchildren on the world's biggest social networking site”, *Daily Mail*, 8 novembre 2010 (<http://www.dailymail.co.uk/news/article-1327311/Queen-joins-Facebook-worlds-biggest-social-networking-site.html>) Data ultima consultazione 24 gennaio 2012).

⁷³ <http://www.facebook.com/TheBritishMonarchy> (Data ultima consultazione 29 dicembre 2011).

news feed, just click on 'Like'. Please note that any offensive comments will be deleted. Se, infatti, alcuni commenti vengono considerati offensivi o ambigui dall'amministratore della pagina, il rischio per l'utente è quello della censura. La descrizione della pagina, invece, si sofferma su cosa troveranno al momento dell'iscrizione i fan della monarchia inglese: *This is the official Facebook page for the British Monarchy, offering updates on Royal news and events.*

Come ultima informazione (ma non per questo meno importante), troviamo una lista di tutti i siti web attraverso i quali è possibile ricevere ulteriori indicazioni sulla famiglia reale. Si tratta di link diretti attraverso i quali, con un semplice click, è possibile entrare immediatamente nei siti web in questione:

- <http://www.royal.gov.uk> (sito web ufficiale);
- <http://www.princeofwales.gov.uk> (sito web ufficiale del principe Carlo);
- <http://www.royalcollection.org.uk> (sito web ufficiale dei palazzi, delle residenze e delle collezioni artistiche appartenenti alla Famiglia);
- <http://www.princewilliamandprinceharry.org> (link che rimanda al sito ufficiale di Carlo, precisamente alla parte dedicata ai due principi);
- <http://www.youtube.com/TheRoyalChannel> (canale Ufficiale di Youtube);
- <http://www.twitter.com/BRITISHMONARCHY> (pagina Twitter ufficiale);
- <http://www.twitter.com/ClarenceHouse> (pagina Twitter ufficiale del Principe Carlo);
- <http://www.flickr.com/photos/britishmonarchy> (pagina ufficiale di Flickr con album fotografici).

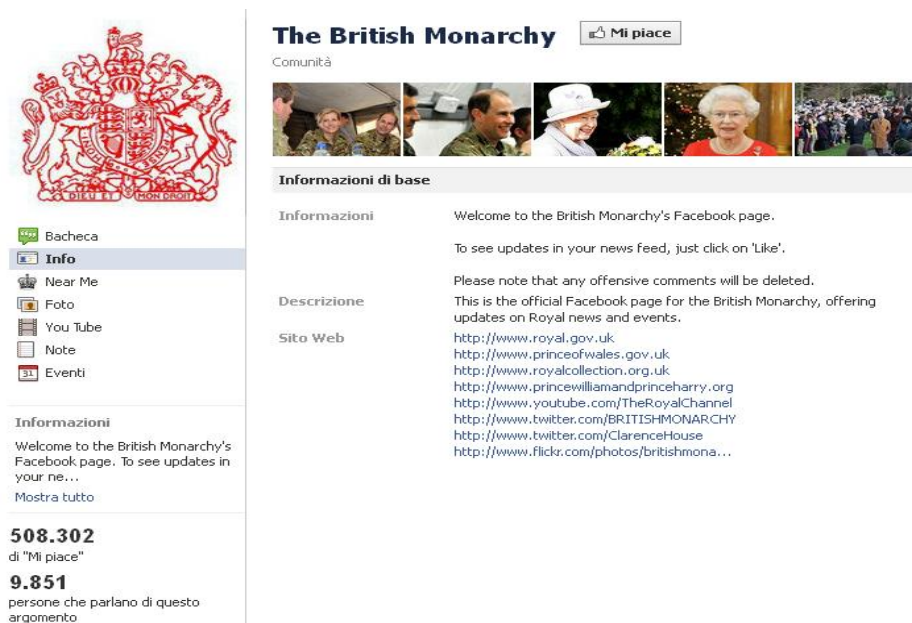


Immagine 19 - Pagina ufficiale su Facebook

Risulta interessante notare che tra tutti i *social networks* sopra citati Facebook è il più importante poiché rappresenta, senza alcun dubbio, la pagina più completa, offrendo immagini, video ed articoli. In questo modo Facebook racchiude in un'unica grande bacheca tutte le informazioni che i seguaci della monarchia o semplicemente i più curiosi vogliono avere sulla Regina ed i suoi cari.

Dopo l'iscrizione sul più conosciuto social network del globo la Famiglia Reale non si è fermata, ma ha aderito costantemente a tutte le novità che il grande mondo del World Wide Web offre. Prima tra tutte è l'ultima novità, sfornata nell'aprile del 2011 (precisamente il 18 aprile), riguardante la società *Apple*. Come tutti ben sappiamo, infatti una delle più grandi

invenzioni progettate dal geniale Steve Jobs⁷⁴ è l'iPhone, attraverso il quale non solo è possibile telefonare o mandare sms (come tutti i comuni telefoni cellulari) bensì si ha la possibilità di navigare in Internet e di scaricare le cosiddette *App*⁷⁵. La data sopra citata rappresenta il giorno in cui per la prima volta è stato possibile scaricare sui dispositivi Apple e Android⁷⁶ la *Royal App*: un'applicazione, appunto, attraverso la quale è possibile conoscere dettagli sui matrimoni reali del passato, raccontando attraverso testi ed immagini i momenti più significativi della Corona inglese a partire dal matrimonio tra la Regina Victoria ed il Principe Albert (del 1840) fino a quello tra il Principe di Galles e la Duchessa di Cornovaglia (nel 2005).

Si noti che il matrimonio tra William e Kate non era ancora presente al momento dell'uscita dell'*App* poiché si sarebbe tenuto di lì a pochi giorni: scopo dell'applicazione, infatti, era proprio quello di attrarre tutti i fan che aspettavano con trepidazione quel giorno, permettendo loro di curiosare fra i matrimoni del passato. Il commento di Jemima Reille, direttrice per

⁷⁴ Steven Paul Jobs, noto semplicemente come Steve Jobs (1955 – 2011) è stato un imprenditore informatico ed inventore statunitense. Cofondatore della Apple Inc, ne è stato amministratore fino al 24 agosto del 2011, quando ha lasciato il suo incarico per motivi di salute (è poi morto nel corso del 2011). Fondatore di NeXT Computer e amministratore delegato della Pixar Animation Studios (prima dell'acquisto da parte della Walt Disney Company). Ha introdotto il primo personal computer con il mouse ed ha inventato prodotti informatici di successo come iPod, iPhone, iPad. Vedi: http://it.wikipedia.org/wiki/Steve_Jobs. (Data ultima consultazione 4 gennaio 2012).

⁷⁵ Applicazione: servizio fornito dalla Apple, il quale viene scaricato sul proprio dispositivo; può essere a pagamento o gratuito. L'App Store è a sua volta il servizio che permette di scaricare le applicazioni disponibili in iTunes Store. Vedi: <http://it.wikipedia.org/wiki/Applicazione>. (Data ultima consultazione 4 gennaio 2012).

⁷⁶ Sistema operativo per dispositivi mobili.

l'editoria e i nuovi media della *Royal Collection*⁷⁷, non lasciava alcun dubbio: *"It is fitting and exciting that the first Royal Collection App will share the stories of past royal weddings and offer a wealth of historical context for the ceremony on 29 April"*⁷⁸.

Anche il quotidiano inglese *The Guardian* ha pubblicizzato l'uscita della nuova App, dando informazioni interessanti e svelando alcune curiosità, come ad esempio l'opportunità di poter scaricare la App sul proprio smartphone in ben 8 lingue diverse o la possibilità di avere (metaforicamente) tra le mani gioielli ed abiti della *Royal Collection*: *"Clearly speaking figuratively, Jemima Rellie, the collection's director of publishing, said: "Apps enable us to place works from the Royal Collection in the hands of a worldwide audience"*⁷⁹.

Come quasi tutte le App, naturalmente, anche la *Royal App* ha un costo: per poterla avere sul proprio smartphone bisogna pagare la somma di £ 1.99.

⁷⁷ La *Royal Collection* è un insieme di opere d'arte ed oggetti (ceramiche, argenteria, mobili, gioielli, libri, manoscritti) appartenenti alla Famiglia Reale a partire dal 1660. Questi oggetti sono collocati nelle principali residenze Reali aperte al pubblico. Vedi: <http://www.royalcollection.org.uk/> (Data ultima consultazione 23 gennaio 2012).

⁷⁸ "The Royal Collection launches the first official Royal App". Vedi: <http://www.royalcollection.org.uk/default.asp?action=article&ID=960>. (Data ultima consultazione 23 gennaio 2012).

⁷⁹ S. Bates, "Royal Wedding app to showcase marriages back to Queen Victoria", *The Guardian*, 5 aprile 2011 (<http://www.guardian.co.uk/uk/2011/apr/05/royal-wedding-app-queen-victoria> Data ultima consultazione 17 gennaio 2012).



Immagine 20 – La Royal App

Ma quali sono i veri motivi che hanno spinto la Regina ed il suo seguito ad intraprendere questa sorta di “modernizzazione” e “consacrazione” al mondo telematico? È ormai noto che la Regina Elisabetta ha avuto un ruolo molto importante per quanto riguarda l’entrata ufficiale dei reali inglesi nel mondo telematico. Nel 2007, infatti, la Regina aveva stupito il mondo mandando a tutti i suoi sudditi gli auguri per le festività natalizie attraverso il canale ufficiale di Youtube, inaugurato da pochi mesi: nei primi minuti del video è la Regina stessa ad affermare come i tempi si siano evoluti e come sia necessario adeguarsi ai cambiamenti, portando come esempio l’evento accaduto 50 anni prima quando per la prima volta il discorso della Regina venne trasmesso in Tv.

Riporto sotto uno stralcio significativo del discorso della Regina per gli Auguri di Natale del 2007:

One of the features of growing old is a heightened awareness of change. To remember what happened 50 years ago means that it is possible to appreciate what has changed in the meantime. It also makes you aware of what has remained constant⁸⁰.

Traduzione:

Uno degli aspetti più rilevanti dell'invecchiare è la consapevolezza dei cambiamenti. Ricordare ciò che è successo 50 anni fa vuol dire apprezzare cosa, nel frattempo, è cambiato; rendendoci consapevoli di cosa, invece, rimane costante.

Queste prime righe del discorso fanno chiaramente notare come la Regina si sia adeguata ai cambiamenti: parole confermate dal portavoce di Buckingham Palace, il quale fece successivamente sapere che la Regina “*è sempre stata conscia del fatto che per mantenere il contatto con la gente è necessario stare al passo dei tempi e usare i mezzi di comunicazione più adeguati*”, sottolineando che “*con questa innovazione, i suoi auguri natalizi raggiungeranno più facilmente i giovani e anche gli altri paesi*”⁸¹.

⁸⁰ Vedi: <http://www.ukpol.co.uk/mediawiki/index.php?title=Queen1> (Data ultima consultazione 23 gennaio 2012).

⁸¹F.Tortora, “La Regina fa gli Auguri su Youtube”, *Corriere della Sera*, 23 dicembre 2007 (http://www.corriere.it/esteri/07_dicembre_23/Regina_You_Tube_262104b6-b150-11dc-9f4d-0003ba99c53b.shtml) Data ultima consultazione 23 gennaio 2012).



Immagine 21 – Il video di Auguri del 2007 su Youtube

Affermazione questa davvero sorprendente se si pensa che all'epoca la Regina aveva già 81 anni.



Immagine 22 – La Regina intenta nel suo discorso

Non solo: voci di corridoio di Buckingham Palace parlano di una sovrana affascinata dal mondo telematico e dai *videogames*, in particolar modo dalla

Nintendo Wii⁸². Anche la nota rivista statunitense *People*⁸³ ha dedicato un intero articolo alla Regina Elisabetta ed alla sua presunta passione per questo videogioco, focalizzando, però, l'attenzione su alcuni particolari della vicenda molto divertenti: si vocifera, infatti, che sia stata l'allora fidanzata di William, Kate, ad aver regalato al principe la Nintendo Wii; la Regina, vedendo il nipote giocare, sembra sia rimasta colpita e soprattutto incuriosita dal gioco, tanto da "rubare" la console a William ed iniziare a giocare.



*Immagine 23 – Sarà la vera Regina o un semplice fotomontaggio?*⁸⁴

⁸² La Wii è una console per videogiochi prodotta da Nintendo. La caratteristica distintiva ed innovativa della console è il controller senza fili (il Wiimote) simile ad un telecomando che reagisce alle forze vettrici e all'orientamento rispetto allo spazio tridimensionale attraverso un accelerometro a 3 assi presente al suo interno. Tramite inoltre un sistema di led IR posti nella estremità superiore, il Wiimote interagisce con la barra sensore rendendo possibile il suo utilizzo come sistema puntatore sullo schermo TV. Vedi: <http://it.wikipedia.org/wiki/Wii> (data ultima consultazione 24 gennaio 2012).

⁸³ D. Rousewell, "MAKE WAY FOR THE Q Wii N", *The Guardian*, 6 gennaio 2008 (<http://www.people.co.uk/news/uk-world-news/2008/01/06/make-way-for-the-q-wii-n-93463-20276099/>) Data ultima consultazione 23 gennaio 2012).

⁸⁴ British Stuff, "Queen Elizabeth Makes Royal Visit to the Mushroom Kingdom", *B-side Blog*, 7 gennaio 2008 (<http://www.bsideblog.com/2008/01/queen-elizabeth-makes-royal-visit-to-the-mushroom-kingdom/>) Data ultima consultazione 24 gennaio 2012).

Naturalmente non c'è di nulla di ufficiale in queste indiscrezioni; esiste, tuttavia, l'ipotesi che davvero possa esserci un fondo di realtà se riflettiamo sul successo e sull'adesione che riscuotono le pagine della Famiglia Reale. Che sia veramente la Regina Elisabetta colei che pubblica *tweets* o immagini su Facebook? Lasciamo ampio spazio alla fantasia.

2.2 Perché i *social networks*?

Come già menzionato nel paragrafo precedente, uno degli aspetti più importanti riguarda la comprensione delle motivazioni che hanno spinto la Famiglia Reale inglese ad intraprendere questo percorso “telematico” dal 2007 (con il canale ufficiale di Youtube) fino ad oggi.

Gli auguri per le festività natalizie, mandati dalla Regina Elisabetta in persona su *The Royal Channel* nel 2007, avevano stupito il mondo. Tuttavia, l'evento che ha spinto la Famiglia Reale inglese ad ampliare questa “modernizzazione” è stato, senza ombra di dubbio, il matrimonio di William e Kate il 29 aprile del 2011. Quel giorno infatti, non solo ha rappresentato un momento molto importante per la Famiglia Reale, ma è stato un vero e proprio evento mediatico che ha coinvolto il mondo intero.

Vedendo la coppia di questi due giovani si può chiaramente notare come i tempi siano cambiati e come la Regina Elisabetta si sia dovuta adeguare agli

usi e consuetudini del ventunesimo secolo: il principe William, infatti, ha deciso di sposare una semplice cittadina inglese e non una ragazza di sangue blu o proveniente dai ranghi aristocratici. Kate è la prima sposa reale ad avere una laurea e, aspetto più importante, i due giovani hanno convissuto prima di pronunciare il fatidico *sì*⁸⁵. Il matrimonio è stato, senza ombra di dubbio, il passo che ha segnato la definitiva consacrazione al mondo telematico ed è stato visto dalla Famiglia Reale come un'ottima occasione per ampliare il percorso di modernizzazione cominciato quattro anni prima. L'istituzione di un sito Internet creato esclusivamente per il matrimonio⁸⁶, la possibilità di vedere l'evento in diretta attraverso il canale di Youtube, la creazione di un'applicazione per *smartphones* e la pubblicazione di aggiornamenti costanti nelle pagine di Facebook e Twitter a pochi giorni dalle nozze, hanno coinvolto il mondo intero, tant'è vero che il 29 aprile 2011 miliardi di persone erano davanti la tv o davanti al computer a guardare l'evento con curiosità e trepidazione.

⁸⁵S. Ryan, "The Royal Family embraces Social Media", *Life and marketing in San Francisco*, 26 aprile 2011 (<http://sarahryanblog.com/2011/04/26/the-royal-family-embraces-social-media/>), Data ultima consultazione 19 gennaio 2012).

⁸⁶Sito ufficiale: <http://www.officialroyalwedding2011.org/> (Data ultima consultazione: 8 gennaio 2012).

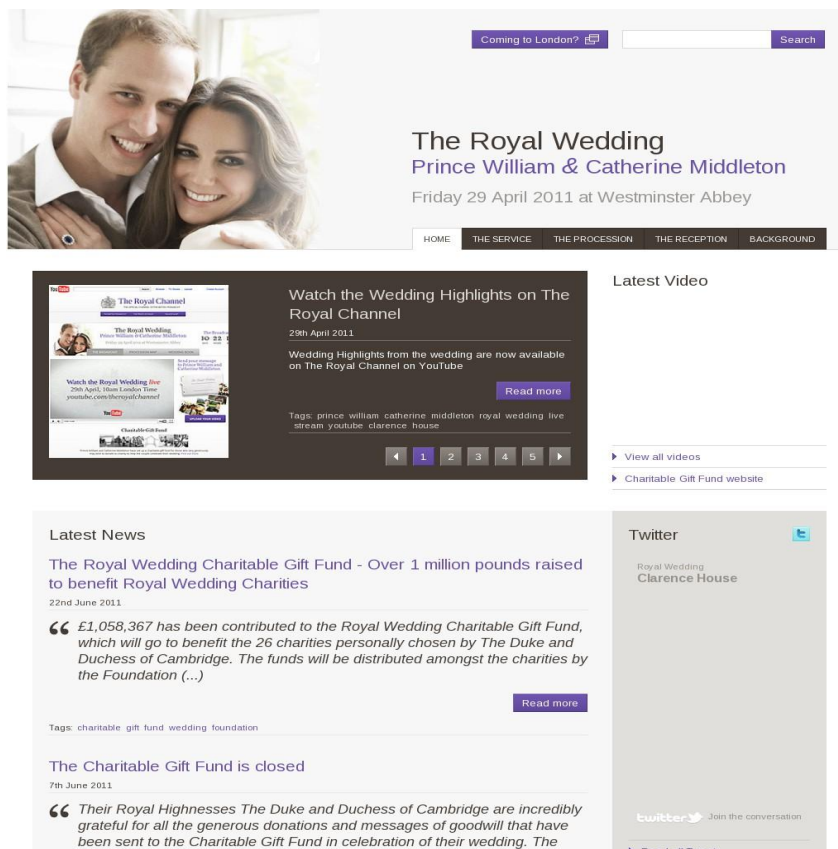


Immagine 24 – Sito ufficiale del matrimonio tra William e Kate

Il matrimonio di William e Kate dà la possibilità di comprendere a pieno qual è lo scopo che ha spinto la Royal Family a coinvolgere così profondamente i sudditi. Pur essendo un'istituzione molto amata in Inghilterra, non è un segreto che la Famiglia Reale sia stata spesso criticata da alcune fazioni, le quali considerano la Regina e tutti i suoi familiari alla stregua di un semplice spreco di denaro, una fonte di tasse più elevate e, soprattutto, un'istituzione ormai obsoleta⁸⁷. Attraverso la creazione di siti Internet e soprattutto la consacrazione ai *social networks*, la Famiglia Reale

⁸⁷ "Is the Royal Family worth £36.7m?", 27 giugno 2005, BBC News (http://news.bbc.co.uk/2/hi/talking_point/4121170.stm) Data ultima consultazione 19 gennaio 2012).

ha provato ad avvicinarsi ai sudditi ed a cercare con loro una comunicazione vera, creando un'atmosfera più *familiare* e meno *reale*, per così dire, con le quali il suddito medio potesse relazionarsi facilmente. Si è cercato di dare la possibilità a chiunque lo desiderasse di instaurare un'interazione virtuale e di comprendere come vivono e a cosa si dedicano ogni giorno la Regina ed i suoi successori: il miglior modo per farlo è attraverso i *social networks*. Credo che ormai questi rappresentino un elemento cruciale che può rafforzare il rapporto tra i reali inglesi ed i loro sostenitori⁸⁸ e allo stesso tempo può provare a far cambiare idea a tutti coloro che li hanno criticati. Altra motivazione importante (forse la più importante) è la consapevolezza da parte della Regina che l'immagine creatasi negli anni, deve essere "svecchiata" e che, in qualche modo, il ruolo che la Famiglia Reale inglese oggi ricopre in Inghilterra deve cambiare: meno pomposità, meno circostanze, meno apparenze e più socialità⁸⁹.

2.3 Niente di personale

Pur riconoscendo l'impegno ed i forti cambiamenti ai quali la Famiglia Reale si è sottoposta negli ultimi anni attraverso l'entrata nel mondo

⁸⁸ A. La Cava, "Il matrimonio reale di William e Kate ed il ruolo dei social media", 13 marzo 2011, *Breakfast in London* (<http://breakfastinlondon.blogosfere.it/2011/03/il-matrimonio-di-kate-e-william-ed-il-ruolo-dei-social-media.html>) Data ultima consultazione 19 gennaio 2012).

⁸⁹ Ariherzog, "How the British Monarchy uses social media", Ariherzog, 30 aprile 2011 (<http://ariherzog.com/how-the-british-monarchy-uses-social-media/>) Data ultima consultazione 23 gennaio 2012).

telematico, vi sono alcuni punti fondamentali che restano ambigui agli occhi dell'utente medio che decide di visitare le pagine ufficiali disponibili sui *social networks*. Il canale ufficiale di Youtube (*The Royal Channel*) così come la pagina di Flickr (contenente immagini ufficiali, a partire dalla giovane Regina Elisabetta fino al matrimonio reale di William e Kate) non danno alcuna possibilità di vera interazione all'utente che le visita. Non è possibile poter esprimere una propria opinione poiché nessuno dei video su Youtube, così come nessuna delle foto su Flickr, sono commentabili. È dunque un'esperienza comunicativa unidirezionale e parziale, come si esplicita anche nei fotogrammi che inserisco qui di seguito.



Immagine 25 – Pagina di Youtube



Immagine 26 – Una foto su Flickr

Inoltrandosi nelle due piattaforme più importanti, Facebook e Twitter, ci si rende conto che, pur avendo la possibilità di conoscere e curiosare tra gli eventi ufficiali dei membri della Royal Family e di poterli commentare, anche in questo caso non è contemplato alcun tipo di comunicazione diretta con i componenti della famiglia. La pagina ufficiale di Facebook (già citata nel primo paragrafo di questo lavoro) consiste in uno spazio pubblico e non in un vero e proprio profilo personale: non è possibile, infatti, inoltrare una richiesta di amicizia alla Regina e, soprattutto, non è possibile inviare messaggi pubblici o privati a nessuno dei componenti della Famiglia Reale. Stessa cosa vale per Twitter: gli aggiornamenti della pagina vengono effettuati giornalmente, ma se si cerca di instaurare una comunicazione con uno dei membri della Famiglia, ci si accorge che questo non può verificarsi

poiché all'interno della pagina del *social network* non possono essere inseriti commenti e non possono essere inviati messaggi.

Se da un lato, quindi, si apprezza la grande rivoluzione mediatica che la Famiglia Reale ha cercato di attivare attraverso l'adesione al grande mondo del World Wide Web, ci si rende conto, dall'altro, che il vero significato di socialità ed il vero ruolo che i *social networks* ricoprono all'interno del grande mondo di Internet non sono stati centrati in pieno⁹⁰. Anzi, si è accuratamente evitato di rendere questa adesione bidirezionale e bilanciata.

2.4 Quali sono i reali che hanno “abbracciato” i *social networks*?

Non è difficile immaginare quali sono i reali inglesi che si sono convertiti all'uso (anche se parziale, come abbiamo appena spiegato) dei *social networks*: come tutti i giovani del mondo, infatti, anche i nipoti della regina Elisabetta, pur consapevoli dei rischi e soprattutto del ruolo che ricoprono nel Regno Unito, hanno aderito ai *social networks*, in particolar modo alla piattaforma più cliccata: Facebook. Come ci rivela il *tabloid* britannico “*The Daily Mail*”, il Duca di Cambridge William e il Principe Harry hanno, con tutta probabilità, creato un profilo personale sul social network. Tuttavia, le pagine in questione, hanno elevate misure di privacy: per accedere al profilo

⁹⁰S.Axon, “Antisocial Social Media: The British Monarchy Joins Flickr”, Mashable Social Media, 26 luglio 2010 (<http://mashable.com/2010/07/25/royal-family-monarchy-flickr/>)
Data ultima consultazione 16 gennaio 2012).

personale del Duca e del Principe, infatti, bisogna inoltrare una richiesta di amicizia correndo, ovviamente, il rischio di incappare in profili falsi creati da utenti che hanno copiato i nomi dei due giovani. Una vicenda interessante è quella che ha coinvolto William of Wales, il quale ha scelto nomi molto “particolari” al momento della creazione di un profilo personale su Facebook: cercando di evitare continue richieste di amicizia di sostenitori e soprattutto sostenitrici, il duca di Cambridge ha scelto i nomi “Wills Wombat Wales” e “Bobby Davro”⁹¹.



Immagine 27 – Sarà il vero William?

⁹¹K. Nicholl - C. Griffiths, “One’s on Facebook! Queen joins her grandchildren on the world’s biggest social networking site”, *Daily Mail*, 8 novembre 2010 (<http://www.dailymail.co.uk/news/article-1327311/Queen-joins-Facebook-worlds-biggest-social-networking-site.html>) Data ultima consultazione 24 gennaio 2012).

Sia la principessa Beatrice⁹² che la principessa Eugenie⁹³ possiedono un profilo personale su Facebook ed un grande numero di amici virtuali: rintracciare le loro pagine è molto più semplice rispetto a quelle di William e Harry, ma tuttavia, anche le due principesse hanno migliorato le proprie misure di privacy dopo alcune disavventure che le hanno viste protagoniste⁹⁴.

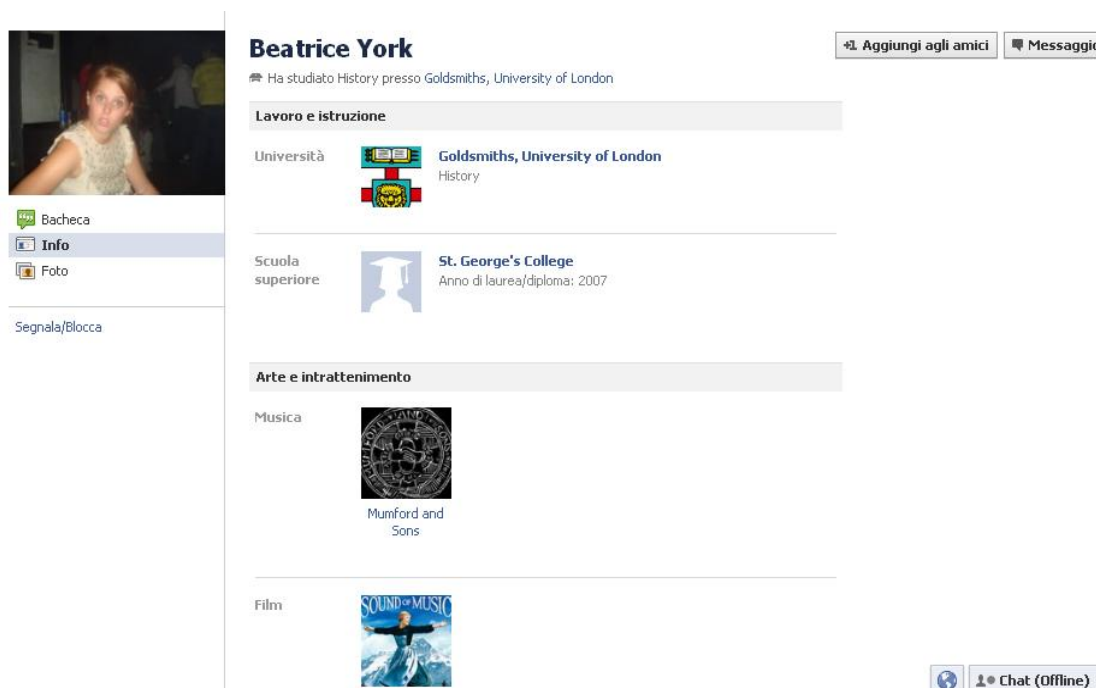


Immagine 28 – Profilo personale di Beatrice di York su Facebook

⁹² Beatrice di York (Londra, 8 agosto 1988) è la primogenita di Andrea, duca di York e di Sarah Ferguson. È quinta in linea di successione al trono d'Inghilterra ([http://it.wikipedia.org/wiki/Beatrice di York](http://it.wikipedia.org/wiki/Beatrice_di_York) Data ultima consultazione 19 gennaio 2012).

⁹³ Eugenie di York (23 marzo 1990) è la secondogenita di Andrea, duca di York e di Sarah Ferguson, sorella minore di Beatrice. È sesta in linea di successione al trono d'Inghilterra ([http://en.wikipedia.org/wiki/Princess Eugenie of York](http://en.wikipedia.org/wiki/Princess_Eugenie_of_York) Data ultima consultazione 19 gennaio 2012).

⁹⁴ K. Nicholl - C. Griffiths, "One's on Facebook! Queen joins her grandchildren on the world's biggest social networking site", *Daily Mail*, 8 novembre 2010 (<http://www.dailymail.co.uk/news/article-1327311/Queen-joins-Facebook-worlds-biggest-social-networking-site.html> Data ultima consultazione 24 gennaio 2012).



Immagine 29 – Profilo personale di Eugenie di York su Facebook

Non esistono, invece, fonti ufficiali che confermino l'esistenza di un profilo personale della duchessa di Cambridge, Kate; è possibile, tuttavia, iscriversi alla pagina pubblica ufficiale di Catherine Middleton digitando sul motore di ricerca di Facebook: *Kate Middleton Official Page*.



Immagine 30 – Profilo di Kate

La pagina conta 10.686⁹⁵ fan e serve in prevalenza a divulgare notizie sugli eventi ufficiali ai quali la duchessa ed il duca di Cambridge partecipano quotidianamente.

Nonostante si rimanga in pagine strettamente pubbliche e non si possa quindi instaurare una vera e propria comunicazione, anche il principe Carlo aderisce con entusiasmo al mondo telematico, tanto da avere un sito ufficiale personale⁹⁶ ed una pagina Twitter (già menzionata nel paragrafo 2.1).

⁹⁵ Pagina ufficiale di Facebook: <http://www.facebook.com/pages/Kate-Middleton-Official-Page/> (Data ultima consultazione: 8 gennaio 2012).

⁹⁶ Sito ufficiale: <http://www.princeofwales.gov.uk/>. (Data ultima consultazione 8 gennaio 2012).

2.5 La risposta dei fan e l'opinione pubblica

La mattina dell' 8 novembre del 2010, alle 6 del mattino, quando mancavano poche ore all'inaugurazione della pagina ufficiale della famiglia reale inglese su Facebook, il quotidiano *The Telegraph* pubblicava un articolo nel quale si parlava di corsa al primo *mi piace*: una sorta di “gara” tra i fan più accaniti della corona che si contendevano il primo click sulla neonata pagina: “*Fans of the monarchy will this morning race to become the first to "like" the Queen on Facebook (...) Although it will not be possible to befriend the Queen or her relatives personally, website users will be able to state that they “like” her page*”⁹⁷.

Alle ore 8 della stessa mattina nasceva il primo profilo ufficiale della Famiglia Reale inglese sotto il nome di *The British Monarchy*. Il successo riscosso in poche ore dimostrava chiaramente come l'entusiasmo dei fan, a seguito di quest'ennesima entrata nel mondo dei *social networks*, fosse incontrollabile: migliaia di sostenitori della corona avevano aderito alla pagina con entusiasmo ed il giorno seguente il “profilo reale” contava più di 160.000 fan: “*La Regina d'Inghilterra, Elisabetta II spopolata in rete. La sua pagina ufficiale Facebook - o meglio la pagina della casa reale inglese - inaugurata ieri, è già da record, con oltre 160 mila fan conquistati in un*

⁹⁷M. Beckford, “Race to become first to “like” Queen on Facebook”, 8 novembre 2010, *The Telegraph* (<http://www.telegraph.co.uk/technology/facebook/8115865/Race-to-become-first-to-like-Queen-on-Facebook.html> Data ultima consultazione 24 gennaio 2012).

solo giorno”⁹⁸. Nonostante le critiche che la famiglia reale ha spesso ricevuto nel corso degli anni, l’entusiasmo dei fan nel vedere una così forte voglia da parte della Royal Family di integrarsi al mondo telematico e di cercare un’interazione virtuale è dimostrata dalla grande adesione che riscuotono le pagine pubbliche sui più noti *social networks*.

L’entrata nel mondo dei *social networks* da parte della Famiglia Reale inglese è stata dunque vista come un passo molto importante, indice di una modernizzazione davvero sorprendente. Tuttavia, vi sono diverse linee di pensiero che dividono l’opinione pubblica di fronte al percorso di interazione virtuale intrapreso dalla regina Elisabetta più di 4 anni fa. Leggendo gli articoli di giornale e i commenti pubblicati sui *tabloids* britannici, si nota chiaramente un netta divisione tra coloro che hanno apprezzato il cambiamento intrapreso dalla Famiglia Reale e coloro che, invece, vedono questa modernizzazione con occhio molto critico, ponendo l’accento sul fatto che l’unico scopo della Royal Family è quello di farsi pubblicità, senza la minima voglia di instaurare una vera e propria comunicazione con il popolo britannico⁹⁹.

⁹⁸Redazione web, “La regina Elisabetta spopola su Facebook”, 9 novembre 2010, *Business People* (http://www.businesspeople.it/Business/Media/La-regina-Elisabetta-spopola-su-Facebook_12037/ Data ultima consultazione 24 gennaio 2012).

⁹⁹K. Nicholl - C. Griffiths, “One’s on Facebook! Queen joins her grandchildren on the world’s biggest social networking site”, *Daily Mail*, 8 novembre 2010 (<http://www.dailymail.co.uk/news/article-1327311/Queen-joins-Facebook-worlds-biggest-social-networking-site.html> Data ultima consultazione 24 gennaio 2012).

Nel primo caso si rileva il forte entusiasmo di chi approva la voglia di svecchiare l'immagine austera e antica che ha sempre contraddistinto la Famiglia Reale. Una fetta molto significativa di questi sostenitori è composta da coloro che vivono lontano dai confini britannici: grazie all'uso dei *social networks*, chi non ha la possibilità di avere aggiornamenti costanti sulla Regina poiché lontano dall'Inghilterra può (in qualche modo) avvicinarsi ai propri beniamini: *"I'm quite enthused to get the Queen of England on FB. I follow them as much as I can from this country or as they say "across the pond". I have family living over there and do get over frequently but on FB would be just the greatest. Good idea you have there"*¹⁰⁰. È questo un commento tipico sia per l'entusiasmo che dimostra l'utente, sia per la riflessione sulla praticità garantita da Facebook.

Dall'altra parte, invece, vi è la completa disapprovazione espressa da molti membri del pubblico, i quali considerano inutile l'utilizzo di Internet e dei *social networks*, sottolineando il fatto che le pagine ed i profili in questione non permettono una comunicazione bidirezionale, ma lasciano gli utenti in una posizione di assoluta passività. Come si legge in un *post* critico e

¹⁰⁰ Commento di un utente proveniente dall'Ohio: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-1327311/Queen-joins-Facebook-worlds-biggest-social-networking-site.html#comments> (Data ultima consultazione 19 gennaio 2012).

fortemente ironico: “*Oh no, always through the window. Plebes may look, but not touch!*”¹⁰¹.

2.6 L'estremizzazione del tema: *Black Mirror*. Episodio: *The National Anthem*

Black Mirror, *The National Anthem* è il primo episodio di una serie tv uscita recentemente in Gran Bretagna e targata Channel 4¹⁰². La serie consiste in 3 diversi episodi (*The National Anthem*, *15 Million Merits* e *The Entire History of You*), i quali risultano apparentemente indipendenti l'uno dall'altro poiché ogni episodio racconta una storia a sé, ha un diverso cast, un diverso sceneggiatore e perfino un diverso regista. Tuttavia, analizzando con attenzione i tre episodi, si può notare come vi sia un filo logico preciso che unisce le tre storie: ognuna infatti, proprio come uno specchio nero, riflette gli aspetti inquietanti che le nuove tecnologie e i nuovi format comunicativi - soprattutto, ma non esclusivamente i *social media* - sono in grado di proiettare sulla società¹⁰³, mostrando con chiarezza il potere che essi hanno acquistato sulle nostre vite. Non a caso lo schermo di apertura

¹⁰¹S. Stein, “The Royal Family’s Facebook Fail”, 8 novembre 2010, Jezebel, comments (<http://jezebel.com/5684562/royal-family-joins-facebook-will-not-allow-poking> Data ultima consultazione 19 gennaio 2012).

¹⁰²Vedi: <http://www.channel4.com/info/press/programme-information/black-mirror/>.

¹⁰³Francesco, “*Black Mirror*, una nuova miniserie inglese stile *Ai Confini con la Realtà*”, 22 novembre 2011, Draconia Network (<http://tele-draconia.net/2011/11/22/black-mirror-una-nuova-miniserie-inglese-stile-ai-confini-della-realta/> Data ultima consultazione 24 gennaio 2012).

della serie mostra uno specchio nero *infranto*, come si può notare nell'immagine che segue.



Immagine 31 – Black Mirror

Il primo episodio della serie, dal titolo ironico *The National Anthem*¹⁰⁴ e quello che analizzeremo poiché tocca da vicino il tema della tesi, è senza ombra di dubbio molto interessante. Esso inscena infatti l'estremizzazione delle vicende che legano i reali britannici al mondo informatico, in particolar modo a quello dei *social networks*.

La storia si svolge a Londra: non abbiamo un tempo storico definito, ma guardando le immagini possiamo facilmente ipotizzare di trovarci ai giorni nostri. Protagonista è la principessa d'Inghilterra Susannah (nome fittizio, ma possiamo perfettamente riconoscere la figura di Kate Middleton), ormai prossima alle nozze, la quale viene rapita da un folle, probabilmente un

¹⁰⁴M. Hogan, "Black Mirror: The National Anthem, Channel 4, review", 4 dicembre 2011, *The Telegraph* (<http://www.telegraph.co.uk/culture/tvandradio/8932095/Black-Mirror-The-National-Anthem-Channel-4-review.html>, Data ultima consultazione 19 gennaio 2012).

terrorista, che chiede un bizzarro riscatto servendosi di un video caricato su Youtube.



Immagine 32 – Il video della principessa Susannah visto su Youtube e su Twitter¹⁰⁵

L'unico che può salvare la giovane vita della principessa è il Primo Ministro (Michael Callow), al quale però viene fatta una strana richiesta: il criminale, infatti, non pretende nessuna ricompensa in denaro, ma esige che il Primo Ministro si sottoponga a un rapporto sessuale in diretta televisiva nazionale e nientemeno che con un maiale. Gli occhi dei sudditi di sua Maestà avranno di che cibarsi per un bel po'.

Scioccato da questa richiesta, il ministro prova in tutti i modi a trovare un diversivo e soprattutto a far sparire il video rintracciato su Youtube.

L'impresa risulta però impossibile; anzi, in poche ore e molto prima che il governo possa intervenire in qualsiasi modo, proprio attraverso l'uso dei

social media (viene costantemente citato Twitter) il video diventa *viral* ed

¹⁰⁵ M. Medugno, "Black mirror serie Tv veramente innovativa, *Le News.eu*, 15 gennaio 2012 (<http://www.lenews.eu/tempo-libero/cinema/black-mirror-serie-tv-veramente-innovativa.html>) Data ultima consultazione 24 gennaio 2012).

ha già fatto il giro del mondo. Come si vede nel fotogramma sopra, Twitter rende impossibile ogni forma di discrezione e le decisioni individuali, anche le più dolorose, diventano inesorabilmente pubbliche.

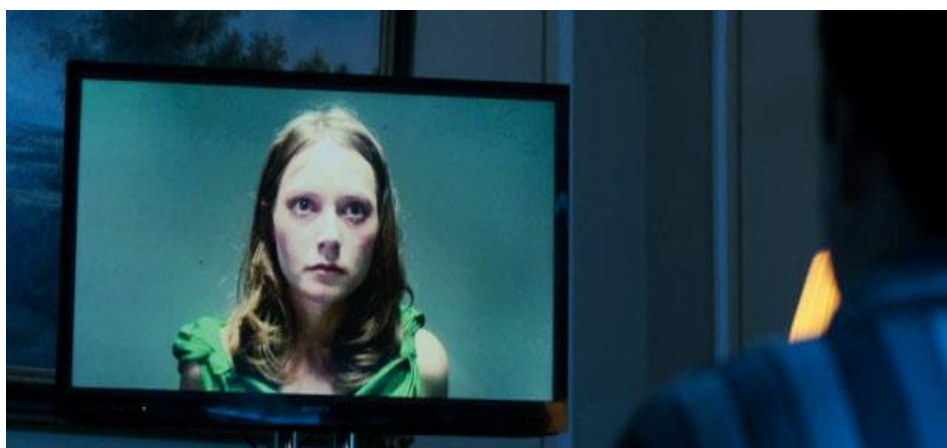


Immagine 33 – Il Primo Ministro intento a guardare il video della principessa rapita

Non resta altro da fare: condannato dal contrappasso del gradimento (o dell'ignominia) pubblici inesorabilmente espressi ed esprimibili dagli utenti dei *social networks*, costretto dal governo, che non gli concede vie di fuga data la pubblicità assoluta ormai raggiunta dall'episodio, il Primo Ministro, sotto gli occhi sconvolti di tutti gli spettatori, e soprattutto della moglie, accetta di compiere l'atto spregevole (ma così straordinariamente pubblico) e riesce così a salvare la principessa.

Il criminale, visto il gesto del Primo Ministro, rilascia la ragazza (abbandonandola significativamente in mezzo al Millennium Bridge) e decide d'impiccarsi. È importante notare a questo punto che in realtà il

rapitore è un artista, vincitore del prestigioso premio Turner:¹⁰⁶ l'intera situazione da lui creata fa parte di un progetto artistico, è una *performance*, un po' come *performances* di identità sono anche le bacheche e i profili pubblici che creano gli utenti dei *sociali networks*. E la sete di novità, di notizie, di fatti che zeppano le bacheche e i siti condivisi può davvero avere risvolti macabri, e mostrare una insaziabilità quasi ferina, proprio come nella distopia dello specchio nero creata dal Charlie Brooker.

L'episodio si conclude con delle immagini che ritraggono il Primo Ministro durante un'uscita ufficiale con la moglie, apparentemente sereno e tranquillo, ad un anno esatto dal bizzarro episodio. In realtà veniamo a scoprire che quell'atto compiuto per salvare la principessa ha per sempre segnato la sua esistenza. Ma, soprattutto, lo ha messo alla mercé dello *I like* dell'intera nazione¹⁰⁷.

Nell'episodio la linea che divide la satira dall'effetto shock è veramente sottile: ci troviamo di fronte ad un mondo controllato dai *social networks*, i quali hanno il potere di entrare nelle nostre vite e di comandarle a bacchetta.

Il creatore della serie, Charlie Brooker, spiega quali sono i motivi che lo

¹⁰⁶ Il premio Turner è un prestigioso premio di arte contemporanea. Venne istituito nel 1984 per celebrare i cambiamenti e le evoluzioni dell'arte contemporanea. Il nome del premio deriva dal famoso pittore e incisore William Turner (1775-1851). Vedi: <http://www.tate.org.uk/britain/turnerprize/> (Data ultima consultazione 24 gennaio 2012).

¹⁰⁷ Per guardare l'episodio: <http://www.channel4.com/programmes/black-mirror> (Data ultima consultazione 24 gennaio 2012).

hanno spinto ad ideare questo mondo, raccontando anche qual è il suo rapporto con i *social media*:

I'm all in favour of social networking. Online, I mean. Not in person. That's just disgusting. I don't use Facebook regularly any more, which means that on the infrequent occasions I DO log in, I discover people have married, reproduced or divorced – without my permission. In the world of Facebook I am dead yet, incredibly, their lives carry on regardless. It's like walking the earth as a ghost. But Twitter: that I use on an almost daily basis. It's where I get most of my breaking news, be it something as trivial as Berlusconi's resignation or as momentous as Nick Hewer blowing off on The Apprentice. When I was a hopelessly addicted smoker, I'd reach for a pack of cigarettes before getting out of bed. These days I reach for my iPhone with a similar level of instinctive reflex. At least I cough less.

Pur dimostrandosi molto favorevole all'uso di Twitter, Brooker spiega quali sono i lati negativi del *social network*:

But wonderful though I believe Twitter is, it has drawbacks. One is the element of public performance. As a writer, I'm accustomed to performing my opinions in print. I write to entertain, hence I exaggerate. And that's what everyone on Twitter is doing, to a degree, because the more entertaining your tweets, the more followers you gain, and watching your follower count rise is a irresistible addiction. Which means everyone is exaggerating for entertainment.¹⁰⁸

Chissà cosa avrà pensato la Famiglia Reale inglese (soprattutto la duchessa di Cambridge, Kate) vedendo questa serie, geniale e allo stesso tempo sconvolgente? Forse meglio non scoprirlo mai.

¹⁰⁸ C. Brooker, "Charlie Brooker on Black Mirror, Twitter and the media", 4 dicembre 2011, Radio Times (<http://www.radiotimes.com/news/2011-12-04/charlie-brooker-on-black-mirror-twitter-and-the-media>) Data ultima consultazione 19 gennaio 2012).

2.7 L'evoluzione e il cambiamento del tasto *traduci* di Facebook

Nel settembre del 2011 all'interno di Facebook, è stata sperimentata una nuova opzione da affiancare a quelle già presenti *mi piace*, *commenta*, e *condividi*: il tasto *traduci*. La peculiarità di questa nuova funzione consisteva nella possibilità di tradurre velocemente un qualsiasi testo del *social network* nella propria lingua, facilitandone così la comprensione.

Dopo una fase iniziale di prova, il 7 ottobre del 2011¹⁰⁹ l'opzione di traduzione è stata inserita definitivamente in tutte le pagine pubbliche del *social network*, permettendo così a tutti gli utenti della piattaforma di avere traduzioni istantanee di testi, didascalie e commenti. Questa novità ha rappresentato un'evoluzione davvero rilevante, poiché, per la prima volta all'interno di un *social network*, chiunque ha la possibilità di instaurare una comunicazione a tutto tondo con un altro utente di Facebook di qualsiasi parte del mondo¹¹⁰. Il successo riscontrato dal tasto *traduci* è stato tale da spingere gli sviluppatori di Facebook ad estendere l'opzione di traduzione istantanea anche alla chat del *social network*, permettendo, quindi, un ulteriore passo verso l'abbattimento delle barriere sociali e culturali derivanti dalla mancata conoscenza di una lingua straniera.

¹⁰⁹ “In arrivo il tasto traduci sulla fan page di Facebook”, *pmi servizi*., 7 ottobre 2011 (<http://news.pmiservizi.it/news/internet-news/traduzione-pagine-facebook-il-tasto-traduci-fan-page.html>) Data ultima consultazione 22 gennaio 2012).

¹¹⁰ E. Eldon, “Facebook is Testing a “Translate Button for Comments on Pages”, *Inside Facebook*, 2 settembre 2011 (<http://www.insidefacebook.com/2011/09/02/facebook-testing-translate-button-comments/>) Data ultima consultazione 22 gennaio 2012).

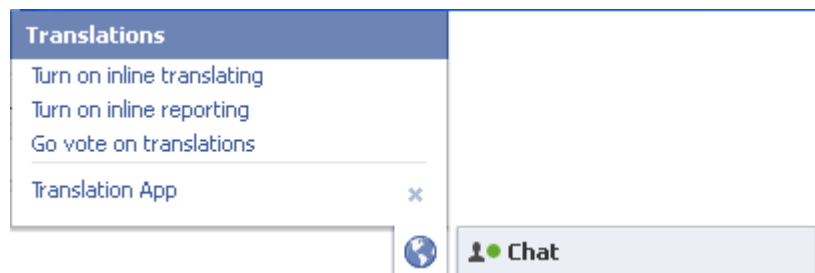


Immagine 34 – Possibilità di traduzione sulla chat di Facebook

Attraverso un semplice click sul tasto *traduci*, l'utente aveva accesso ad una traduzione letterale e meccanica fornita dalla piattaforma *Microsoft Bing*, simile per caratteristiche a quella fornita da *Google Translate*.

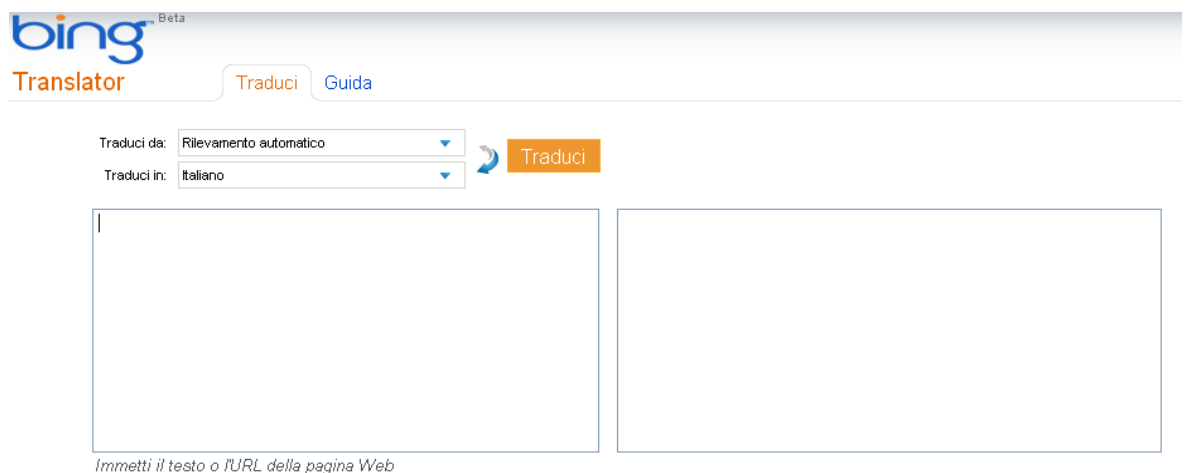


Immagine 35 – Il servizio di Microsoft Bing

Tale versione, disponibile solamente per alcune lingue¹¹¹ (inglese, francese, spagnolo, ebraico, cinese), permetteva la comprensione del testo stesso, ma era del tutto priva di qualsiasi regola grammaticale e sintattica. Essendo cosciente della carenza del servizio fornito, Facebook, contemporaneamente

¹¹¹ “Facebook introduce il tasto Traduci”, *GigaBlog*, 9 agosto 2011 (<http://download90.altervista.org/blog/facebook-introduce-il-tasto-traduci/> Data ultima consultazione 22 gennaio 2012).

alla traduzione fornita, apriva una finestra di pop-up nella quale veniva data la possibilità ad utenti competenti nella lingua in questione di poter apportare modifiche tali da migliorare la comprensione del testo¹¹².

Oggi, purtroppo, questa funzione non è più disponibile all'interno della piattaforma: chi voglia usufruire del tasto *traduci* ha la possibilità di farlo solo ed esclusivamente in maniera passiva, accettando quindi la traduzione letterale offerta dal servizio di *Microsoft* e non avendo più la possibilità di modificarla. Anziché avere il tasto *traduci*, oggi in qualsiasi pagina pubblica e privata troviamo la didascalia *visualizza traduzione*.



Immagine 36 – “Visualizza traduzione” nella pagina ufficiale della Famiglia Reale

¹¹² F. Vendrame, “Facebook lancia il servizio di traduzione simultanea”, *digital.it tariffe*, 7 ottobre 2011 (<http://tariffe.digital.it/facebook-lancia-il-servizio-di-traduzione-simultanea-7042.html>) Data ultima consultazione 22 gennaio 2012).

La motivazione ufficiale di questo cambiamento non è mai stata fornita da Facebook. Tuttavia è possibile supporre che la causa dell'improvviso mutamento del tasto *traduci* sia dovuta alla mancanza di controllo degli utenti che inserivano le traduzioni. Il *social network*, infatti, non poteva prevedere e riconoscere a priori l'effettiva capacità di un utente di poter migliorare la traduzione meccanica di *Microsoft Bing*. La libertà di navigazione, che rappresenta una delle qualità principali di Internet, è molto spesso abusata da alcuni utenti: ne sono una palese dimostrazione anche i già citati casi di *fake* presenti soprattutto all'interno dei *social networks*, Facebook compreso.

Se ne deduce che forse Facebook ha preferito offrire un servizio che, pur avendo evidenti lacune dal punto di vista grammaticale e sintattico, permette comunque una comprensione generale del testo in lingua straniera, proteggendosi così da eventuali utilizzi sbagliati.

2.8 Traduzione sulla pagina di Facebook della Royal Family

Come tutte le pagine pubbliche e private di Facebook, anche il profilo della Royal Family dà la possibilità a qualsiasi utente che la visita, di avere una traduzione istantanea del testo (scritto originalmente in inglese) attraverso il tasto *visualizza traduzione*. Come già menzionato precedentemente, si tratta

di una traduzione poco precisa e quasi completamente letterale: analizzando, infatti, una delle innumerevoli didascalie all'interno della pagina possiamo riconoscere le lacune che possiede il servizio di traduzione meccanica di *Microsoft Bing*.

Vediamo quindi come avremmo potuto modificare e migliorare un micro-testo all'interno della pagina di Facebook della Famiglia Reale qualora il *social network* avesse ancora dato agli utenti la possibilità di poter modificare e migliorare la traduzione di *Microsoft Bing*.

Riporto sotto la didascalia che verrà tradotta:



The British Monarchy
The Christmas Broadcast (better known as The Queen's speech) is now available to view on YouTube and to read on the British Monarchy's website. See:
www.youtube.com/theroyalchannel
and
<http://www.royal.gov.uk/ImagesandBroadcasts/TheQueensChristmasBroadcasts/ChristmasBroadcasts/TheQueensChristmasBroadcast.aspx>
Visualizza traduzione



The Christmas Broadcast 2011
www.youtube.com
Her Majesty speaks of families, friends and communities in this year's broadcast to the Commonwealth.

Mi piace · Commenta · Condividi · 25 dicembre 2011 alle ore 16.12 · 

 A 5.074 persone piace questo elemento.

 Mostra tutti e 621 i commenti  1.440 condivisioni

Immagine 37 - Il Messaggio di Natale della Regina

La traduzione di Microsoft Bing è la seguente:



The British Monarchy

The Christmas Broadcast (better known as The Queen's speech) is now available to view on YouTube and to read on the British Monarchy's website. See:

www.youtube.com/theroyalchannel

and

<http://www.royal.gov.uk/ImagesandBroadcasts/TheQueensChristmasBroadcasts/ChristmasBroadcasts/TheQueensChristmasBroadcast.aspx>

Il Natale Broadcast (meglio conosciuto come il discorso della regina) è ora disponibile per visualizzare su YouTube e a leggere sul sito della monarchia britannica. Vedere: www.youtube.com/theroyalchannel e <http://www.royal.gov.uk/ImagesandBroadcasts/TheQueensChristmasBroadcasts/ChristmasBroadcasts/TheQueensChristmasBroadcast.aspx>

(Tradotto da Bing)

[Visualizza traduzione](#)



The Christmas Broadcast 2011

www.youtube.com

Her Majesty speaks of families, friends and communities in this year's broadcast to the Commonwealth.



Mi piace · Commenta · Condividi · 25 dicembre 2011 alle ore 16.12 ·

A 5.074 persone piace questo elemento.

Mostra tutti e 621 i commenti

1.441 condivisioni

Scrivi un commento...

Immagine 38 – Traduzione della didascalia di Microsoft Bing

Leggendo queste poche righe tradotte possiamo notare come la traduzione offerta dal servizio di *Microsoft* sia quasi completamente priva di regole di sintassi e poco chiara.

Una traduzione più pertinente sarebbe la seguente: “ Il messaggio di Natale (meglio conosciuto come il discorso della Regina) è ora disponibile sul canale Youtube e può essere letto sul sito ufficiale della Famiglia Reale.

Visita i siti: www.youtube.com/theroyalchannel e

<http://www.royal.gov.uk/ImagesandBroadcasts/TheQueensChristmasBroadcasts/ChristamsBroadcasts/TheQueensChristmasBroadcast.aspx>".

Analizzando la traduzione meccanica fatta dal *Microsoft Bing* e mettendola a confronto con la traduzione "umana" (fatta da me), possiamo notare come, nel momento della traduzione, vi sia il bisogno di adattare il testo in base alle esigenze della lingua di arrivo. Una traduzione letterale è sicuramente chiara ma poco precisa: il processo meccanico di *Microsoft Bing*, infatti, non è in grado di cambiare completamente la frase, ma si attiene al testo che riceve, mantenendo identica la posizione delle parole e facendo una semplice traduzione dei vocaboli.

Capitolo III

“One’s on Facebook!”: Riflessioni su un articolo del *Daily Mail*

Il *clone account* creato dal *Daily Mail*

Questa parte della tesi sarà dedicata all’analisi e traduzione di uno degli articoli dei *tabloids* britannici dedicati ai rapporti tra i Reali inglesi e i *social media*. Lo studio di questi articoli mi ha notevolmente aiutata nella stesura della tesi e mi ha anche permesso di entrare virtualmente in contatto con il mondo britannico, soprattutto con le *communities* virtuali degli utenti inglesi (e non).

“One’s on Facebook! Queen joins her grandchildren on the world’s biggest social networking site” è il titolo dell’articolo scelto come campo della mia analisi. Esso è stato pubblicato l’8 novembre del 2010 (non a caso il giorno dell’inaugurazione del profilo ufficiale della Royal Family su Facebook) sul noto *tabloid* britannico *Daily Mail*. La peculiarità di questo articolo è data dal fatto che vi si ipotizza come sarebbe potuto essere il profilo personale della Regina Elisabetta se avesse deciso di usare Facebook come tutti i comuni utenti della piattaforma. Il falso profilo di sua Maestà (il termine tecnico è *clone account*) è stato probabilmente inventato dalle due autrici dell’articolo (Katie Nicholl e Charlotte Griffiths), le quali si sono divertite a

descrivere la Regina Elisabetta ed i suoi famigliari in modo ironico e anche graffiante.¹¹³

The screenshot shows a Facebook profile for 'The Queen'. The cover photo is a portrait of Queen Elizabeth II in a red coat and hat. The profile picture is a small portrait of the Queen. The page has a blue header with the Facebook logo and the text '(or how the Queen's page might look)'. Navigation tabs include Home, Profile, and Account. The main content area shows a post from 'The Queen' stating: 'The Queen now declares one's Facebook page officially open. Now, how does one 'poke' one?'. Below this are tabs for Wall, Info, Photos, and Videos. The 'Wall' tab is active, showing a list of posts from users like Harry Wales, Kate Middleton, William Wales, Cherie Blair, Philip of Greece, and Sarah, Duchess of York. Each post is a humorous comment. On the left sidebar, there is a section for 'Information' about the Queen, including her relationship status (Married for 62 years), birthday (April 21), and current location (Throne). Below this is a 'Friends' section showing a grid of profile pictures of royal family members and a 'Likes' section showing a list of names.

facebook (or how the Queen's page might look)

Home Profile Account

The Queen now declares one's Facebook page officially open. Now, how does one 'poke' one?

Wall Info Photos Videos

Harry Wales Wazzup Grandma! Catch my album from last night at Mahiki. Girls! Girls! Girls!
Today at 04:30 · Comment · Like

Kate Middleton Been shopping for wedding dresses, but can't find anything in Blaenau Ffestiniog
Yesterday at 19:46 · Comment · Like

William Wales Planning a big bash. Anyone know a cool Abbey?
Yesterday at 17:12 · Comment · Like

👍 Kate Middleton likes this.
Harry Wales Well, you could try Abi Titmuss, Abbey Clancy...

Cherie Blair I'm flogging some great curtains on eBay, they would suit the breakfast room at Balmoral. I could let you have them at a knockdown price ...
Yesterday at 13:13 · Comment · Like

Samantha Cameron So that's where the No 10 kitchen curtains went! We were blaming Gordon
👍 Gordon Brown likes this.
Cherie Blair I'm just undermining the market to make a point ...

Philip of Greece Only gone and put my bloody foot in it again! LOL
Friday at 21:16 · Comment · Like

Sarah, Duchess of York Can anyone lend me a fiver? I could introduce you to Andrew ...
Friday at 20:05 · Comment · Like

Information
Relationship status: Married for 62 years
Birthday: April 21 and the first or second (or sometimes third) Saturday in June
Current location: Throne

Friends
Harry Wales William Wales Eugenie York
Beatrice York Kate Middleton Zara Phillips

Likes
Corgis
Gin & Dubonnet
Crowns

¹¹³ Recentemente la Regina è stata protagonista di un *tweet* fasullo inviato dall'utente registrato come "The Queen (UK)" in cui si diceva che la torcia olimpica sarebbe passata da Clarence House per permettere alla Duchessa di Cornovaglia, Camilla, di accendersi una sigaretta. Vedi: <http://www.bbc.co.uk/news/uk-politics-15655959> (Data ultima consultazione 30 gennaio 2012).

Nel primo *post* viene dichiarata l'entrata ufficiale della Regina su Facebook: “*The Queen now declares one’s Facebook page officially open. Now, How does one ‘poke’ one?*”. Il primo pensiero della sovrana sembrerebbe quindi essere quello di ricevere un aiutino dagli altri utenti per imparare ad inviare un *poke* (a se stessa). La cosa più divertente da notare, però, sono le cosiddette *info* sul lato sinistro della fantomatica pagina. Troviamo, infatti, *stato sentimentale*: sposata da 62 anni; *compleanno*: il 21 aprile e il primo, secondo o terzo sabato del mese di giugno (poiché tradizionalmente la Regina d’Inghilterra festeggia “due compleanni”: il giorno della vera data di nascita, cioè il 21 aprile, più un sabato del mese di giugno in cui viene festeggiato ufficialmente il compleanno della Regina con una parata¹¹⁴); *occupazione*: attualmente sul trono. Gli *amici* della Regina sono i cinque nipoti (William, Harry, Beatrice, Eugenie, Zara) e Kate Middleton. Tra gli *interessi* di sua Maestà vi sono: i Corgis¹¹⁵ (i suoi amatissimi cagnolini), Gin & Dubonnet (è risaputo, infatti, che la Regina ed i suoi famigliari non disdegnano “un gocchetto” di tanto in tanto¹¹⁶) e *crowns* (le corone, ovviamente).

¹¹⁴ Vedi: <http://projectbritain.com/royal/birthday.htm> (Data ultima consultazione 26 gennaio 2012).

¹¹⁵ *Daily Mail* Reporter, “Queen to stop breeding beloved corgis after more than half a century of royal pets”, *The Daily Mail*, 25 maggio 2009. Vedi: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-1187279/Queen-stop-breeding-beloved-corgis-half-century-royal-pets.html> (Data ultima consultazione 30 gennaio 2012).

¹¹⁶ T. Geoghegan, “Who still drink Dubonnet?”, *BBC News Magazine*, 20 luglio 2009. Vedi: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/8159201.stm> (Data ultima consultazione 30 gennaio 2012).

Sulla bacheca della Regina vengono pubblicati i *posts* di alcuni componenti e amici della Royal Family, nei quali, con il classico humor inglese, si ironizza su alcune vicende imbarazzanti che li hanno visti protagonisti nel corso degli anni. Con tono scanzonato e colloquiale, il principe Harry scrive sulla nuova pagina della nonna alle ore 4:30 del mattino (forse di ritorno da un'allegria serata). Le chiede di sbirciare nel suo album di fotografie (appena pubblicato), che testimonia l'ennesima notte in bianco passata in un famoso locale di Londra circondato da alcool e ragazze: "Wazzup Grandma! Catch my album from last night at Mahiki¹¹⁷. Girls! Girls! Girls!". È infatti risaputo che Harry sia, in un certo senso, "la pecora nera" della famiglia, colui che spesso combina guai e che ama spassarsela per locali notturni.

E' poi il turno di Kate, la quale informa la futura "nonna" di aver visitato alcuni negozi per cercare l'abito da sposa senza, però, trovarlo (viene citato un paesino del Galles, Blaenau Ffestioniog): "Been shopping for wedding dresses. But can't find anything in Blaenau Ffestiniog". Prima di diventare un'icona di moda, Kate è stata spesso etichettata dalla Gran Bretagna come una ragazza dal modo di vestire particolare e stravagante, soprattutto dopo essere stata vista in un grande magazzino (proprio a Blaenau Ffestiniog),

¹¹⁷ Vedi: <http://www.mahiki.com/> (Data ultima consultazione 30 gennaio 2012); A. van Pragh, "The madness inside Prince Harry's favourite new bar", *The Daily Mail*, 12 febbraio 2007 (Vedi: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-435364/The-madness-inside-Prince-Harrys-favourite-new-bar.html> Data ultima consultazione 30 gennaio 2012).

ritenuto dal popolo inglese troppo modesto ed economico per una futura sovrana¹¹⁸.

Il terzo *post* è quello dell'allora principe William, il quale menziona il matrimonio, chiedendo consigli per la scelta dell'abbazia: "Planning a big bash. Anyone know a cool Abbey?", Kate, ovviamente, risponde al *post* con un *mi piace*, mentre Harry, da buon fratello e notorio *viveur*, dà qualche consiglio citando i nomi di due *starlettes* conosciute come abituali frequentatrici delle terze pagine dei quotidiani britannici: "Well, you could try Abi Titmuss, Abbey Clancy....". Il *pun* è ovviamente basato sulla presunta scarsa competenza scolastica di Harry, molto più a suo agio tra i divertimenti del jet set, il quale, scambiando la parola *abbey*, abbazia, per il nome di battesimo di una ragazza, si muove subito per trovare una "cool" (forte) accompagnatrice per il *bash*, il "festino", appunto, del fratello.

Il *post* di Cherie Blair (moglie dell'ex primo ministro Tony Blair) non lascia alcun dubbio sulla presunta avidità e avarizia che le è stata spesso attribuita¹¹⁹, ne' sulla capacità dimostrata in passato di svendere i souvenir di Downing Street su ebay¹²⁰. La donna, infatti, prova a vendere alla Regina

¹¹⁸ O.R. Hughes, "Prince William and Kate Middleton go shopping in Blaenau Ffestiniog", *Daily Post*, 29 aprile 2010 (<http://www.dailypost.co.uk/news/north-wales-news/2010/04/29/prince-william-and-kate-middleton-go-shopping-in-blaenau-ffestiniog-55578-26339529/>) Data ultima consultazione 26 gennaio 2012).

¹¹⁹ M. Hide, "Forget the Osbournes, here come the Blair-Booths!", *The Guardian*, 28 ottobre 2010 (<http://www.guardian.co.uk/lifeandstyle/lostinshowbiz/2010/oct/28/cherie-blair-ebay-lauren-booth-islam>) Data ultima consultazione 30 gennaio 2012).

¹²⁰ A. Gabbatt, "Cherie Blair sells Tony Blair's autograph on ebay for £ 10", *The Guardian*, 27 ottobre 2010 (<http://www.guardian.co.uk/politics/2010/oct/27/cherie-blair-tony-autograph-ebay>) Data ultima consultazione 30 gennaio 2012).

delle tende per la sala da pranzo: “I’m flogging some great curtains on eBay, they would suit the breakfast room at Balmoral. I could let you have them at a knockdown price...”. Samantha Cameron (moglie dell’attuale primo ministro David Cameron) commenta prontamente il *post*, accusando Cherie di aver preso le tende offerte alla Regina dalla cucina di Downing Street¹²¹. Il messaggio accusatorio continua con le scuse di Samantha all’ex Premier Gordon Brown¹²² (il quale, sollevato, mette *mi piace* al commento), ultimo, prima dei Cameron, ad aver vissuto in quella residenza: “So that’s where the No 10 Kitchen curtains went! We were blaming Gordon”.

Il penultimo *post* presente sulla pagina è quello del duca di Edimburgo, Filippo (marito della Regina), noto come *Philip of Greece* per le sue origini (egli, infatti, è nato a Corfù il 10 giugno 1921¹²³), che scrive di aver combinato un’altra delle sue classiche figuracce: “Only gone and put my bloody foot in it again! LOL”. E’ risaputo, infatti, che il principe Filippo sia stato spesso protagonista di alcune gaffe durante eventi pubblici che hanno portato non solo il popolo britannico, ma il mondo intero ad accusare il marito della Regina di razzismo e xenofobia: tra le gaffe più celebri ricordiamo quella verificatasi nel 1999 in una famosa fabbrica scozzese di

¹²¹ Il numero 10 di Downing Street è la residenza ufficiale del Primo Ministro del Regno Unito (http://it.wikipedia.org/wiki/10_Downing_Street Data ultima consultazione 26 gennaio 2012).

¹²² Gordon Brown è stato Primo Ministro Britannico dal 2007 al 2010 (http://en.wikipedia.org/wiki/Gordon_brown Data ultima consultazione 26 gennaio 2012).

¹²³ Vedi: http://it.wikipedia.org/wiki/Filippo_di_Edimburgo (Data ultima consultazione 26 gennaio 2012).

elettronica. Indicando una scatola di fusibili appena fabbricata e ritenendola poco sofisticata, Filippo disse: “sembra montata dagli indiani!”¹²⁴. Le scuse successive servirono a poco: durante gli anni il principe ha altre volte dimostrato di essere poco tollerante verso le altre culture¹²⁵.

L'ultimo *post* della fantomatica pagina è di Sarah Ferguson (Sarah, Duchess of York), la quale scrive: “Can anyone lend me a fiver? I could introduce you to Andrew...”. Per tutti coloro che non seguono le vicende della Famiglia Reale, la frase potrebbe sembrare priva di senso o poco chiara. In realtà, attraverso queste parole, gli autori della pagina fanno un chiaro riferimento ad un episodio sconcertante che ha visto Sarah Ferguson protagonista circa 2 anni fa (nel maggio 2010). Come sappiamo, infatti, la donna ha sposato Andrea (duca di York e figlio della Regina Elisabetta e del principe Filippo) nel 1986, acquisendo, quindi, il titolo di duchessa di York. Dopo alcuni anni di matrimonio e la nascita delle due figlie (Beatrice ed Eugenie), nel 1992 la coppia si è separata, per poi divorziare nel maggio del 1996¹²⁶. Da allora, pur non essendo più sposati, Andrea ha continuato a mantenere i rapporti con Sarah, soprattutto per pagare gli alimenti alle due

¹²⁴ “Uk Royal apology for race remark”, *BBC News*, 10 agosto 1999 (http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/416297.stm Data ultima consultazione: 26 gennaio 2012).

¹²⁵ Per una selezione di alcune gaffe celeberrime di Filippo, vedi: <http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/prince-philip/8567146/Prince-Philips-90th-Birthday-Duke-of-Edinburghs-best-gaffes.html> (Data ultima consultazione 30 gennaio 2012).

¹²⁶ Vedi: http://it.wikipedia.org/wiki/Sarah_Ferguson (Data ultima consultazione 26 gennaio 2012).

figlie¹²⁷. Nonostante le ingenti somme di denaro ricevute sia dall'ex marito sia dalle varie pubblicità commerciali che la vedono protagonista, Sarah Ferguson ha continuamente i conti "in rosso", essendo forse una donna poco dedita al risparmio. Nel maggio del 2010 il settimanale *News of the World* pubblicò il resoconto di un meeting con protagonisti Mazher Mahmood, fantomatico sceicco desideroso di intrecciare rapporti commerciali su suolo inglese, e Sarah Ferguson. Scopo dell'incontro era trovare un redditizio accordo economico tra le parti (la donna, infatti, stava negoziando una cospicua ricompensa di £ 500.000) in cambio di preziose informazioni e della presentazione dell'ex marito, Andrea di York. Andrea, in qualità di Royal Envoy for Trade, sarebbe infatti potuto diventare un utilissimo tramite nei traffici del fantomatico sceicco, resi possibili anche da una condotta diplomatica non proprio impeccabile del Principe¹²⁸.

Proprio in quell'occasione Sarah Ferguson, riferendosi alle proprie difficoltà finanziarie, pronunciò una frase piuttosto disinvolta che fece il giro del mondo: "I don't have a pot to piss in"¹²⁹. Non è casuale, quindi, dato il clamore suscitato dalla notizia, che il profilo della Regina contenga un *post*

¹²⁷ M. Holehouse, "Sarah, Duchess of York and Queen of Cringe", *The Telegraph*, 13 gennaio 2012 (<http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/theroyalfamily/9013458/Sarah-Duchess-of-York-and-Queen-of-Cringe.html>) Data ultima consultazione 26 gennaio 2012).

¹²⁸ S. Bathes, "Prince Andrew to step down as trade envoy, Buckingham Palace confirms", *The Guardian*, 22 luglio 2011 (<http://www.guardian.co.uk/uk/2011/jul/21/prince-andrew-trade-envoy-palace>) Data ultima consultazione 30 gennaio 2012).

¹²⁹ S. Bates, "Sarah Ferguson offered access to Prince Andrew for cash, says tabloids", *The Guardian*, 23 maggio 2010 (<http://www.guardian.co.uk/uk/2010/may/23/sarah-ferguson-andrew-cash-tabloid>) Data ultima consultazione 26 gennaio 2012).

che alluda a quel famoso episodio. Il 29 aprile del 2011, in occasione del matrimonio di William e Kate, Sarah Ferguson prudenzialmente non è stata invitata.

In conclusione, possiamo notare che il profilo Facebook immaginario della Regina è stato costruito seguendo un criterio che spesso è presente in molti profili di Facebook: immaginazione e realtà si intrecciano, facendo emergere nitidamente, condito da una dose di sano umorismo, come vero e verosimile, realtà e messinscena, caratterizzino le performance identitarie e sociali rese possibili dai *social networks*. A seguire, trascriverò il testo originale dell'articolo sul *Daily Mail* ed i commenti degli utenti, che tradurrò quindi in chiusura a questa sezione.

TESTO DELL'ARTICOLO

“One’s on Facebook! Queen joins her grandchildren on the world’s biggest social networking site”¹³⁰

Royal protocol doesn’t yet cover the correct way to ‘poke’ the Queen.

But as of today, Her Majesty has joined Facebook, the social networking site already popular with all her grandchildren.

However, unlike some of the younger Royals – who have been caught out when their private moments were revealed online – the official page for the British Monarchy will strictly concern itself with official news and engagements.

Facebook users, who send virtual ‘pokes’ to attract each other’s attention, will be able to receive frequent updates on the Royal Family’s activities by ‘liking’ the new account.

The official page will feature images, videos, news and speeches as well as an application which enables subjects to search for Royal events in their area through the Court Circular, the official record of the Royal Family’s engagements that has been produced daily since 1803.

‘The Queen has approved the decision – she knows all about Facebook,’ says an aide.

‘Facebook is the final frontier of the Royal Family’s foray into digital technology.

‘It’s basically the Royal Household’s way of broadening its appeal and communicating to members of the public. The Queen knows all her grandchildren use Facebook and it would be remiss of the Household not to be keeping up-to-date with the web.’

The decision to sign up to Facebook is the latest move by the Queen to tap into social media and networking sites.

Earlier this year the Monarchy opened an account on the photo-sharing website Flickr, which to date hosts more than 1,400 pictures, including images of the Queen visiting HMS Ark Royal on Friday, Royal investitures and Queen Mary’s exquisite dolls’ house at Windsor Castle.

¹³⁰ Vedi: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-1327311/Queen-joins-Facebook-worlds-biggest-social-networking-site.html> (Data ultima consultazione 24 gennaio 2012).

Last year a Royal Twitter account known as @BritishMonarchy was launched. It now has almost 70,000 followers and has posted more than 4,500 'tweets'.

The Household has also had a YouTube channel since October 2007.

Videos on The Royal Channel have been viewed more than eight million times since then, and it boasts 32,000 subscribers.

The Queen already has an unofficial Facebook fan page set up in her name with 13,228 followers.

On the site, Her Majesty's interests are listed as 'hunting, fishing and being God blessed'.

Among the topics on its discussion are 'God Save The Queen', while one Royalist, Josh Rollason, has commented on Her Majesty's status: 'The Queen is brilliant, God save her and her family,' and fellow Royal fan April Millington posted recently: 'God bless our kind, noble and gracious Queen.'

The new, official British Monarchy Facebook page will display Press releases and speeches as well as information about Royal events and ceremonies with a searchable UK map.

Users who sign up to the page – created as a three-way collaboration between Buckingham Palace, Clarence House and the Royal Collection – will receive daily updates via their news feed with links to the Royal YouTube channel.

While Facebook is a novelty to the Queen, the younger Royals are no strangers to the site.

Princes William and Harry both have pages on the site under secret names.

Their pages have strict privacy settings which do not allow users, even if they know the code name, to access their pictures or wall or add them as a friend.

The high privacy settings were installed after a series of Facebook pranks in 2007 when an internet user set up a fake page in the name of William Wales and successfully 'added' a number of Prince William's real friends, including Harry's former girlfriend Chelsy Davy and polo-playing pal Luke Tomlinson.

William has since set up other Facebook pages under the pseudonyms 'Wills Wombat Wales' and 'Bobby Davro'.

Both Princesses Beatrice and Eugenie also have Facebook pages with large numbers of friends.

Beatrice, who is studying history at Goldsmiths College, University of London, lists her favourite activities as 'skiing, riding and running', her favourite movie as The Sound Of Music and her favourite band as Mumford & Sons.

She is also listed as belonging to the Goldsmiths network and the St George's School network.

The Princesses have, however, been caught out on Facebook.

Princess Eugenie cemented her reputation as a party animal when pictures of herself knocking back shots, holding cans of Red Stripe Jamaican lager and clutching packets of her favourite Marlboro Lights cigarettes were posted on the site.

She recently landed herself in more hot water when pictures of her making 'piggy' faces with Sellotape strapped to her nose were posted.

And two years ago, photographs of Princess Beatrice partying during her gap year in Thailand appeared on the site.

Both girls have since improved their privacy settings.

Facebook was started by Harvard undergraduate Mark Zuckerberg in 2004 and now boasts 500 million users worldwide – although it is frequently criticised by privacy campaigners.

Comments:

I'm quite enthused to get the Queen of England on FB. I follow them as much as I can from this country or as they say "across the pond". I have family living over there and do get over frequently but on FB would be just the greatest. Good idea you have there. Constance Fritz

- constance fritz, Mt. Gilead, Ohio U.S.A., 8/11/2010 10:53

Rating ↑7

These reports that The Monarchy (meaning Elizabeth really) is 'embrac[ing]' both 'the world' and 'modern technology,' seem if anything disingenuous and at most a bit deceptive considering that one can't really 'friend' them, be so improper as to 'poke' them, or, really, do anything but 'like' them — thereby by signing up for their promotions and their newsletters.

- carouser, nyc, 8/11/2010 4:33

Rating ↓4

C O L (Crying out loud) She must be desperate for publicity - because the alleged popularity for the royal bunch has definitely waned - THANK GOD. I wonder which 'skivvy in waiting' will be updating it.

- Glo & Baz, Daventry, 8/11/2010 0:01

Rating ↓7

Can't wait for the royal family McDonald's Happy Meal figures.

- ashfield, leeds, 7/11/2010 22:52

Rating ↓6

Since at least a couple of comments here make the spurious claim that the queen and the monarchy are somehow beneficial to tourism, it's worth pointing out that this is factually not the case. While the royal residences do account for a small proportion of tourism revenue (<1%), it is probable that they would contribute more if vacated by the royal family as there would be more for tourists to see. The Tower of London is a case in point.

-Mike, Leeds, 7/11/2010 21:04

Rating ↓4

Very funny mock Facebook page. Really made me laugh. Well done DM!

- Ellie, London, 7/11/2010 18:33

Rating ↑4

Why oh why, Facebook is increasingly becoming, my opinion, a bit "chav like" (ok I'm a snob)

- Deb, Surbiton, 7/11/2010 18:32

Rating (0)

"Why is Kate Middleton looking for her wedding dress in Blaenau? There's hardly any clothes shops here let alone a wedding shop, - Sion, Blaenau Ffestiniog, 07/11/2010 14:56" I'm making it for her.

- Dress maker, Blaenau Ffestiniog, 7/11/2010 18:23

Rating ↑1

She has always like mixing with her subjects. I'm sure I saw her, with her corgies and minders, in St James Park. She was stooping to collect thier waste product from the grass, in a large plastic bag. She then walked away whistling and cheerfully swinging the full bag as she strolled back to the palace,. talking to various people on the way. If only I had my camera.

- tweenlines, Exeter UK, 7/11/2010 18:13

Rating (0)

Why is Kate Middleton looking for her wedding dress in Blaenau? There's hardly any clothes shops here let alone a wedding shop,

- Sion, Blaenau Ffestiniog, 7/11/2010 15:56

Rating ↓56

If you can't say something nice SHUT UP Our QUEen and the Royal Pageantry brings in the tourists and nobody does it better. Queen Elizabeth the second is a great Sovereign - just wish she were allowed to sway her Governments as she has more sense than them most of the time.

- Doreen Southey, Spain/UK, 7/11/2010 15:40

Rating ↑87

Queen on Facebook. She is the one person I would not want as a "friend".

- Peter, Brighton, East Sussex, 7/11/2010 15:34

Rating ↓98

I think this is a big mistake. Facebook is no place for someone as important as her. It is extremely unsafe and might lead to data leakage or the Queens data being sold to advertisers. Facebook has become unusable for anybody today. I have personally quit facebook and I am waiting for MyCube or Diaspora to release which seem to offer much better privacy settings - William Davis, Michigan, USA, 7/11/2010 Um, Mr Davis, this is a page set up and maintained by the Queen's office, purely to publicise her public engagements and does not contain any personal information relating to Her Majesty. What data do you think is going to be at risk here? No need to get all panicked that the Queen's personal information is out there because it isn't. I think it's a great idea, so many people use Facebook it shows that the Royal Household wants to keep up with the modern media.

- Claire, London, 7/11/2010 13:37

Rating ↑51

I was always wondering what TV channels does the queen watch? She never seems to know the names of the people at the Royal Variety Show and always asks them what they do for living? Will she be updating the Facebook pages herself?

- Londoner, London, 7/11/2010 12:21

Rating ↓30

LOVE the mock up Facebook page...genius! Just had us in stitches! Think I might refrain from 'poking' Her Maj though...

- Anon, London, 7/11/2010 12:14

Rating ↑272

LOLOL - One laughs out loud!!

- Jane, Loire, France, 7/11/2010 12:08

Rating ↑135

"Phew. Now she's on facebook and "one with the people" she can justify the millions of pounds she costs tax payers each year." - guybrush the royal family costs each of us about 70 - 80p per year. Id say that was good value considering the amount of tourism the royals bring in to this country.

- benny, mk, 7/11/2010 12:07

Rating ↑98

I can see her on Facebook.. I think she'd be a Farmville addict for some reason xP This page is funny!

- Me, Here, UK, 7/11/2010 12:05

Rating ↑55

I got a friends request...na na na na na

- Liverpool Fan, London, 7/11/2010 11:48

Rating ↑33

Hah - all you red arrowers should have perhaps READ the article before going on a rant. :D Ontopic - funny as hell!

- Anon, Devon, 7/11/2010 11:37

Rating ↑37

Very funny! I love how they made Gordon Brown "Like" Samantha Cameron's comment.

- Me, London, 7/11/2010 11:36

Rating ↑20

this is a really bad idea. its ridiculous that the queen is joining facebook after all the privacy issues lately. facebook is not safe enough for the queen. facebook sells our information without our consent to third parties. even we are not safe on facebook, forget about the queen! i will be switching to a secure social website like mycube or diaspora when they open. these sites are offering enhanced privacy control features and wont sell our content without our consent.

- chris james, manchester, UK, 7/11/2010 11:21

Rating ↓27

Phew. Now she's on facebook and "one with the people" she can justify the millions of pounds she costs tax payers each year.

- Guybrush, UK, 7/11/2010 10:27

Rating ↓74

This is a good idea and I hope it will improve the profile of the Common Wealth. That has a large amount of people and since the Iqar war has damaged the UN. On another topic I thought the wording Prince of Wales was a title, so can anybody tell me why Wales, seems to have become a surname, for Prince William and his brother

- Martin, Wells Somerset, 7/11/2010 10:25

Rating ↓30

Rather sad that the Queen has to lower herself to be involved with Facebook. I wonder who actually made this bad decision.

- Disillusioned, Middle England, 7/11/2010 10:22

Rating ↓40

Just had a look quite funny really.

- Samantha, london, 7/11/2010 9:59

Rating ↑23

Her Maj is looking gorgeous there! Cherry red is really her colour.

- Bliss, Paris, France, 7/11/2010 9:59

Rating ↑49

This is hilarious! Particularly the Prince Philip comment :-)

- Sarah, Labyrinth, 7/11/2010 9:43

Rating ↑95

Oh Goody.....will we be able to ask her why she signed each and every EU Treaty put under her royal nose ???

- Val Cowell, Poulton-le-Fylde UK, 7/11/2010 9:37

Rating ↓34

Ahm in de Palace Chillaxin' wit ma Corgz. Word Subjects. LOLZ. Innit!

- Goose, London, 7/11/2010 8:28

Rating ↑22

At least the DM properly called the Queen "Her Majesty". News readers on the BBC have been using "Her Royal Highness". Bad error, BBC. At one time, you'd have been thrown into the Tower for such a mistake!

- Richard, Leatherhead, 7/11/2010 8:19

Rating ↑31

I just loved the mock Facebook... had me laughing out loud. You go girl... erm Ma'am!

- Linda, Essex, 7/11/2010 7:33

Rating ↑43

I would be most humbled to be a 'freind' of Her Majesty. :)

- Oliver, Surrey, G Britain, 7/11/2010 5:46

Rating ↑18

I think this is a big mistake. Facebook is no place for someone as important as her. It is extremely unsafe and might lead to data leakage or the Queens data being sold to advertisers. Facebook has become unusable for anybody today. I have personally quit facebook and I am waiting for MyCube or Diaspora to release which seem to offer much better privacy settings

- William Davis, Michigan, USA, 7/11/2010 4:45

Rating ↓47

I have to admit, I did find the Mails mock up of what the queens page may look like quite amusing

- Daniel, Stoke, 7/11/2010 3:26

Rating ↑301

Like she doesn't already have most of the British and some of the world wide media reporting everything she does she wants to put it in FB as well. Not getting enough attention these days then.

- Jane, Northants, 7/11/2010 3:21

Rating ↓90

Good on you Ma'am. I know it's not for real, but I love the Wall headline for Philip of Greece.

- Pip, United Kingdom, 7/11/2010 2:13

Rating ↑174

TRADUZIONE DELL'ARTICOLO

“Eccoci su Facebook! La Regina raggiunge i nipoti sul più grande social network al mondo”

I protocolli reali non contemplano ancora il modo di mandare un “*poke*” corretto alla Regina.

Tuttavia, oggi Sua Maestà è entrata per la prima volta su Facebook, il social network già popolare tra i suoi nipoti.

A differenza dei Reali più giovani (i quali sono stati colti in flagrante quando vennero pubblicati su Facebook alcuni momenti delle loro vite private), la pagina ufficiale della Famiglia Reale si occuperà solo ed esclusivamente di *news* ufficiali e fidanzamenti.

Gli utenti di Facebook, che sono soliti mandarsi *pokes* virtuali per attrarre l'attenzione l'uno dell'altro, potranno ricevere aggiornamenti frequenti sulle attività della Famiglia Reale mettendo semplicemente un *mi piace* alla pagina.

Il profilo reale fornirà immagini, video, *news*, discorsi reali e un'applicazione che permetterà ai sudditi di cercare gli eventi ufficiali che si terranno in zone a loro prossime servendosi della “Court Circular”, il registro ufficiale degli impegni reali che viene compilato giornalmente dal 1803.

“La Regina ha approvato la decisione, già conosce Facebook”, ha confermato un collaboratore di Buckingham Palace, “Facebook è l’ultima frontiera raggiunta dalla Famiglia Reale nel mondo digitale. In questo modo, la Famiglia Reale potrà comunicare con il pubblico inglese. La Regina è a conoscenza del fatto che i nipoti hanno un profilo personale su Facebook e sarebbe poco appropriato se la Casata Reale non si tenesse aggiornata con le novità del web”.

La decisione di iscriversi a Facebook è l’ultimo passo della Regina per attingere al mondo dei *social networks* e dei *social media*.

Quest’anno la Monarchia inglese ha aperto un account sul famoso sito Flickr, nel quale è possibile condividere foto personali. La pagina ufficiale della Famiglia Reale contiene ad oggi più di 1.400 immagini che includono la visita della Regina all’“HMS Ark Royal” (di venerdì), le investiture Reali e la squisita casa di bambole della Regina Mary che si trova al castello di Windsor.

Inoltre lo scorso anno è stato creato un account su Twitter rintracciabile sotto il nome @BritishMonarchy il quale conta 70.000 fan e 4.500 *post*; mentre, nell’ottobre del 2007 la Famiglia Reale ha inaugurato un canale ufficiale di Youtube che oggi conta 32.000 fan e più di 8 milioni di click.

La Regina ha già una fan page non ufficiale su Facebook che conta 13.228 fan. In questa pagina immaginaria gli interessi di sua Maestà sono indicati

così: caccia, pesca ed essere “benedetta da Dio” (la celebre frase in inglese recita: *God bless the Queen* o *God save the Queen*).

Tra i vari *topic* di discussione, ve ne sono alcuni molto divertenti. Un esempio è: “Che Dio salvi la Regina!”. Un fervente monarchico inglese (Josh Rollason) ha commentato così lo status di sua Maestà: “La Regina è splendente, che Dio protegga Lei e la sua Famiglia”, mentre una fan (April Millington) ha recentemente postato le seguenti parole: “Che Dio benedica la nostra gentile, nobile e graziosa Regina”.

La nuova pagina ufficiale, sotto il nome di “The British Monarchy”, mostrerà articoli di giornale, discorsi e informazioni riguardo eventi reali e cerimonie, inclusa una mappa della Gran Bretagna che può essere consultata interattivamente.

Gli utenti che decideranno di iscriversi alla pagina – frutto di una collaborazione a sei mani fra Buckingham Palace, la Clarence House e la Royal Collection – riceveranno aggiornamenti giornalieri attraverso *news feeds*, compresi link provenienti dal canale reale su Youtube.

Mentre per la Regina il mondo di Facebook è completamente nuovo, i nipoti di sua Maestà già conoscono bene la famosa piattaforma: sia il principe William che il principe Harry hanno creato dei profili personali sotto nomi segreti. Le loro pagine hanno elevate misure di privacy che non permettono ai comuni utenti di poter accedere alle foto, alla bacheca o di poter inoltrare

una richiesta di amicizia. Le misure di privacy molto elevate sono dovute a una serie di scherzi avvenuti nel 2007, quando un utente di Facebook creò un profilo falso con il nome William Wales, riuscendo ad aggiungere con successo diversi tra gli amici veri di William, inclusa l'allora fidanzata di Harry (Chelsy Davy) e il compagno di polo di William, Luke Tomlinson. William ha successivamente creato altri profili Facebook sotto i nomi "Will Wombats Wales" e "Bobby Davro".

Sia la principessa Beatrice che la principessa Eugenie hanno un profilo personale su Facebook con un elevato numero di amici. Beatrice, che studia al Goldsmiths College presso l'Università di Londra, cita fra i suoi interessi "sciare, andare a cavallo e correre"; il suo film preferito è *Tutti insieme appassionatamente* e la band preferita è "Mumford & Sons". La principessa si è inoltre iscritta ai gruppi di Goldsmiths e della scuola di St. George.

Tuttavia le principesse sono state, in un certo senso, vittime del social network: la principessa Eugenie ha rafforzato la propria fama di "animale da festa" quando vennero postate sul social network alcune foto che la ritraevano mentre buttava giù shottini e birra Red Stripe Jamaica con un pacchetto di Marlboro Light in mano. Inoltre, la ragazza si è ficcata in nuovi guai quando sono state postate alcune foto che la ritraevano mentre faceva la faccia "da maiale" con un pezzo di scotch che le teneva il naso all'insù.

Due anni fa, invece, vennero postate alcune foto di Beatrice durante il suo anno sabbatico in Thailandia.

A seguito di questi episodi imbarazzanti, anche le due principesse hanno migliorato le proprie misure di privacy.

Facebook venne creato nel 2004 da uno studente di Harvard, Marc Zuckerberg. Nonostante le frequenti critiche azzardate da alcune campagne per la privacy, oggi il social network conta 500 milioni di utenti.

Commenti:

Sono veramente entusiasta di vedere la Regina d'Inghilterra su Facebook. Seguo la Famiglia Reale come posso dal mio Paese o come si dice "dall'altra parte della pozzanghera"¹³¹. Alcuni dei miei familiari vivono in Inghilterra, quindi li vado a visitare molto spesso. Tuttavia, avere la Regina su Facebook sarebbe veramente stupendo. Avete avuto una grande idea.

-Costance Fritz, Ohio USA, 8/11/2010 10:53

Rating ↑7

Quanto affermate relativamente al fatto che la Monarchia (o meglio la Regina Elisabetta) sta "abbracciando" il mondo e la tecnologia moderna sembra quantomeno poco corretto, anzi addirittura ingannevole considerando il fatto che non possiamo diventare amici della Famiglia Reale. Sarebbe inappropriato mandare *pokes*. Quindi non possiamo fare altro che cliccare *mi piace* per iscriversi alla pagina e ricevere promozioni e newsletter.

-carousers, nyc, 8/11/2010 4:33

Rating ↓4

¹³¹ Espressione usata per intendere l'oceano Atlantico.

COL ¹³²(crying out loud). Deve essere proprio disperata di farsi pubblicità: la presunta popolarità dei Reali Inglesi sta veramente scemando. Grazie a Dio. Mi chiedo quale dei “servi di compagnia” della Regina si occuperà della pagina.

-Gio & Bez, Daventry, 8/11/2010 22:52

Rating ↓7

Non vedo l’ora di trovare le figurine della Famiglia Reale in regalo nello Happy Meal di McDonald’s.

-Ashfield, Leeds 7/11/2010 22:52

Rating ↓6

Visto che un paio di commenti postati fanno pensare che la Regina e la Monarchia siano un beneficio per il turismo, preme sottolineare che questo non è assolutamente il caso. Dato che le residenze reali contribuiscono solo in piccola parte al turismo (meno dell’1%), è probabile che contribuirebbero molto di più se i Reali se ne andassero, lasciando ai turisti tante più cose da vedere. La torre di Londra è un esempio.

-Mike, Leeds, 7/11/2010 21:04

Rating ↓4

La pagina “per finta” di Facebook è veramente simpatica. Mi ha fatto veramente ridere. Ben fatto *Daily Mail*!

-Ellie, London, 7/11/2010 18:33

Rating ↑4

¹³² Espressione idiomatica usata in inglese per esprimere sorpresa e irritazione. Vedi: <http://idioms.thefreedictionary.com/for+crying+out+loud> (Data ultima consultazione 27 gennaio 2012).

Perché? ma perché? Facebook secondo me sta diventando sempre di più “da truzzo!” (ok, sono una snob).

-Deb, Surbiton 7/11/2010 18:32

Rating (0)

Perché Kate Middleton sta cercando il vestito da sposa a Blaenau? Qui è difficile trovare negozi di abbigliamento, figuriamoci negozi da sposa.

-Sion, Blaenau Ffestiniog 07/11/2010 14:56

Glione sto facendo uno io, di abiti da sposa!

-Sarta, Blaenau Ffestiniog 7/11/2010 18:23

Rating ↑1

Le è sempre piaciuto mischiarsi con i sudditi. Sono sicura/o di averla vista con i cani e le guardie del corpo nel parco di St. James. Era china a raccogliere i resti che i cagnolini avevano lasciato sul prato per metterli in una grande busta di plastica. Dopodiché se ne è andata fischiettando, facendo ondeggiare allegramente la busta piena e mentre tornava a palazzo si fermava per la strada a parlare con varie persone. Se solo avessi avuto la macchina fotografica.

-Tweenlines, exeter UK 7/11/2010 18:13

Rating (0)

Perché Kate Middleton sta cercando il vestito da sposa a Blaenau? Qui è difficile trovare negozi di abbigliamento, figuriamoci negozi da sposa.

-Sion, Blaenau Ffestiniog 07/11/2010 14:56

Rating ↓56

Se non riuscite a dire nulla di sensato, STATE ZITTI! La nostra Regina e tutta la corte portano turismo e nessuno potrebbe farlo meglio. La Regina Elisabetta è una grande sovrana. Spero abbia il potere di comandare di più sul governo dato che sembra avere molto più buon senso di quanto ne abbiano tutti loro.

-Doreen Southey, Spain/UK 7/11/2012 15:40

Rating ↑87

La Regina su Facebook. Lei è l'unica persona che non vorrei avere come "amica".

-Peter, Brighton, East Sussex 7/11/2012 15:34

Rating ↓98

Credo che sia un grande errore. Facebook non è il luogo adatto per una persona importante come lei. E' estremamente pericoloso, potrebbe esserci una fuga di dati e le informazioni della Regina potrebbero essere vendute ai pubblicitari. Oggi Facebook è diventato inutilizzabile per tutti. Per mio conto ho abbandonato Facebook e sto aspettando l'uscita dei social networks mycube e diaspora, i quali sembrano offrire misure di privacy migliori.

-William Davis, Michigan, USA 7/11/2010

Mmm, Signor Davis, questa è una pagina creata e controllata dagli uffici della Regina, usata puramente per pubblicizzare i fidanzamenti ufficiali e non contiene nessuna informazione personale che riguardi la Regina. Quali dati pensa siano a rischio? Non c'è alcun motivo di entrare nel panico per le informazioni personali della Regina, non sono disponibili. Io credo sia una buona idea, molte persone usano Facebook e questo dimostra che la Famiglia Reale vuole tenersi aggiornata con i nuovi media.

-Claire, London 7/11/2010 13:37

Rating ↑51

Mi sono sempre chiesto/a quali canali TV guardasse la Regina. Sembra che non conosca nemmeno i nomi dei personaggi del Royal Variety Show¹³³, tanto da chiedere loro cosa fanno nella vita. Sarà lei in persona ad aggiornare la pagina di Facebook?

-Londoner, London, 7/11/2010 12:21

Rating ↓30

¹³³ Galà che si svolge annualmente in Gran Bretagna e che coinvolge i membri della Famiglia Reale. Vedi: http://en.wikipedia.org/wiki/Royal_Variety_Performance (Data ultima consultazione 27 gennaio 2012).

Amo la falsa pagina di Facebook... genio puro! Mi ha fatto sbellicare dalle risate. Credo però che mi tratterrò nel mandare *pokes* a sua Mae....

-Anon, London, 7/11/2010 12:14

Rating ↑272

LOLOL (One laugh out Loud)¹³⁴

-Jane, Loire, France 7/11/2010 12:08

Rating ↑135

Che sollievo! Ora che è su Facebook ed è “una fra la gente” potrà giustificare i milioni di sterline di tasse che ci costa ogni anno.

-Guybrush, UK 7/11/2010

Rating ↓74

La Royal Family ci costa 70/80 penny all’anno. Direi che sia un prezzo buono considerando l’ammontare di turismo che i Reali portano a questo paese.

-benny, mk 7/11/2010 12:07

Rating ↑98

Già la posso vedere su Facebook... Per qualche ragione credo proprio che sarebbe Farmville-dipendente. xP Questa pagina è divertente!

-Me, here, UK 7/11/2010 12:05

Rating ↑55

¹³⁴ Espressione idiomatica inglese usata per esprimere divertimento e risate.

Ho una richiesta di amicizia... na na na na na

-Liverpool fan, London 7/11/2010 11:37

Rating ↑33

Eh, tutti voi che avete valutato l'articolo negativamente, avreste dovuto leggerlo bene prima di giudicare :D Riguardo l'argomento: è divertente come l'inferno!

-Anon, Devon 7/11/2010 11:37

Rating ↑37

Molto divertente! Amo il *mi piace* che hanno fatto dire a Gordon Brown al commento di Samantha Cameron.

-Me, London, 7/11/2010

Rating ↑20

Questa è proprio una cattiva idea. E' ridicolo il fatto che la Regina partecipi a Facebook dopo le recenti questioni di privacy. Facebook non è abbastanza sicuro per la Regina. Facebook vende le nostre informazioni, senza il nostro consenso, a terzi. Se non siamo sicuri noi su Facebook, figuriamoci la Regina! Userò un social network più sicuro come mycube e diaspora quando apriranno: questi siti offriranno strumenti di controllo sulla privacy migliori e non venderanno le nostre informazioni senza il nostro consenso.

-Chris James, Manchester, UK 7/11/2010 11:21

Rating ↓27

Che sollievo! Ora che è su Facebook ed è "una fra la gente" potrà giustificare i milioni di sterline di tasse che ci costa ogni anno.

-Guybrush, UK 7/11/2010

Rating ↓74

Questa è una buona idea e spero che migliorerà l'immagine del Commonwealth, che ha un gran numero di persone contro da quando la guerra in Iraq ha rovinato le Nazioni Unite. Parlando di altro, invece, credevo che Principe di Galles fosse un titolo reale, quindi qualcuno mi dica perché Wales sembra essere diventato il cognome del principe William e di suo fratello.

-Martin, Wells Somerset 7/11/2010 10:25

Rating ↓30

Sono abbastanza triste per il fatto che la Regina debba abbassarsi così tanto entrando su Facebook. Mi chiedo chi abbia preso questa pessima decisione.

-Disillusioned, Middle England 7/11/2010 10:22

Rating ↓40

Ho dato un'occhiata, veramente divertente.

-Samantha, London 7/11/2010

Rating ↑23

Sua Mae. è straordinaria nella foto. Il rosso ciliegia è veramente il suo colore.

-Bliss, Paris, France 7/11/2010 9:59

Rating ↑49

E' spassoso! In modo particolare il commento del principe Filippo ☺

-Sarah, Labyrinth 7/11/2010

Rating ↑95

Oh mio Dio! Saremo in grado di chiederle perché ha firmato tutti i trattati dell'UE che le sono stati messi sotto il naso reale?

-Val Cowell, Poulton-le-Fylde UK 7/11/2010 9:37

Rating ↓34

Sono nel palazzo a rilassarmi con i miei cagnolini. Attenti sudditi LOLZ capito?

-Goose, London 7/11/2010 8:28

Rating ↑22

Per lo meno il *Daily Mail* ha definito correttamente la Regina “Sua Maestà”. Gli annunciatori della BBC hanno usato “Sua Altezza Reale”. Proprio sbagliato, BBC. Un tempo, per un errore del genere, sareste stati buttati nella Torre di Londra!

-Richard, Leatherhead, 7/11/2010 8:19

Rating ↑31

Semplicemente adoro la finta pagina di Facebook. Mi ha fatto veramente ridere. Vai ragazza... ehm, Signora!

-Linda, Essex 7/11/2010 7:33

Rating ↑43

Per me sarebbe un grande onore essere amico di sua Maestà.

-Oliver, Surrey Gran Bretagna 7/11/2010

Rating ↑18

Credo che sia un grande errore. Facebook non è il luogo adatto per una persona importante come lei. E' estremamente pericoloso, potrebbe esserci una fuga di dati e le informazioni della Regina potrebbero essere vendute ai pubblicitari. Oggi Facebook è diventato inutilizzabile per tutti. Per mio

conto ho abbandonato Facebook e sto aspettando l'uscita dei social networks mycube e diaspora, i quali sembrano offrire misure di privacy migliori.

-William Davis, Michigan, USA 7/11/2010

Rating ↓47

Devo ammetterlo, ho trovato veramente divertente la pagina del *Daily Mail* su come sarebbe il profilo della Regina.

-Daniel, Stoke 7/11/2010 3:26

Rating ↑301

Come se la maggior parte dei media britannici e del resto del mondo già non riportassero qualsiasi cosa faccia, ora vuole anche essere su Facebook. Come se non avesse già abbastanza attenzioni in questo periodo.

-Jane, Northants 7/11/2010 3:21

Rating ↑301

Brava Maesta'! Anche se la pagina non è vera, adoro il commento di Filippo di Grecia.

-Pip, UK 7/11/2010

Rating ↑174

Attraverso questi post possiamo notare come il popolo britannico si divida fra coloro che hanno apprezzato l'entrata della Royal Family nel grande mondo dei *social media* e coloro che, invece, continuano a criticare la Famiglia Reale. Il lavoro di traduzione è stato utile non solo da punto di

vista semantico (aiutandomi a comprendere un po' meglio l'idea che ha il popolo britannico della Regina Elisabetta e della sua famiglia,) ma anche dal punto di vista linguistico, poiché mi ha permesso di entrare in contatto con l'inglese parlato, scoprendo molte espressioni idiomatiche e settoriali tipiche del linguaggio della messaggeria web.

Appendice

Repertorio di articoli sulla Famiglia Reale inglese e i social networks

FONTI IN ITALIANO

La Monarchia britannica si svecchia

La Regina fa gli auguri su YouTube

A 81 anni Elisabetta dimostra di essere al passo con i tempi e lancia il Royal Channel sul sito di video sharing

LONDRA - Nonostante la veneranda età ancora una volta non si smentisce e dimostra di essere sempre al passo con i tempi. La Regina Elisabetta d'Inghilterra, che proprio venerdì scorso con i suoi 81 anni, 7 mesi e 29 giorni di vita è diventata il sovrano più anziano nella storia del Regno Unito, utilizzerà anche YouTube per fare i tradizionali auguri natalizi alla sua nazione.

IN RETE - Basterà collegarsi dalle 16 del 25 dicembre al sito web [«www.youtube.com/theroyalchannel»](http://www.youtube.com/theroyalchannel) e si potrà ascoltare anche in rete il cinquantesimo messaggio d'auguri natalizio della Regina che naturalmente sarà trasmesso anche in tv .

TRADIZIONE - Gli amanti della tradizione e della casa reale inglese inoltre potranno già da domenica vedere sullo stesso sito i precedenti messaggi d'auguri della Regina e brevi filmati storici che hanno come protagonisti i membri della famiglia reale. Tra tutti spicca il primo messaggio d'auguri della Regina, trasmesso dalla tv nel lontano Natale del 1957. Elisabetta II dalla proprietà di Sandringham, nel Norfolk si rivolgeva a una nazione molto diversa da quella attuale, ma al tempo già dimostrava di aver intuito quanto la tv potesse avvicinare la Casa Reale ai suoi sudditi: «Ho grande fiducia in questo nuovo media che renderà il mio messaggio d'auguri più personale e diretto», diceva Elisabetta II nel video di 50 anni fa.

PORTAVOCE - Dopo aver annunciato il lancio del canale web, Buckingham Palace ha fatto sapere che la Regina «è sempre stata conscia del fatto che per mantenere il contatto con la gente è necessario stare al passo dei tempi e usare i mezzi di comunicazione più adeguati». Inoltre un portavoce della Casa Reale ha sottolineato: «Con questa innovazione, i suoi auguri natalizi raggiungeranno più facilmente i giovani e anche gli altri paesi». Il messaggio potrà essere visto e scaricato anche sul sito ufficiale della casa reale www.royal.gov.uk.

F. Tortora, *Corriere della Sera*, 23 dicembre 2007, http://www.corriere.it/esteri/07_dicembre_23/Regina_You_Tube_262104b6-b150-11dc-9f4d-0003ba99c53b.shtml

La famiglia reale inglese è su Flickr

Oggi Sua Maestà, la Regina Elisabetta II ha aperto i propri album di famiglia al mondo su Flickr. I reali britannici sono molto attivi sui *social network*, tanto da annoverare anche un account Twitter e un canale su YouTube. In realtà la galleria di Flickr risale al mese di aprile, ma aveva proposto esclusivamente gli scatti istituzionali dei fotografi. La novità di oggi è nella pubblicazione delle foto private della monarchia inglese.

Trattandosi di un'iniziativa voluta nientemeno che dalla Regina, è improbabile che nelle foto compaia da qualche parte la compianta Lady Diana. La notizia ha comunque una certa importanza mediatica. La famiglia reale è la prima monarchia a usare internet con tanta disinvoltura, senza che ciò infici la severità del protocollo. Non è un caso che proprio il Regno Unito sia all'avanguardia per gli open data nell'amministrazione pubblica.

Il fatto che la scelta sia ricaduta su Flickr è indice di come la piattaforma goda di un'altissima considerazione, nonostante l'annosa crisi del portale Yahoo!. Ogni membro della famiglia reale avrà una sua galleria che potrà gestire personalmente. Non è chiaro se sarà proprio la Regina a caricare "materialmente" le fotografie o, se sarà un addetto stampa a occuparsene. Voci parlano di Elisabetta II come di un'esperta navigatrice della rete.

F. Moretti, *download blog*, 26 luglio 2010,
<http://www.downloadblog.it/post/12811/la-famiglia-reale-inglese-e-su-flickr>

La regina Elisabetta spopola su Facebook

La pagina aperta dalla monarchia inglese luogo di dibattito sulla corona. In un solo giorno oltre 150 mila fan e migliaia di post, anche polemici

La Regina d'Inghilterra, Elisabetta II spopolata in rete. La sua pagina ufficiale Facebook - o meglio la pagina della casa reale inglese - inaugurata ieri, è già da record, con oltre 160 mila fan conquistati in un solo giorno. Foto, video, notizie, discorsi e circolari di corte, nella pagina della Regina e della famiglia reale non manca nulla. I fan possono "postare" e commentare quanto pubblicato, foto comprese. Nel giorno del debutto del profilo già migliaia i commenti postati. Alcuni dei quali hanno alimentato, almeno fino alla cancellazione dei post sgraditi, un acceso dibattito pubblico tra monarchici e repubblicani, sostenitori della Regina e critici. Ma non solo, tra i post, prontamente eliminati, anche nostalgici argentini che rinfacciano alla Corona britannica la Guerra delle Falkland e separatisti inglese di vario genere. Non è questa la prima escursione della monarchia inglese sul web 2.0. Buckingham Palace è già presente su *Twitter*, dove vanta un seguito di oltre 70 mila persone su Flickr e possiede un proprio canale su YouTube. "Facebook - ha dichiarato un collaboratore della regina al Daily Telegraph - è probabilmente l'ultimo bastione dei media sociali dove non è ancora presente la famiglia reale. E la regina si è impegnata a far parte appieno del XXI secolo. Tutti i progetti della pagina sono stati inviati ai piani alti di Buckingham Palace ed Elisabetta ne ha più o meno assunto il controllo".

redazioneweb, *Business People*, 09 novembre 2010
http://www.businesspeople.it/Business/Media/La-regina-Elisabetta-spopola-su-Facebook_12037/

Il matrimonio di Kate e William ed il ruolo dei social media

La famiglia reale per rafforzare il suo legame con il popolo britannico sta utilizzando i nuovi mezzi di comunicazione, ed il dispiegamento di social media per il prossimo matrimonio reale ne è la prova.

Il prossimo 29 Aprile nel Regno Unito sarà festa nazionale. Il Paese celebrerà nella cattedrale di Westminster a Londra il matrimonio del successore al trono, il principe William con Kate Middleton. Ma perchè i britannici amano la monarchia e ne seguono in maniera fedele le sue "gesta"?

Sebbene la famiglia reale sia stata colpita negli ultimi decenni da diversi scandali (non ultimo le amicizie pericolose del principe Andrea), la Regina Elisabetta non è stata sfiorata in alcun modo da questi scandali, ma ha saputo rappresentare stabilmente lo spirito della Nazione, ne ha seguito gli umori, rispettato le scelte e sorvegliato in maniera imparziale il susseguirsi degli eventi politici e sociali.

Compito del successore al trono sarà proprio quello di mantenere vivo il rapporto unico che lega la monarchia con il popolo britannico e non è un caso se i social media stanno diventando un elemento cruciale per rafforzare questo rapporto.

Per il matrimonio di Kate e William è stato inaugurato un sito web ufficiale, ma la Famiglia reale aveva già una pagina su Facebook, su Twitter, su Flickr ed un account su Youtube. Un portavoce della Famiglia reale ha dichiarato che solo dopo pochi giorni dal lancio del sito, la pagina web aveva ricevuto più di 2 milioni di visite.

Come riporta Print24, anche Microsoft ed Msn vogliono partecipare al matrimonio dell'anno ed hanno invitato tutti gli utenti Msn che parteciperanno al matrimonio di inviare le proprie foto, le migliori andranno a formare un album che sarà inviato alla coppia reale e messo all'asta per beneficenza.

Probabilmente sul sito ufficiale di Kate e William ci sarà una diretta del loro matrimonio: per chi non ha qualcosa di più edificante da fare, buona visione!

A. La Cava, *Breakfast in London*, 19 marzo 2011
<http://breakfastinlondon.blogosfere.it/2011/03/il-matrimonio-di-kate-e-william-ed-il-ruolo-dei-social-media.html>

Royal App su Android e iOS per celebrare i matrimoni reali

Il matrimonio dell'anno si avvicina e per festeggiare, l'unione di William e Kate, la *Royal Collection* ha deciso di rilasciare un' applicazione per Andorid e i sistemi iOS. Un applicazione celebrativa della famiglia reale, ma che non avrà nulla a che fare con i due novelli sposi. Darà spazio allo sfarzo e al romanticismo dei matrimoni reali della Gran Bretagna, raccontandoli con le immagini ufficiali.

A essere protagonisti dell'applicazione saranno tutti gli ultimi sette matrimoni reali tra cui quello della regina Vittoria e del principe Alberto, anche se siamo certi che quello maggiormente visitato sarà quello di Carlo e Lady Diana, il matrimonio che ha fatto sognare tutti.

S. Paolin, *android playa*, 6 aprile 2011
<http://www.androidplaya.com/android/applicazioni/royal-app-su-android-e-ios-per-celebrare-i-matrimoni-reali-1389>

Prince William falls victim to Facebook prank

It was yet another elaborate Internet hoax - an internet user claiming to be Prince William created a media frenzy after posting an entry on the 'social networking' website Facebook.

Under the name of William Wales - which the 24-year-old prince used during his Sandhurst training and at Eton - they posted an entry on the "social networking" website Facebook.

The name was registered last week with a photograph of the Prince on the slopes, in sunglasses and a ski hat.

Facebook allows users to join networks relating to universities, schools and workplaces or register as members of interest groups set up by members.

Of course it is hard to ensure that the person who posts an entry is who they claim to be. As the Daily Mail indicated yesterday, this meant a pretender to the throne could create a false profile with ease.

But the majority of "friends" listed had genuine connections to the prince, either through university, school or his social circles.

Anyone logging onto the site could search for the 'Prince's' picture page and a list of his friends by typing in "William Wales".

Users could send a message to his profile page or a request to be accepted as one of his friends - but unless he agreed, access to his personal page would be denied.

By yesterday afternoon an eclectic collection of 45 "friends" had registered and been accepted, ranging from society chums through to former students at St Andrews University.

Then there was a Katherine Middleton. But not, it seems, the prince's former girlfriend - who spells her name with a "C".

The fake William Wales appeared to have been using the site as recently as Sunday when he posted a message to Edinburgh University graduate Charlie Brooksbank reading, "happy birthday! all the best. W".

There is another William Wales listed on Facebook, but the picture is blank. There are also eight William Windsors. Some show pictures of the Prince, others are blank.

These profiles either have no friends registered to them, or are full of American students who have no connection to him.

A Buckingham Palace spokesman said he did not know if William was on Facebook, but he said: "We would consider it a private thing and not comment on it."

B. Hale e D. Robertsons, *The Daily Mail*, 15 maggio 2007
<http://www.dailymail.co.uk/news/article-454734/Prince-William-falls-victim-Facebook-prank.html#ixzz1kw17cvns>

MAKE WAY FOR THE Q Wii N

Elizabeth hogs Wills' Xmas gift from Kate ROYAL EXCLUSIVE

The gadget-loving Queen has become HOOKED on Prince William's new Nintendo Wii games console.

William's girlfriend Kate Middleton bought him the £200 gift for Christmas - but he now has to share it with his grandma.

A Palace source told *The People*: "When she saw William playing a game after lunch at Sandringham she thought the Nintendo looked tremendous fun and begged to join in.

"She played a simple ten-pin bowling game and by all accounts was a natural.

"It was hilarious. William was in fits of laughter. He was enormously impressed at having such a cool gran.

"And although she is 81 the Queen's hand-eye co-ordination was as good as somebody half her age."

The Wii was this Christmas's musthave gift. Players can create their own customised on-screen lookalike - just like our jokey Elizabeth pictured above.

Kate, 26 on Wednesday, watched as William, 25, unwrapped the gift at the Royal Family's festive gathering. Our source said: "He loves his gadgets and boys' toys. So it was the perfect present for him.

"His only difficulty now is prising it away from the Queen's clutches. She showed all the signs of becoming a Nintendo addict."

It's not the first time the Queen has joined the hi-tech revolution.

In 2001 she got her first mobile phone and has regularly upgraded to one with the latest features.

Her Majesty set up her own email account years ago.

In 2005 she took delivery of an iPod that stores more than 100,000 tunes.

And last June she added a trendy BlackBerry to her technological armoury - and made sure her senior staff were equipped with them too.

D. Rousewell, *People*, 6 gennaio 2008 <http://www.people.co.uk/news/uk-world-news/2008/01/06/make-way-for-the-q-wii-n-93463-20276099/>

Queen Elizabeth Makes Royal Visit To The Mushroom Kingdom

According to a British tabloid (and you know how reputable those are), Queen Elizabeth II has become the latest convert to the wonders of the Wii. Allegedly Prince William received the gaming system from his commoner girlfriend, Kate Middleton, and grandma was only too eager to have a go at it. A palace source claims that after a delightful lunch at Sandringham, HM Queen Elizabeth “thought the Nintendo looked tremendous fun and begged to join in.” He then added, “GIVE US A KISS, LUV!” Okay, maybe that last bit didn’t happen, but apparently The Queen was a bona-fide whiz with Wii bowling; although, still no word on whether or not she let out a resounding “BOOYAH!” after scoring a turkey. Nevertheless, we know who’ll be first in line when Nintendo releases their much anticipated game, Wii Afternoon Tea with Scones.

B-Side, *B-Side* *Blog*, 7 gennaio 2008
<http://www.bsideblog.com/2008/01/queen-elizabeth-makes-royal-visit-to-the-mushroom-kingdom/>

Antisocial Social Media: The British Monarchy Joins Flickr

For such a classical institution, the British Monarchy has tried surprisingly hard to be tech and social media savvy in recent years, but it has failed to embrace the “social” side of the term. The latest example of that is the royal family’s Flickr account, which just launched with hundreds of photos.

The Monarchy’s profile hosts images new and old, ranging from a wedding photo featuring Queen Victoria and Prince Albert to more recent photos from the Queen’s visits to New York City and Canada. There are even photos of the Queen as a baby. Each member of the family has his or her own set of photos, and there are a few more general sets such as “Latest News” and “Royal Events.” The categories match those found at the family’s website.

Buckingham Palace already maintains a Twitter profile, and it launched a YouTube account a couple of years ago. The Twitter account has a little bit more than 50,000 followers. It’s not used conversationally, of course; it’s merely a publishing platform for links to news stories and updates on the website.

The YouTube channel is a bit more interesting (though no more engaging) because it features interviews, speeches and documentary coverage of the activities and travels of the royal family. The videos are all promotional or informative in nature, and comments are disabled.

According to the AP, officials have said that bloggers are welcome to embed and share the photos from Flickr, however the images are watermarked “© Press Association” and no Creative Commons leeway is given. As is also the case with YouTube, you can’t comment at the royals’ Flickr account.

It’s interesting to see an institution so immersed in tradition embracing new and social media, but unsurprisingly, that embrace is a measured one. With no comments permitted, the propriety of distance is maintained even in the digital realm. Are they missing the point?

S. Axon, *Mashable Social Media*, 26 luglio 2010
<http://mashable.com/2010/07/25/royal-family-monarchy-flickr/>

The Royal family to share its memories by posting photos on Flickr

She has famously given YouTube and Twitter the Royal seal of approval. Now the Queen is to establish a presence on picture-sharing website Flickr.

Up-to-the-minute images of the Queen and other members of the Royal Family will be streamed on to the new Buckingham Palace Flickr page, which goes live tomorrow.

The site will initially store 600 images of the Royals and will have 28 sections covering senior members of the Royal Family including the Queen, the Duke of Edinburgh, the Prince of Wales, the Duchess of Cornwall and Princes William and Harry.

The online photograph album will provide a unique glimpse into the life and work of the modern Monarchy and will allow Flickr users to use the photographs in blogs and other social media.

As well as recent photographs of the Royal Family at work and play, the site will include more historical material drawn from the Royal collections.

There are several intimate family photos depicting both the Queen and Prince Charles as babies and children.

Highlights include a picture of the Queen when she was just two years old, and a family portrait which shows the three-year-old Princess Elizabeth enjoying tea with her parents, the future George VI and Queen Elizabeth.

The site also includes a letter sent to the future Queen Mother by nurse Clara Knight, who looked after the young Princess Elizabeth. The letter, which was sent to accompany a photograph and which is dated March 8, 1927, reads: 'If mummy looks into my wide open mouth with a little magnifying glass she will see my teeth. Elizabeth quite well and happy!'

The site also features a family snap of the Queen and the Duke of Edinburgh with a young Princess Anne and Prince Charles, taken in the grounds of Clarence House in August 1951.

The section dedicated to Charles has a picture of the heir to the throne on his first day at Hill House school and records key moments of his life, including his investiture in 1969.

Also featured in the collection is a wedding photograph of the Prince and the Duchess of Cornwall from 2005, as well as two photographs of the late Princess Diana. One shows Charles, Diana and their children William, then aged six, and Harry, aged four, on holiday in the Isles of Scilly. The other shows the couple and their sons saying goodbye to the people of Toronto following a Royal visit in 1991.

Several sections of the site are dedicated to the Queen's year and show her greeting guests at a garden party, presiding over a state banquet and even receiving the credentials of Werner Matias Romero, the ambassador for El Salvador.

There are also pictures from recent Royal visits to New York, Canada and Holyrood.

The site has more than 40 photos drawn from the Collection of Queen Victoria and Prince Albert. They include several of the couple, including a study of them completed by Roger Fenton at Buckingham Palace in 1854.

The Flickr account is a collaboration between Buckingham Palace, St James's Palace and Clarence House and is the latest attempt by the Royal Family to harness the power of new technology.

It follows the launch of the Royal Family channel on YouTube in 2007 and the establishment of the British Monarchy Twitter account in 2009. The bank of Royal photographs will grow as new images are added to the collection.

A Buckingham Palace spokesman said: 'The Royal Household is always keen to embrace new technology and the use of Flickr is an extension of that.'

Flickr has become a world phenomenon since its launch in 2004 and is now home to more than four billion images.

The British Monarchy website Flickr account can be accessed via www.flickr.com/britishmonarchy and www.flickr.com/photos/britishmonarchy photostream.

C. Hastings, *The Daily Mail*, 30 luglio 2010
<http://www.dailymail.co.uk/news/article-1297652/The-Royal-family-share-memories-posting-photos-Flickr.html#ixzz1kw552JZ2>

Queen to launch British Monarchy page on Facebook

The Queen is set to have an official presence on Facebook when a British Monarchy page launches on the internet-based social networking site.

Buckingham Palace says it is not a personal profile page, but users can "like" the service and receive updates on their news feed.

The Queen has reportedly embraced the web and sends e-mails. A British Monarchy Twitter feed is also available

The Facebook page is due to go live from Monday morning.

The page will also feature the Court Circular, recording the previous day's official engagements.

Royal Flickr

Also featured will be information about royal events and ceremonies, searchable on a UK map.

Its creation is a collaboration between Buckingham Palace, Clarence House and the Royal Collection.

Although users of the social networking site will be unable to add The Queen as a "friend" or attempt to virtually "poke" her as they would with anyone with a personal profile, they will be able to find out what royal events are happening nearby.

The launch of the Facebook page follows the introduction of the Monarchy's Flickr account earlier this year.

It also joined Twitter in 2009 and established a Royal Channel on YouTube in 2007.

Prince William has already been officially featured on social networking sites, with updates about his tour of New Zealand in January posted on to Facebook and Bebo by the New Zealand government.

Facebook has become a global internet phenomenon since it was started by Harvard undergraduate Mark Zuckerberg in 2004.

He created it as a network for his fellow students but the site's appeal quickly spread to other universities and later world wide.

BBC News, *BBC*, 7 novembre 2010 <http://www.bbc.co.uk/news/uk-11704599>

Race to become first to 'like' Queen on Facebook

Fans of the monarchy will this morning race to become the first to "like" the Queen on Facebook.

The Queen is said to have personally approved the plans for her page, which will go live tomorrow at 8am Photo: PA

At 8am an official British Monarchy page will be launched on the world's most popular social networking website, allowing users to connect with the Royal family online.

Although it will not be possible to befriend the Queen or her relatives personally, website users will be able to state that they "like" her page.

There will be a public list of friends of the page, prompting a race to become the first to press the "like" button on Monday morning.

The British Monarchy page will provide a hi-tech version of the traditional court and social announcements, detailing the daily engagements of members of the Royal family.

Fans will also be able to comment on these announcements.

Buckingham Palace says it does not know how many people will look at its Facebook page, although the official [@BritishMonarchy](#) account on Twitter already has 70,148 followers.

There is also [TheRoyalChannel](#) on YouTube, the video-sharing website, which has 32,418 subscribers and whose films have been watched 8.3million times over the past three years.

However fans eager to look at the Queen's presence on **Facebook** bombarded an unofficial page on Sunday, perhaps unaware that the real site was yet to go live.

The number of people who "like" the unofficial page rose from 16,293 to 18,613 on Sunday afternoon, after details of the official page were included in weekend newspapers, with many of them welcoming the Queen to cyberspace.

Buckingham Palace will not attempt to remove unauthorised tributes to the monarchy.

"I don't think that's in the spirit of Facebook," said a spokesman.

M. Beckford, *The Telegraph*, 8 novembre 2010
<http://www.telegraph.co.uk/technology/facebook/8115865/Race-to-become-first-to-like-Queen-on-Facebook.html>

The Royal Family's Facebook Fail

Any Royal-watcher prepared to rejoice (?) at the prospect of friending the Royals had better moderate his expectations. Buckingham Palace's new Facebook page is more "autocratic" than "social."

Don't get us wrong: the page is nothing if not comprehensive. Updates come thick and fast ("The Duke of York attends a Service for Remembrance in St. Anne's Cathedral, Belfast, 7 November 2010") and there are pictures aplenty. To dedicated Royal-followers, this will be manna from protocol Heaven.

But for anyone anticipating anything more scintillating than "Mr Neil MacGregor appointed to the Order of Merit" you're in for a lesson in the realities of Palatial social-networking. While you can "fan" "The British Monarchy" (and as of writing 87,576 people have) you certainly can't "friend" or be friended by whatever functionary handles the account. Of course, there are commenters to contend with, and naturally some republicans have taken the opportunity to voice their impatience on the page. Says Time, "By 8:15 GMT the Palace web team of two, also tasked with administering the royals' main website, Twitter and Flickr accounts, was scrambling to delete comments that might be expected to give a high-born lady the vapors."

Because obviously the queen will be glued to the keyboard, greedily counting her fans and untagging unflattering pictures. But however fast they're editing, a lot of reasoned arguments remain up there — ironically, opening the door for a lively and vibrant real-time debate that no amount of censoring can hide.

S. Stein, *Jezebel*, 8 novembre 2010 <http://jezebel.com/5684562/royal-family-joins-facebook-will-not-allow-poking>

The British Monarchy to join Facebook

(Mashable) - It's official: the British Monarchy has decided to join Facebook.

Before you rush off to friend -- or, even more boldly, poke -- your favorite queen or heir to the throne, note that it's only an official Page that will go live Monday morning, rather than individual profiles for each member of the monarchy.

This is the fourth profile Britain's royal family will have set up on a social networking site, having established a channel on video-sharing site YouTube in 2007, a profile on microblogging service Twitter in 2009 and an official photostream on photo-sharing site Flickr earlier this year.

The Page, a collaborative effort between Buckingham Palace, Clarence House and the Royal Collection, will feature a mix of news, links, videos and photographs of various members -- primarily Queen Elizabeth, and Princes Charles, William and Harry.

Those who "Like" the Page will be able to receive updates about the Royal Family's doings through their Facebook News Feed. Users will also be able to follow the Family's official engagements via the wall of an affiliated Page, dubbed the Court Circular.

Tell us: Will you "Like" the British Monarchy on Facebook?

Indvik (Mashable), CNN, 8 novembre 2010
<http://edition.cnn.com/2010/TECH/social.media/11/08/british.monarchy.facebook.mashable/index.html>

Royal wedding app to showcase marriages back to Queen Victoria

First royal app, to be launched for wedding of Prince William and Kate Middleton, details history of marriage in the monarchy

The Royal Collection app will offer a history of royal weddings since 1840.

First the website, now the royal wedding mobile app.

The Royal Collection, which normally deals in exhibitions, has broken new ground by releasing the first royal app, telling the story of nuptials in the monarchy through the ages, or at least since Queen Victoria's marriage to Prince Albert in 1840.

The monarchy already has a website for this month's wedding of Prince William and Kate Middleton, not to mention Flickr and Facebook accounts, both introduced last year, a Twitter site launched in 2009, and the Royal channel, which has been on YouTube since 2007.

Clearly speaking figuratively, Jemima Rellie, the collection's director of publishing, said: "Apps enable us to place works from the Royal Collection in the hands of a worldwide audience."

The app, which includes pictures of royal wedding dresses, jewellery and gifts, will be available in eight languages. It is the first of a royal series, with forthcoming apps to include changing the guard and state banquets.

S.Bates, *The Guardian*, 5 aprile 2011
<http://www.guardian.co.uk/uk/2011/apr/05/royal-wedding-app-queen-victoria>

Prince William and Kate Middleton to say 'I do' live on YouTube

The royal wedding will be streamed live on YouTube to millions worldwide at the request of Prince William and Kate Middleton, the Standard can reveal today.

A spokesman for William said: "This is a first. YouTube tell us this is something they have never tried before."

The couple are both on Facebook and are setting up a page to allow users to click an "I'm attending" button to get hourly updates on the day on the internet.

The Westminster Abbey wedding next week will be shown live on the Royal Channel on YouTube, which will take the BBC TV feed without commentary. There will also be a live blog explaining royal landmarks along the procession.

Aides said William and Kate had taken a close interest in the use of social media to broadcast the wedding.

From today the public can put their own video clips congratulating the couple onto a Wedding Book site on YouTube. Since February, more than 9.5 million visits have been paid to the site. Spectators will be able to download hymns to be sung in the abbey the day before the wedding.

The couple used Twitter used to announce their engagement in November and keep the public informed.

A spokesman for William at St James's Palace said of the couple: "They have been consulted throughout on all the technical things we are doing. They will be interested to see the Wedding Book at some stage in the future."

St James's Palace also revealed the couple will spend their first night at Buckingham Palace before heading off on honeymoon the next day. The honeymoon location remains a secret. It was also confirmed that Miss Middleton, who today received a coat of arms, will arrive at the Abbey with her father in the Rolls-Royce that was attacked during the student riots when it was being used by Charles and Camilla.

A £2 official wedding programmes will be sold by Scouts and Cadets lining the route on the day. A total of 150,000 will be produced, with profits going to William and Harry's charities.

The programme will feature an order of service, a thank you message from the couple and a portrait of William and Kate taken by Mario Testino.

A St James's Palace spokesman said today: "With only 10 days to go, all the big details have been decided. There are a few minor tweaks happening to the service at the abbey. The couple have thoroughly enjoyed the process of creating their big day."

Scotland Yard today revealed that the group Muslims Against Crusades has asked to mount a demonstration against the wedding. The Met has so far declined. The far-Right English Defence League has demanded permission to hold a protest if the Muslim group is granted permission.

The Met also announced today that police "spotters" will be deployed to identify known troublemakers in a bid to prevent the celebrations from being disrupted by violence.

The tactic, normally used to target football hooligans, will be used by detectives in response to evidence that the "same faces" have been behind the disorder which marred the recent TUC march and the tuition fee protests. The aim is to allow police to intervene rapidly at the first sign of trouble and to reduce the risk of serious disorder by detaining ringleaders.

In a further move, around 60 people arrested during the violence which accompanied the TUC march will be given bail terms barring them from entering Westminster on April 29. There is also expected to be a greater use of stop and search as officers seek to stop missiles and other potential weapons.

Met Assistant Commissioner Lynne Owens said: "We need to make sure that this is day of celebration and pageantry and that is what we expect. There is no specific intelligence of any threat to the royal couple or the event, but we would be naive to ignore all the chatter on social network sites and elsewhere."

R. Lydall e M. Bentham, *London Evening Standard*, 19 aprile 2011
<http://www.thisislondon.co.uk/standard/royal-wedding/article-23942856-prince-william-and-kate-middleton-to-say-i-do-live-on-youtube.do>

How The British Royal Family Has Embraced Social Media

An event that only happens once in a generation: a British Royal Wedding. On Friday, April 29 at 5am EST Prince William and Kate Middleton will be wed at the Westminster Abbey in London. People all over the world have been buzzing with anticipation. Crafters have been turning out little figures from a “knit your own royal wedding” book, screen-printing Will and Kate’s faces on bags and t-shirts and creating jewelry that states, “I prefer Harry!” Groupon in the UK created a proof by selling “Two Tickets to the Royal Wedding for 8 pounds (Value of 1200 pounds).” CNN’s Anderson Cooper, got an etiquette lesson in preparation for the Royal Wedding. CNN has a team of about 125 reporters, cameramen, and crew assigned to the wedding. And rightfully so, because an estimated two billion TV viewers will see all of or part of the wedding coverage. This would be the biggest audience in TV history. An expected 400 million more people are expected to view the event online or listen to it on the radio. The TV, online and radio consumption will equal about 35% of the world’s population.

The Royal Wedding used to be a strictly private occasion but it has now has turn into an international celebration. It seems that the Royal Wedding has been pushed into the digital age. The British Monarchy is draped in tradition, history, class and etiquette. But what people don’t know is that the Monarchy has embraced social media and other modern commutations. And they do in a style and grace that you would only expect of the British Royal Family.

Facebook: The British Monarchy

The official page posts 3-4 times a day with a mixture of historical facts, the Queens’ business, and information about the Royal Wedding, videos and pictures. Special points to note:

- they have created an official Facebook event for The Royal Wedding (I’m attending)
- they have a Facebook tab devoted The Royal Wedding that links to other resources about the event
- there is a “Near Me” tab where you can find out about Royal visits, ceremonies and events in your area
- they use the notes tab to display the official records of events at every castle and place, which shows great transparency of information for the Monarchy’s official business.

Twitter: The British Monarchy and Clarence House

Although I would love to see the Queen tweet about what she had for lunch, no individual of the Monarchy has their own official Twitter account. However, the official Twitter account for the British Monarchy does a great

job of updating the public on the latest Royal events that include members of the Royal Family. The Clarence House, the official Twitter account of The Prince of Wales, The Duchess of Cornwall, Prince William and Prince Harry is being used for the official Royal Wedding tweets. They update often, retweet others' posts and use hashtags.

YouTube Channel: The Royal Channel

The wedding will be broadcasted live on YouTube where you can watch every moment, read live commentary about the ceremony and procession route and the history behind the day. There is an area where you can watch people's congratulations videos from around the world and upload your own well wishing for the couple. It also includes a Google map of the procession, wedding book and official countdown to the broadcast.

Royal Wedding Website

This is the main hub to the all things about the wedding. It has details about the service, procession and reception. It has all of the latest news (which read more like a blog), showcases the above social properties (YouTube, Facebook and Twitter). They are definitely capitalizing on the excitement but also controlling the information that is being produced. Many details of the wedding are released on the website, such as the seating plan and selected guest list for Westminster Abbey, commemorative wedding stamps and the formal consent of the marriage by Her Majesty.

The Royal App

Yes, you read that right; the Royal Collection has an official Royal App for iPhone and Android. The app is about royal weddings of the past, telling the story of seven royal wedding from Queen Victoria and Prince Albert to The Prince of Wales and The Duchess of Cornwall.

It's Not Just about the Royal Wedding

The Queen has an awesome website for her Diamond Jubilee Pageant on the Thames River in June. The welcome page has a beautiful moving graphic, an area to join the mailing list, where to follow them on Twitter or Facebook. The website also enables you to register your vessel and learn about the history of pageants on the river.

Conclusion

The Royal Family has found their place in social media. Not only do they do well on all social media platforms, they have integrated all of their social media efforts. This helps them reach a variety of people in a variety of ways and helps bridge the gap between the Royalty and the commoners. The fact that the Royal Family can evolve and embrace the digital age shows the longevity of The Crown and the forward thinking to the future while maintaining the dignity their British titles hold. What do you think about the Royal Family's usage of social media?

S. Ryska, *eway direct blog*, 25 aprile 2011 <http://blog.ewaydirect.com/how-the-british-royal-family-has-embraced-social-media/>

The Royal Family Embraces Social Media

Love them or hate them the UK Royal Family seem to have taken a leaf out of Obama's book and have jumped into the world of Social Media in advance of the wedding this Friday, and they're doing a pretty good job.

As most people in Europe and the US will know, after the endless coverage of the last few months, Prince William is to marry Catherine "Kate" Middleton this Friday – the first heir to the throne to marry a 'commoner' in more than 350 years. Kate is also the first royal bride to have a university degree and to live with her husband before marriage. She is also, arguably, the first to have so much training in what being a royal means in advance of the wedding, thanks to a long courtship.

A thoroughly modern royal bride.

Royal Family Social Channels

So it is fitting that the Royal Family have chosen the upcoming wedding as a good time to become heavily involved in Social Media. The Royal Family, famously discreet and proper, are now letting the public get a little bit closer – although I think you will find they will draw the line at allowing the Royals to tweet themselves, instead letting press officials handle the channels, however it is still a giant step forward.

The Royal Family now has:

- Several Twitter accounts, the main ones being @ClarenceHouse and @TheBritishMonarchy;
- A Facebook page;
- A YouTube channel; and
- A Flickr photostream.

There is also an official royal wedding website and the wedding itself will also be streamed live on YouTube for viewers around the world, although if you live west of GMT you'll have to be up early to watch it live!

Through these channels the public are getting a peek into the run up to the wedding, as well as a greater understanding of the responsibilities of the Royal Family. Many British feel the Royal Family is outdated and too expensive a burden on the tax payers. Could this opening of the doors prove to be a turning point in public opinion?

Social Media Could Result In Protests

Social media has its downside however, and could prove to be a problem. As has been seen in recent months Facebook and Twitter are popular tools in organising protests, as seen with the Egyptian revolution. The British Police are all too aware that groups could quickly organise a protest along the parade route on Friday and have announced that they will be watching

all channels for any signs of negativity towards the wedding with Scotland Yard saying they are ready for anything that could disrupt the wedding.

The Big Day

Many are predicting the Royal Wedding will take the top trending spot on Twitter this Friday, and hopefully YouTube's servers will be able to handle the predicted millions that will tune in to watch the big moment.

Whatever happens though, and whatever your feelings are towards the Royal Family, it would be nice if everyone remembered that this is still a young couple who are getting married, and it's their day, even if they have to share it with the whole world.

S. Ryan, *Sarah Ryan – Life and Marketing in San Francisco*, 26 aprile 2011
<http://sarahryanblog.com/2011/04/26/the-royal-family-embraces-social-media/>

How the British Monarchy Uses Social Media

The Royal Wedding at Buckingham Palace on 29 April 2011: The Bride and Groom, TRH The Duke and Duchess of Cambridge in the centre with (clockwise from bottom right) The Hon. Margarita Armstrong-Jones, Miss Eliza Lopes, Miss Grace van Cutsem, Lady Louise Windsor, Master Tom Pettifer, Master William Lowther-Pinkerton | Photo credit: Hugo Burnand

If you haven't seen this official photograph yet (taken after the couple returned to Buckingham Palace but before they emerged for the public wave and kiss), you soon will. What's neat about it, aside from the playful pose by Master Pettifer and that it was shot in the throne room, is it is up on the [British Monarchy's official Flickr channel](#) for the world to view and share.

What's neater is the monarchy has shared photos on Flickr since April 2010, beginning with the [Queen visiting a cancer clinic](#).

The Monarchy wants to be where the people are, and the people — you and me — love it.

You only need to view the top half of the [official royal website](#) to see a prominently-featured [Facebook](#) link amid the top bar of photos and quick links to their Flickr and [Twitter](#) pages.

Their first tweet was in April 2009, appropriately featuring a link to photos.

Youtube also plays a part in the next section below, such as the ability through the aptly-named Royal Channel to watch the wedding procession, ceremony, and more [in this 3 hour video](#):

Their Youtube channel was created in October 2007.

If you click through any of the monarchic links, you will immediately notice the interconnectedness of different social channels. You will also see mentions of other feeds, such as the [Clarence House on Twitter](#).

And that is essentially the role of the British Monarchy today: not so much pomp and circumstance but socialization. Who doesn't want to socialize on the internet with queens, princes, and duchesses? Granted they may not be tweeting or facebooking individually, but I'll wager a bet they are very aware of what is written on their behalf and what people are writing in response.

Ari Herzog, *ariherzog*, 30 aprile 2011 <http://ariherzog.com/how-the-british-monarchy-uses-social-media/>

Bibliografia

Christakis N., J. Fowler, *CONNECTED. The Amazing Power of Social Networks and How They Shape Our Lives*, London, Harper Press, 2009.

Ciotti F., G. Roncaglia, *Il mondo digitale, introduzione ai nuovi media*, Roma, Laterza, 2003.

Marinelli P., *Due punto zero, partecipazione politica e social network*, Roma, Teseo Editore, 2010.

Sitografia

<http://ariherzog.com>
<http://austin.about.com>
<http://breakfastinlondon.blogosfere.it>
<http://cameronmarlow.com>
<http://download90.altervista.org>
<http://edition.cnn.com>
<http://en.wikipedia.org>
<http://facebookcommunity.blogspot.com>
<http://idioms.thefreedictionary.com>
<http://it.paperblog.com>
<http://it.wikipedia.org>
<http://jezebel.com>
<http://mahiki>
<http://mashable.com>
<http://news.bbc.co.uk>
<http://news.pmiservizi.it>
<http://sarahryanblog.com>
<http://subitotechs.com>
<http://tele-draconia.net>
<http://thenextweb.com>
<http://twitter.com>
<http://www.androidplaya.com>
<http://www.bbc.co.uk>
<http://www.bsideblog.com>
<http://www.businesspeople.it>
<http://www.censis.it>

<http://www.channel4.com>
<http://www.corriere.it>
<http://www.dailymail.co.uk>
<http://www.dailypost.co.uk>
<http://www.economist.com>
http://www.editorsweblog.org/Sintesi_rapcom_2011.pdf
<http://www.facebook.com>
<http://www.festivalscienzalive.it>
<http://www.flickr.com>
<http://www.garanteprivacy.it>
<http://www.guardian.co.uk>
<http://www.infojobs.it>
<http://www.insidefacebook.com>
<http://www.lenews.eu>
<http://www.mymovies.it>
<http://www.newsmagazine.it>
<http://www.officialroyalwedding2011.org>
<http://www.oscar.org>
<http://www.people.co.uk>
<http://www.princeofwales.gov.uk>
<http://www.projectbritain.com>
<http://www.radiotimes.com>
<http://www.royal.gov.uk/>
<http://www.royalcollection.org.uk>
<http://www.tate.org.uk>
<http://www.telegraph.co.uk>

<http://www.thecrimson.com>

<http://www.thisislondon.co.uk>

<http://www.ukpol.co.uk>

<http://www.webisland.net>

<http://www.weekendance.com>

<http://www.youtube.com>