



UNIVERSITÀ DI PISA

Corso di Laurea in Informatica Umanistica

TESI DI LAUREA

Analisi linguistica della chat di Google Plus

Candidato: *Chiara Benato*

Relatore: *Mirko Tavosanis*

Correlatore: *Franco Turini*

Anno Accademico 2010-2011

*Il computer non è una macchina intelligente
che aiuta le persone stupide, anzi, è una
macchina stupida che funziona solo nelle
mani di persone intelligenti (Umberto Eco)*

Indice generale

1. Introduzione	1
1.1 L'obiettivo, il perché della scelta e gli strumenti adoperati	1
1.2 Internet e i social network	2
2. Google+	4
2.1 Che cos'è Google+?	4
2.2 Le principali caratteristiche	5
2.3 Come iniziare	6
2.4 Caratteristiche principali	7
2.4.1 La Pulsantiera	7
2.4.2 Le Cerchie	8
2.4.3 Lo Stream	9
2.4.4 Menzionare una persona	12
2.4.5 Messaggi	12
2.4.6 Il Profilo Personale	12
2.4.7 Il Profilo dei cerchiati	13
2.4.8 Le Notifiche	14
2.5 Caratteristiche avanzate	15
2.5.1 Il Pulsante +1 sui Siti Web	15
2.5.2 Invitare una persona	15
2.5.3 I giochi	16
2.5.4 La chat	16
2.5.5 I videoritrovi	17
3. Google+ VS gli altri Social Network	18

3.1 Google+ VS Facebook	18
3.2 Google+ VS Twitter	20
3.3 Google+ VS Diaspora	21
4. La chat	23
4.1 Che cos'è?	23
4.2 Come funziona	24
4.3 Aggiungere utenti	25
5. Analisi linguistica della chat di Google+	26
5.1 Selezione degli utenti	26
5.2 Selezione delle chat	26
5.3 Analisi del corpus	27
5.3.1 Tipi di analisi	27
5.3.2 Analisi linguistica	28
5.3.3 Il lessico	29
5.3.4 Tipi di errori	29
5.3.5 Analisi grafica	30
5.3.6 Le emoticon	31
5.3.7 Le abbreviazioni, le variazioni e gli acronimi	35
5.3.8 Le alterazioni	36
5.3.9 La punteggiatura	36
6. L'analisi del corpus con Excel	38
6.1 Classificazione dei dati	38
6.2 Analisi delle emoticon	39
6.3 Analisi dei termini stranieri	41
6.4 Analisi delle abbreviazioni, delle variazioni e degli acronimi	42

6.5 Analisi delle alterazioni	44
6.6 Analisi delle espressioni dialettali	45
6.7 Analisi degli errori	48
6.8 Le correlazioni tra fenomeni	49
Conclusioni	55
Bibliografia	57

1 Introduzione

1.1 L'obiettivo, il perché della scelta e gli strumenti adoperati

“Su Google+¹ puoi condividere le cose giuste con le persone giuste”. Questo è il motto di Google Plus², il social network³ di Google Inc⁴, sul quale è incentrata questa tesi di laurea. L'obiettivo è analizzare le conversazioni che avvengono tra gli utenti nella chat di Google Plus.

Google Plus non è ancora molto diffuso tra gli utenti italiani che si collegano a Internet. Per tale motivo, con questa tesi si vuole anche illustrare il suo funzionamento, le sue caratteristiche e i suoi punti di forza rispetto ad altri social network.

Per questo lavoro è stata richiesta la partecipazione di 24 utenti italiani (10 maschi e 14 femmine), di età compresa tra i 20 e i 28 anni e per la maggior parte studenti universitari, che hanno inviato le loro conversazioni. In totale, il corpus è composto da 55 conversazioni in lingua italiana, raccolte tra settembre e dicembre 2011.

Per analizzare al meglio il corpus si è deciso di dividere le conversazioni in base al sesso degli utenti, così da poter anche verificare chi ricorre maggiormente alle emoticon, alle abbreviazioni, alle variazioni, all'utilizzo marcato della punteggiatura e così via. Per effettuare questo tipo di analisi, dal punto di vista statistico e informatico, si è scelto di avvalersi di *Microsoft® Office Excel 2007*; per raccogliere il corpus si è scelto *Microsoft® Office Word 2007*.

¹ Google+ è accessibile tramite il seguente link <https://plus.google.com>

² Per ulteriori approfondimenti si rimanda a: Avis, Williams. 2011. *How to use Google Plus: the essential guide to use Google Plus*. Smashwords Edition

Goldfarb, Sam. 2011. *The Google+ book: how to use the Google Plus for yourself & your business*, Tradimax Edition.

³ http://it.wikipedia.org/wiki/Social_network

⁴ http://it.wikipedia.org/wiki/Google_Inc

La tesi si sviluppa in sei capitoli, così articolati:

Nel primo si espone un quadro generale dello sviluppo dei social network.

Nel secondo si illustrano le principali caratteristiche di Google Plus e il suo funzionamento.

Nel terzo si confronta Google Plus con alcuni dei più famosi social network presenti sul Web, come Facebook, Twitter e Diaspora.

Nel quarto si spiega che cosa è e come funziona la chat di Google Plus.

Nel quinto si presenta l'analisi linguistica a cui è stato sottoposto il campione di conversazioni raccolte.

Nel sesto l'analisi linguistica viene approfondita attraverso l'analisi statistica e informatica dei dati a disposizione.

1.2 Internet e i social network

Fino alla fine degli anni Novanta, la Rete si basava sul cosiddetto Web 1.0 ed era principalmente costituita da siti web statici, che non prevedevano alcuna interazione con l'utente, eccetto la normale navigazione tra le pagine, l'uso delle e-mail e dei motori di ricerca. In seguito, grazie all'integrazione con i database, all'utilizzo dei sistemi di gestione dei contenuti (CMS⁵), attraverso l'impiego di linguaggi di scripting come Javascript, degli elementi dinamici e dei fogli di stile (CSS⁶) per gli aspetti grafici, sono state create delle vere e proprie applicazioni web che hanno permesso un elevato grado di interazione tra sito e utente (per esempio l'e-commerce). Così la rete si è evoluta, consentendo agli attori sociali di entrare in relazione e condividere contenuti: nasce il Web 2.0.

⁵ http://it.wikipedia.org/wiki/Content_management_system

⁶ <http://it.wikipedia.org/wiki/Css>

Dal punto di vista tecnologico, il Web 2.0 è abbastanza equivalente al Web 1.0, in quanto l'infrastruttura di rete continua ad essere costituita da TCP/IP⁷ e HTTP⁸ e l'ipertesto è ancora il concetto base delle relazioni tra i contenuti. La differenza sta nell'approccio con il quale gli utenti si rivolgono al Web, che passa dalla semplice consultazione alla possibilità di contribuire con propri contenuti.

La Rete è in continua evoluzione e la nuova matrice di base che caratterizza il Web è data dalle connessioni tra persone, attraverso i social network. Ogni persona tende così a essere un nodo da cui si ramificano dei collegamenti che raggiungono e uniscono altri utenti, creando una vera e propria ragnatela sociale: il social network, ovvero una community nella quale i singoli utenti creano gratuitamente un profilo personale e una propria cerchia di conoscenze con cui condividono contenuti come immagini, audio, video e testo.

⁷ <http://it.wikipedia.org/wiki/TCP/IP>

⁸ <http://it.wikipedia.org/wiki/Http>

2 Google+

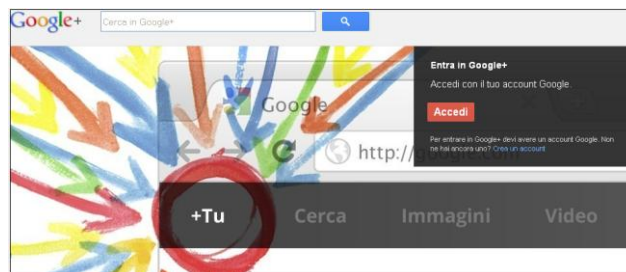
2.1 Che cos'è Google+?

Google+ (pronunciato e a volte scritto come Google Plus, talvolta abbreviato come G+) è un social network gratuito fondato da Google Inc, come risposta a *Facebook*⁹. L'idea di base di Google è quella di creare un social network che possa integrare tutti gli altri servizi offerti dall'azienda.

Il suo lancio sul web è avvenuto il 28 giugno del 2011¹⁰, ma solo in fase di test (field testing¹¹) e su invito¹².

Il 20 settembre 2011¹³ è stata lanciata la versione beta (Google non considera ancora Google+ un social network completamente sviluppato) pubblica, che non richiede più l'invito. Il 14 luglio 2011, dopo solo due settimane dal lancio, Larry Page ha annunciato che Google+ aveva superato i 10 milioni di utenti registrati¹⁴. Il 13 agosto 2011, dopo 43 giorni dal lancio, gli utenti stimati erano più di 25 milioni. Il 29 settembre 2011 erano stati raggiunti 50 milioni¹⁵.

FIGURA 2.1 La Home di Google+



⁹ Per ulteriori approfondimenti si veda: Alba, Jason e Stay Jesse. 2008. *I'm on Facebook: now what???*. Silicon Valley, Happy About

¹⁰ <http://en.wikipedia.org/wiki/Google%2B>

¹¹ http://en.wikipedia.org/wiki/Software_testing

¹² <http://www.npr.org/2011/06/29/137507567/facebooks-newest-challenger-google-plus>

¹³ <http://www.hdblog.it/2011/09/20/google-apre-la-beta-pubblica-a-tutti-gli-utenti-con-tante-novita/>

¹⁴ <https://plus.google.com/106189723444098348646/posts/dRtqKJCbpZ7#106189723444098348646/posts/dRtqKJCbpZ7>

¹⁵ <http://it.wikipedia.org/wiki/Google%2B>

2.2 Le principali caratteristiche

Google+ presenta un'interfaccia in lingua italiana e i nomi dei vari comandi/pulsanti sono presentati qui di seguito insieme alle principali caratteristiche del sito:

- *Le Cerchie*: un modo per gestire facilmente i propri contatti
- *I Videoritrovi*: una videochat per comunicare in contemporanea con un massimo di 10 persone
- *Il Messenger*: una chat che permette di scambiare messaggi con più persone in contemporanea (disponibile solo sui dispositivi mobili)
- *I Giochi*: delle applicazioni per giocare da soli o con gli amici¹⁶
- *Gli Spunti*: un front-end di *Google Search* che permette, attraverso la ricerca su Google, di identificare gli argomenti ritenuti interessanti e di condividerli con gli altri
- *Lo Stream*: un sistema di visualizzazione che permette, tramite la casella di input, di inserire uno stato, condividere foto/video e vedere gli aggiornamenti degli utenti
- *Cerca in Google+*: un motore di ricerca interno che permette di ricercare persone o contenuti facenti parte di Google+ stesso

Google+ offre importanti novità rispetto ai social network già presenti in Rete. Permette, infatti, di entrare a far parte dei Videoritrovi, ovvero stanze virtuali dove è possibile condividere video e parlare con tutte le persone presenti, utilizzando una webcam e un microfono. Se non si dispone di webcam o microfono è possibile interagire con gli altri utenti tramite la chat, che permette anche di scambiare file.

¹⁶ <http://googleblog.blogspot.com/2011/08/games-in-google-fun-that-fits-your.html>

2.3 Come iniziare

Per usare *Google+* è necessario essere registrati su Google, ossia avere un *Google Account*¹⁷.

L'utente che dispone di un *Google Account* può fruire di tutti i servizi di Google: *Gmail* (la mail di Google), *Google Docs* (strumento attraverso il quale è possibile caricare, scrivere e condividere documenti online), *Google Calendar* (per gestire un vero e proprio calendario, in cui appuntare i vari impegni) e così via.

Google+ ha adottato una politica che obbliga gli utenti del servizio internet a identificarsi con nomi reali. Chi non rispetta tale politica (registrandosi con pseudonimi, soprannomi e non reali non-standard) rischia la sospensione e la cancellazione dell'account.

Giunti sulla Home page di *Google+*, se non è già attivato l'account di Google, verrà chiesto di fare il *login*. Se non si dispone di un account, basterà cliccare sul pulsante “*Crea un account*” e crearne uno.

Dopo aver attivato il *Google Account*, comparirà la *form* di registrazione a *Google+*, in cui si chiede di compilare i campi Nome, Cognome, Sesso. Volendo, si può caricare una foto che apparirà come immagine del profilo.

Per completare la registrazione, si possono inserire informazioni aggiuntive (scuola/università frequentata, titolo di studio, luogo in cui si lavora, luogo in cui si vive) e passare poi alla ricerca dei primi amici tra quelli che sono presenti nei possibili account di posta già posseduti (Yahoo, Hotmail), oppure semplicemente cliccare su “*Continua*” per procedere.

A questo punto, *Google+* consiglia dei personaggi famosi da seguire (per adesso sono consigliati soprattutto personaggi americani) di cui si possono leggere i post pubblici.

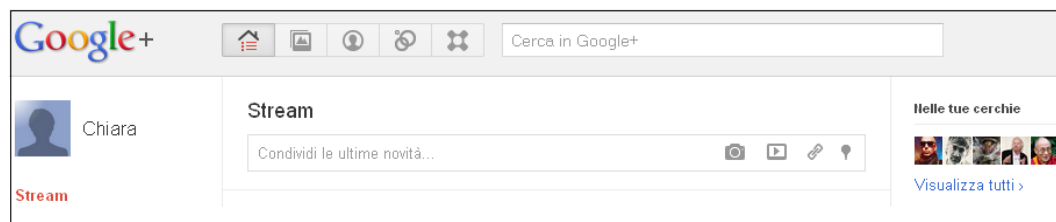
¹⁷ http://en.wikipedia.org/wiki/Google_account

2.4 Caratteristiche Principali

2.4.1 La Pulsantiera






Una volta effettuato il login su Google+, apparirà lo *Stream* in cui compaiono le notizie pubblicate dalle persone che l'utente ha aggiunto alle proprie cerchie e, in alto, una barra di comandi: la *Pulsantiera*.

FIGURA 2.2 La Pulsantiera



La pulsantiera si presenta con un'interfaccia in lingua italiana ed è composta da 5 pulsanti: *Home*, *Foto*, *Profilo*, *Cerchie*, *Giochi*.

TABELLA 1. Descrizione pulsantiera

Pulsante	Nome	Descrizione
	Home	Visualizza la pagina dello Stream
	Foto	Visualizza le foto pubblicate dalle cerchie
	Profilo	Visualizza la lista dei messaggi pubblicati e permette di modificare le informazioni personali
	Cerchie	Visualizza le cerchie
	Giochi	Visualizza i giochi disponibili su Google+

Spostando lo sguardo sulla destra dei pulsanti, si nota che c'è un'ulteriore casella, ovvero *Cerca in Google+* che consente di cercare gli iscritti a Google+ per nome (per esempio: *Mario Rossi*) o per caratteristica (per esempio: *Fotografo*) o anche di trovare messaggi su vari argomenti. (Vedi Figura 2.2)

2.4.2 Le Cerchie

Le *Cerchie* sono le fondamenta di Google+. Chi vuole seguire i contenuti pubblicati da una persona deve prima inserire quest'ultima in una cerchia. Di default Google+ presenta 4 tipi di cerchie, in base alla relazione che si associa alle persone seguite:

- *Amici*
- *Famiglia*
- *Conoscenti*: sono le persone conosciute nella vita reale ma con cui non si ha una vera e propria relazione di amicizia
- *Persone che seguo*: sono le persone famose che non si conoscono di persona, ma che si vuole seguire

Queste sono le cerchie base, ma è possibile crearne altre.

FIGURA 2.3 Le Cerchie



Da questo momento nello stream saranno visualizzati i messaggi pubblicati dalla persona che è stata aggiunta a un tipo di cerchia. Ogni utente può inserire chiunque nelle proprie cerchie. In questo modo, però, si possono vedere solo i messaggi "Pubblici"

delle persone inserite. Per poter vedere anche i messaggi privati, l'utente dovrà a sua volta essere inserito nelle cerchie dell'altro. La suddivisione in cerchie permette di:

- Rendere un messaggio visibile solo a chi fa parte di determinate cerchie
- Cliccare su una cerchia (per esempio "Famiglia") e leggere solo le notizie di chi vi è all'interno, facendo così una cernita

Ogni persona può essere inserita contemporaneamente anche in più cerchie.

Quando una persona viene inserita in una cerchia, riceve una notifica, che può essere di due tipi:

- *Ti hanno aggiunto*: significa che la persona è stata aggiunta alle cerchie di qualcuno e che può scegliere di inserire quest'ultimo fra le sue cerchie
- *Ti hanno aggiunto a loro volta*: significa che la persona aveva per prima aggiunto un utente alle sue cerchie e quest'ultimo l'ha inserita a sua volta nelle proprie

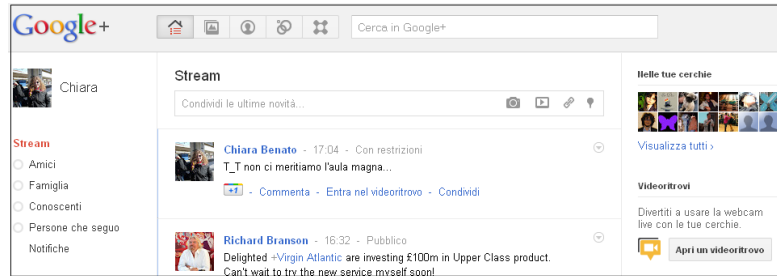
È inoltre possibile effettuare delle operazioni sulle cerchie. Se si clicca su una cerchia, nella parte alta compariranno le persone lì presenti e nell'immagine della cerchia verranno visualizzati tre comandi: Modifica, Elimina e Condividi.

Quest'ultimo comando permette di creare un messaggio da inviare a destinatari che potranno così vedere le persone presenti nella Cerchia ed, eventualmente, aggiungerle alle proprie cerchie.

2.4.3 Lo Stream

Lo Stream è la prima pagina che compare quando si effettua il login a Google+ e riporta i messaggi (*post*) pubblicati dalle persone presenti nelle proprie cerchie. La barra "*Condividi le ultime novità*", con il suo menù, rimane fissa quando si scorre il testo.

FIGURA 2.4 Lo Stream

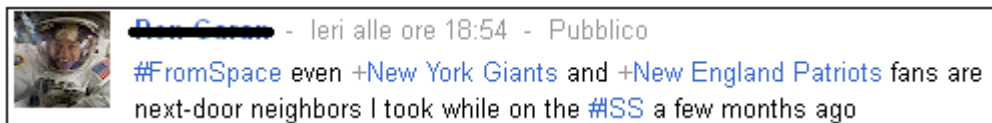


Oltre a condividere del testo, semplicemente scrivendolo in “*Condividi le ultime novità*”, è possibile postare anche foto, video, link e dichiarare la propria posizione geografica, utilizzando le quattro funzioni di destra della barra. (Vedi Fig.2.4)

Sulla colonna sinistra sono riportati i nomi delle cerchie. Se si clicca su una di queste, lo Stream mostrerà solo i messaggi inseriti dalle persone di quella cerchia.

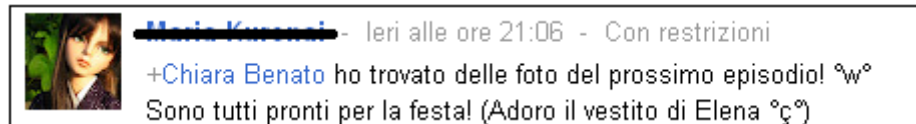
Quando un utente pubblica un messaggio sono visualizzati questi elementi: la foto e il nome della persona che l’ha inserito; il giorno e l’ora della pubblicazione; l’indicazione del gruppo con cui è stato condiviso (per esempio “*Pubblico*”, cioè visibile a tutti)

FIGURA 2.5 Visualizzazione messaggio postato



Se il messaggio è a visibilità limitata non comparirà più “*Pubblico*”, ma apparirà la scritta “*Con restrizioni*” e cliccando su questa è possibile verificare con chi è stato condiviso il messaggio (verrà mostrata la lista delle persone).

FIGURA 2.6 Messaggio postato con restrizioni



Cliccando sul cerchietto con il triangolo in alto a destra di un messaggio, appare un menù che riporta alcune azioni possibili:

- *Link a questo post*: permette di andare alla pagina del messaggio. Tale elemento non appare se il messaggio è stato condiviso *con restrizioni*
- *Segnala abuso*: si apre una form che permette di segnalare il messaggio ai controllori di Google, specificandone il motivo
- *Disattiva questo post*: rende non più visibile il post in questione
- *Blocca questa persona*: se si ritiene che una persona stia pubblicando messaggi offensivi, è possibile bloccarla. Non saranno più visualizzati i suoi post e l'utente non potrà a sua volta vedere i post di chi l'ha bloccata.

È possibile, comunque, sbloccare una persona successivamente. Per farlo, basta andare nella pagina delle proprie Cerchie, cliccare su “*Altre Azioni*” e lì scegliere “*Visualizza Bloccati*”. Apparirà così la lista delle persone bloccate con la possibilità di riabilitarle.

Quando si legge un messaggio è possibile cliccare su uno dei link presenti nella parte bassa (Vedi Fig. 2.6):

- *+1*: per indicare il proprio apprezzamento. Questo può essere utile anche per far capire alle persone quali sono i messaggi più apprezzati da chi legge
- *Commenta*: per intervenire nella discussione
- *Condividi*: se si vuole mostrare il messaggio alle persone di una o più cerchie, creando così un nuovo messaggio nel profilo personale, con un eventuale messaggio iniziale

In ogni messaggio, così come nei commenti, è possibile inserire grassetto, corsivo e sottolineato.

Nello Stream, se si scrive per esempio “>_<” oppure “(=)” o altre combinazioni di caratteri corrispondenti a emoticons, queste ultime non saranno visualizzate come immagini (ciò avviene in chat¹⁸), ma solo come caratteri.

¹⁸ <http://www.google.com/support/chat/bin/answer.py?hl=it&answer=161882>

2.4.4 Menzionare una Persona

Nei propri messaggi e commenti è possibile *menzionare* un'altra persona. Questo può essere utile se si vuole segnalarle il messaggio e/o far capire in un commento che si sta rispondendo a lei.

Per menzionare una persona basta usare il carattere “+” (il più) o “@” (la chiocciola) seguito dal nome della persona. Il sistema visualizzerà una lista con uno o più nominativi, da cui si può scegliere con un clic la persona desiderata.

2.4.5 Messaggi

Dopo aver scritto un messaggio si deve decidere con chi dividerlo:

- *Pubblico*: chiunque può vedere il messaggio
- *Le tue Cerchie*: solo coloro che sono in almeno una cerchia possono vederlo
- *Cerchie estese*: coloro che sono presenti nelle cerchie di chi pubblica il messaggio e anche chi fa parte delle cerchie dei primi possono leggerlo.
- Una *Cerchia*: si può indicare una delle cerchie e solo coloro presenti in tale cerchia possono vederlo
- Un *nome specifico*: si indica un nome specifico di persona, per indirizzare un messaggio solo a lei. È come iniziare una conversazione privata.

2.4.6 Il Profilo Personale

La pagina “Profilo” è quella visualizzata da chi clicca sul nome di un altro utente ed è divisa in diverse sezioni:

- Nella parte di sinistra si trovano: la foto del profilo e un riquadro con il riepilogo delle cerchie dell'utente
- Nella parte centrale, sotto il nome e cognome sono visualizzate quattro sezioni principali:
 1. *Post*: sono visualizzati i messaggi inseriti e/o condivisi

2. *Informazioni*: ci sono le informazioni personali che l'utente ha deciso di condividere (per esempio luogo in cui vive, luogo in cui lavora)
 3. *Foto/Video*: le foto e i video che sono stati caricati
 4. *+1*: viene visualizzato l'elenco delle pagine Web in cui l'utente ha premuto il pulsante +1. Di default questa pagina non è visibile agli altri, ma si può scegliere di renderla tale
- Nella parte di destra c'è il pulsante “*Modifica profilo*”, per modificare le informazioni del proprio profilo, ma anche di specificare chi e come può visualizzarle

FIGURA 2.7 Il profilo personale



2.4.7 Il Profilo dei cerchiati

Cliccando sul nome di una persona si può accedere alla sua pagina profilo. Qui prima di tutto vengono visualizzati i messaggi inseriti dall'utente (sempre che questi siano stati resi pubblici e/o condivisi con chi ha cliccato).

- Nella colonna di sinistra è visualizzato il riquadro “*Persone in comune*” che riporta le persone che sono state inserite da entrambi nelle cerchie
- In alto a destra è visualizzato in verde il nome della Cerchia in cui è inserita la persona di cui si sta visualizzando il profilo

Passando con il mouse sopra al nome della cerchia, appare un menù che permette di rimuovere l'utente dalla cerchia corrente e/o inserirlo in un'altra.

Se la persona non fa ancora parte delle proprie cerchie, viene visualizzato il pulsante “*Aggiungi*”.

FIGURA 2.8 Il profilo degli altri



2.4.8 Le Notifiche

Nella colonna di sinistra della pagina Stream si trova il link *Notifiche*. Ogni volta che avviene un evento che può essere di interesse (per esempio un commento a un messaggio postato, l'essere menzionati in un messaggio o in un commento, l'essere *taggati* in una foto e così via), il sistema genera una notifica.

È possibile vedere tutte le notifiche oppure filtrarle in base alla tipologia, cliccando sul link "*Altro*" presente in alto a destra. Il menù a tendina che viene visualizzato presenta 6 tipi di notifiche: *Persone che ti hanno aggiunto alle cerchie*, *I tuoi post*, *Post degli altri*, *Menzioni*, *Tag sulle foto*, *Giochi*.

FIGURA 2.9 Le notifiche

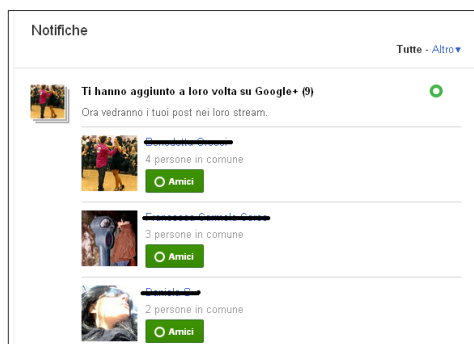


FIGURA 2.10 Il contatore



Quando il sistema genera una notifica, questa viene segnalata sulla barra nera in alto con un contatore di colore rosso. Cliccando sul contatore appare una finestra, sovrapposta alla pagina attiva, che permette di vedere la lista delle notifiche e di leggere i commenti e/o i nuovi messaggi ecc. semplicemente cliccando sulla relativa notifica.

È possibile anche scorrere le varie schede relative alle notifiche cliccando su “Nuove” e “Vecchie”. Cliccando su “Torna alle notifiche” si torna alla scheda con la lista.

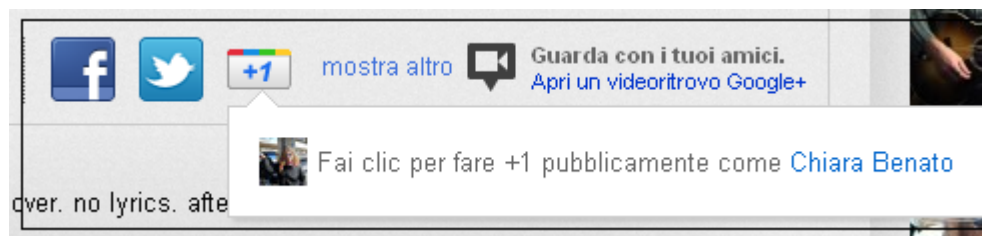
2.5 Caratteristiche avanzate

2.5.1 Il Pulsante +1 sui Siti Web

Molti siti web hanno integrato nelle proprie pagine il pulsante +1 di Google+. Se la pagina che si sta visitando risulta interessante e lo si vuole dichiarare, basta cliccare sul +1 che compare. Così, il contatore vicino al pulsante sarà aumentato di uno e in seguito il sistema chiederà se si vuole condividere il link su Google+. È anche possibile inserire un messaggio e indicare le cerchie destinate alla condivisione.

Ciò verrà adesso pubblicato sul proprio profilo di Google+, nello Stream e nella sezione +1. Si può in qualsiasi momento togliere il +1, cliccando nuovamente sul pulsante o rimuovendolo dalla sezione +1.

FIGURA 2.11 Il pulsante +1



2.5.2 Invitare una Persona

Nella pagina principale di Google+, nella colonna di destra verso il basso, è presente il pulsante "Invita amici" che permette di far apparire una finestra in cui si possono indicare le e-mail delle persone che si vogliono invitare a utilizzare Google+.

2.5.3 I Giochi

Google+ mette a disposizione dei suoi utenti anche diversi giochi. A differenza di Facebook, le notizie e gli inviti relativi ai giochi non vengono visualizzati nello Stream, ma tra le notifiche. Cliccando poi sull'icona dei giochi si possono rivedere tutti gli inviti ricevuti per parteciparvi e i premi ottenuti o gli avanzamenti di livello degli altri utenti. I giochi presenti hanno diverse funzionalità sociali: si possono scambiare regali virtuali con gli amici, effettuare *missioni* insieme a loro e aiutarsi reciprocamente a salire di livello.

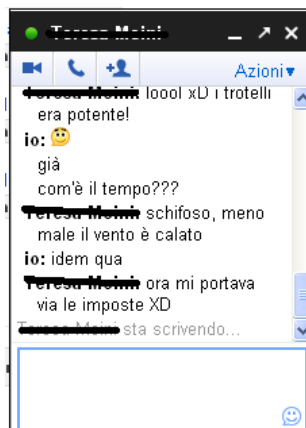
2.5.4 La Chat

Per adesso la Chat non è ancora completamente integrata con Google+. Per chattare con qualcuno si deve inserirlo nella propria “*lista chat*” e l'altro a sua volta deve confermare la richiesta.

Nella pagina Stream, nella colonna sinistra, verso il basso c'è una casella, all'interno della quale è possibile inserire il nome o l'indirizzo e-mail della persona con cui si vuole chattare.

Una volta inserita una persona nella lista chat, per iniziare una conversazione basta cliccare sul suo nome. Apparirà una finestra in basso a destra dove dialogare.

FIGURA 2.12 La chat



2.5.5 I Videoritrovi

La maggiore novità di Google+ rispetto a Facebook è la presenza dei Videoritrovi: una vera e propria chat video. È possibile mettersi in contatto, con audio e video, con un massimo di 10 persone contemporaneamente. Naturalmente per poterlo fare è necessario avere una webcam, un microfono e cuffie/casse acustiche. Per attivare un videoritrovo si deve andare nella Home di Google+: nella colonna destra, sotto Invita amici, c'è il pulsante per l'attivazione.

Una volta attivato, si può scegliere chi ha accesso al videoritrovo, indicando la cerchia o direttamente le persone interessate.

Le persone presenti in tale cerchia vedranno nel loro Stream un messaggio relativo all'apertura del videoritrovo e se vorranno potranno partecipare all'incontro virtuale.

3 Google+ VS gli altri Social Network

3.1 Google+ VS Facebook

La crescita di Google Plus può mettere in dubbio la leadership di Facebook che vanta ormai più di 800 milioni di iscritti¹⁹ tra i social network più utilizzati. Facebook ha guadagnato 10 milioni di utenti in 852 giorni; Twitter ha raggiunto la medesima cifra in 780 giorni e Google+ ha registrato lo stesso numero in soli 16 giorni²⁰.

I social network considerati presentano un'interfaccia e una grafica semplice e chiara. Per quanto riguarda le funzioni implementate, Facebook si sta adeguando a Google+, il quale si è sviluppato sulla base degli altri social network. Le distanze tra Facebook e Google+ si stanno, così, sempre più riducendo. Per esempio, la versione di Facebook di Febbraio 2010 (Tavosanis, 2011, pp. 208-209) non presentava le seguenti funzioni:

- Ricezione di aggiornamenti da parte di persone non presenti fra i propri contatti: ciò significa che non era possibile leggere i post pubblicati da persone che non rientrano fra i propri amici
- Assenza del contatore per la condivisione di un post: non era disponibile, sotto un post, un contatore che permettesse di visualizzare i nomi delle persone che lo condividevano e il numero di volte che tale operazione veniva eseguita

Solo a partire dal 31 maggio 2010²¹ Facebook ha reso possibile condividere i post con “Amici”, “Pubblico” o “Personalizzato” e indicare la propria posizione geografica (per esempio: *Dipartimento di Informatica presso Via Buonarroti*).

¹⁹ <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>

²⁰ <http://www.buzzom.com/2011/07/growth-of-google-plus-vs-twitter-vs-facebook-stat/>

²¹ <http://it.wikipedia.org/wiki/Facebook>

L'esistenza di Google+ ha spinto Facebook a una convergenza. Nonostante ciò, continuano a esserci delle differenze fra i due social network:

- La videochat:
 1. Google+: permette di effettuare chat e videochat multiple (fra più utenti o intere cerchie). La chat testuale è più fluida e veloce rispetto a quella di Facebook
 2. Facebook: ha aggiunto la videochat, grazie a un accordo stipulato con Skype²², ma è possibile conversare solo tra 2 persone per volta.
- Cerchie, liste intelligenti e gruppi:
 1. Google+: ogni utente ha la possibilità di organizzare i propri contatti in "Cerchie". Ciò permette di condividere post solo con le persone che fanno parte di una determinata cerchia
 2. Facebook: di default sono presenti alcune liste intelligenti, come *Amici più stretti*, *Familiari* ecc, che però possono essere modificate, aggiunte e cancellate dall'utente. Se si vuole rendere visibile un post alla lista *Amici*, ma non a tutti quelli che ne fanno parte, è possibile creare un'eccezione che consente di bloccare la visualizzazione a determinate persone. È possibile, inoltre, creare dei Gruppi *aperti* a chiunque è iscritto a Facebook o *chiusi*. In entrambi i casi, chi fa parte di un gruppo vi può aggiungere altre persone presenti fra i propri contatti.

FIGURA 3.1 Le liste di Facebook

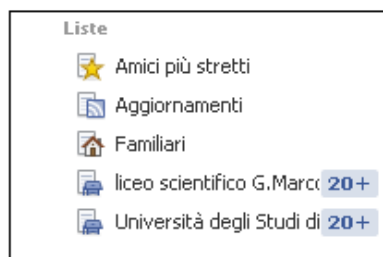
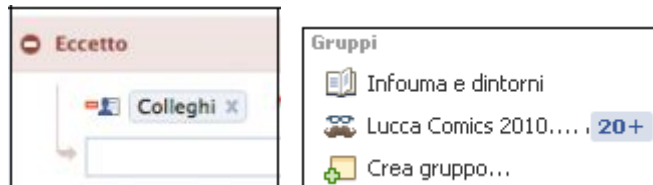


FIGURA 3.2 Eccezioni e gruppi



²² http://www.key4biz.it/News/2011/07/07/Tecnologie/Facebook_Skype_Google_Microsoft_Hangouts_204352.html

- Taggare le foto:
 1. Google+: quando si carica una foto, il *tagging* è immediato, in quanto è stata implementata una funzione automatica di riconoscimento facciale²³
 2. Facebook: gli utenti possono aggiungere manualmente dei tag.

3.2 Google+ VS Twitter

Twitter²⁴ è una piattaforma di *microblogging*²⁵ con funzionalità di social network. A differenza di Google+, Twitter non è nato con un'interfaccia in lingua italiana. L'interfaccia italiana è stata creata nel 2010, e per usarla oggi basta cliccare su *Settings* e selezionare dal menù *Language* la lingua preferita.

- Lunghezza dei post:
 1. Google+: non ha limitazioni sul numero dei caratteri
 2. Twitter: ogni post (*tweet*²⁶) può avere una lunghezza massima di 140 caratteri
- Inviare messaggi ad altri utenti:
 1. Google+: permette di inviare messaggi privati a chiunque
 2. Twitter: solo gli utenti che si stanno seguendo a vicenda possono inviarsi messaggi privati
- Partecipare a una discussione:

²³ <http://freeyourmindfym.wordpress.com/2011/07/29/google-acquista-un%E2%80%99azienda-di-riconoscimento-facciale/>

²⁴ Per approfondimenti si veda: O'Reilly, Tim e Milstein Sarah. 2009. *The Twitter Book*. Cambridge, O'Reilly Media

²⁵ <http://it.wikipedia.org/wiki/Microblogging>

²⁶ <http://it.wikipedia.org/wiki/Twitter>

1. Google+: ogni utente può aggiungere un commento a un post, menzionando anche altre persone (+nomeutente o @nomeutente)
 2. Twitter: oltre a ciò, con Twitter si può anche salvare un tweet tra i preferiti, per ritrovarlo in futuro
- Cercare argomenti e persone di proprio interesse:
 1. Google+: è possibile avviare una ricerca di argomenti e di persone attraverso la barra Cerca in Google+. Al momento non sono presenti degli *HashTag*²⁷, ma gli sviluppatori intendono implementarli in modo che i post pubblicati siano classificati in base a essi.
 2. Twitter: è possibile seguire gli argomenti più chiacchierati (*tendenze*) oppure trovare persone che parlano di certi argomenti (*suggerimenti: chi seguire*). Una parola preceduta da un “#” è un *HashTag*, ovvero un link a quella specifica parola/argomento.

3.3 Google+ VS Diaspora

Diaspora²⁸ è un personal web server libero usato per gestire una rete sociale distribuita che offre funzionalità simili a quelle degli altri social network. L'obiettivo è quello di creare un sistema decentralizzato e sicuro, che protegge la privacy degli utenti e che permette la comunicazione fra le diverse istanze di Diaspora installate su server sparsi in tutto il mondo. Presenta un'interfaccia in lingua italiana, che è possibile cambiare andando su *impostazioni* e cliccando su *cambia lingua*.

²⁷ <http://news.pmiservizi.it/news/internet-news/google-plus-ora-supporta-hashtags-e-ricerca-in-tempo-reale.html>

²⁸ Per approfondimenti si veda: Dawson, Mike. 2011. *A Tutorial and Introduction to Diaspora for Users*, <http://differentcomputers.com/diaspora-user-tutorial>

- Aggiungere le persone:
 1. Google+: ha creato il sistema delle Cerchie, per dividere le persone aggiunte tra Amici, Famiglia, Conoscenti, Persone che seguo ecc.
 2. Diaspora: si possono aggiungere i contatti a gruppi chiamati "Aspetti" (come Famiglia o Lavoro) e se ne possono creare altri. Ogni nuovo contatto è automaticamente inserito sotto l'aspetto Amici.

- Collegare più social network:
 1. Google+: non permette di collegare il proprio account ad altri social network
 2. Diaspora: permette di abbinare l'account di Facebook a Diaspora, usando lo stesso nome e le stesse foto, oltre ad abilitare l'invio dei post anche verso l'altro social network

- Privacy:
 1. Google+: nella Home è presente la pubblicità, secondo gli interessi dei suoi utenti, grazie ai dati che Google raccoglie e vende alle aziende²⁹
 2. Diaspora: garantisce la privacy dei suoi utenti. Non sono presenti box pubblicitari e i dati degli utenti non sono raccolti per essere venduti

- Licenza d'uso:
 1. Google+: il software non è open source, quindi gli utenti non accedono direttamente al codice di Google+
 2. Diaspora: è open source. Se i creatori decidessero di interrompere il servizio, chiunque avrebbe accesso al codice per portare avanti il progetto.

²⁹ <http://www.google.it/ads/>

4 La chat

4.1 Che cos'è?

Il termine chat deriva dal verbo inglese *to chat* che significa “chiacchierare”. Chat è anche acronimo di *Conversational Hypertext Access Technology* e generalmente definisce uno spazio in cui due o più utenti, collegati contemporaneamente, si scambiano messaggi in linea (Padrini, 2006, p.26). I servizi offerti dalla chat permettono che il dialogo avvenga in tempo reale e che si possano mettere facilmente in contatto sconosciuti. Il "luogo" (lo spazio virtuale) in cui la chat si svolge è chiamato solitamente *chatroom* (letteralmente "stanza delle chiacchierate"), oppure *channel* (in italiano *canale*), spesso abbreviato *chan*³⁰.

IRC (Internet Relay Chat) è il nome del programma che nel 1988 ha inaugurato in rete lo scambio sincrono³¹ multiutente (Pistolesi, 2004, p.39).

Le chat possono essere divise in due tipologie principali: 1-on-1 e group chat. Fanno parte della prima categoria quelle che permettono lo scambio di messaggi con una persona alla volta. Per ogni utente con cui si sta chattando, si apre una finestra di conversazione. Chat di questo tipo sono quelle offerte da MSN, Google Talk e Skype.

Le group chat mettono in comunicazione, nello stesso momento, tutte le persone che sono collegate al gruppo (di solito chiamato “canale” o “stanza”). I canali si possono differenziare per i loro contenuti tematici e per la lingua usata dai loro utenti e hanno una sola finestra di conversazione. È possibile inviare messaggi privati ai singoli utenti.

In generale, la comunicazione che si instaura nelle chat può essere diretta (da un utente a un altro), ramificata (da un utente ad altri), multipla (un utente può tenere aperte più comunicazioni private), temporalmente immediata (si svolge nello stesso momento)

³⁰ <http://it.wikipedia.org/wiki/Chat>

³¹ Per una differenza tra sincrono e asincrono si rimanda a Pistolesi, 2005, pp.14-15

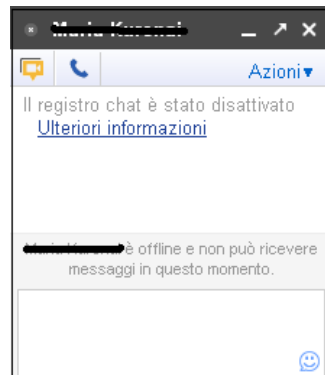
e localmente determinata (pur non essendovi un luogo fisico condiviso, gli utenti fanno parte della stessa *chatroom*) (Padrini, 2006, pp. 29-30).

4.2 Come funziona

La chat di Google Plus presenta un'interfaccia molto semplice in lingua italiana. Nella barra in alto sono riportati il nome della persona con cui si chatta e i pulsanti per la gestione della finestra. Sotto sono presenti il simbolo della videocamera e quello del telefono, che indicano rispettivamente l'avvio di una videochiamata e l'avvio della chat vocale. Cliccando su *Azioni* è possibile inviare un file all'altro utente.

In basso c'è il riquadro che permette di inserire del testo e cliccando sopra allo smile, in basso a destra, è possibile aprire il menù che visualizza tutte le emoticon disponibili in formato immagine.

FIGURA 4.1 Interfaccia chat



Di default, la chat non è abilitata. Per attivarla basta cliccare su “*Accedi alla chat*” nella colonna a sinistra dello Stream. Per avviare una sessione di chat, i due o più utenti che vogliono chattare devono essere contemporaneamente online.

4.3 Aggiungere utenti

Per garantire un maggior controllo, Google+ propone una chat ad invito: se un utente vuole chattare con qualcuno, il primo deve essere presente nella lista chat del secondo e viceversa.

Per aggiungere utenti all'elenco della chat è necessario immettere l'indirizzo di posta elettronica o il nome della persona interessata all'interno della barra di ricerca presente a sinistra dello Stream, selezionando la voce "Invita alla chat". Si conferma l'operazione con il pulsante "Invia invito". A questo punto, si deve attendere che l'utente confermi l'invito a chattare inviando a sua volta una richiesta di chat al mittente.

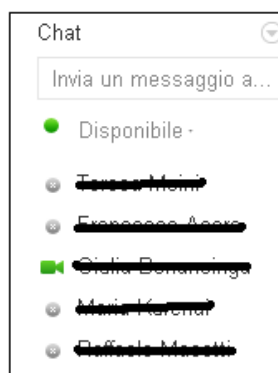
Non basta, quindi, far parte delle cerchie di qualcuno per poterci chattare, come accade su Facebook, ma bisogna chiedere l'autorizzazione dell'interessato. Google, infatti, vuole che i suoi utenti non vengano importunati da sconosciuti.

Dopo che almeno un utente ha accettato l'invito alla chat, sulla sinistra si apre una lista delle persone con cui si può chattare; a seconda del colore dell'icona laterale si può capire se l'utente è libero (verde), occupato (rosso), non disponibile (giallo) o offline (grigio).

FIGURA 4.2 Invitare utenti alla chat



FIGURA 4.3 Lista utenti chat



5 Analisi linguistica della chat di Google+

5.1 Selezione degli utenti

Con l'analisi della chat di Google+, si è voluto osservare il tipo di linguaggio e le abitudini linguistiche che gli utenti hanno adottato all'interno della messaggistica istantanea privata.

Il primo passo è stato quello di ricercare su Google+ gli utenti disponibili a inviare le proprie conversazioni private per sottoporle all'analisi. È stata così ottenuta la partecipazione di 24 utenti italiani (10 maschi e 14 femmine) di età compresa tra i 20 e i 28 anni, provenienti dal Nord, dal Centro e dal Sud Italia. Gli utenti sono, per la maggior parte, studenti universitari (21); seguono i lavoratori (2) e, infine, i disoccupati (1).

5.2 Selezione delle chat

Il campione di chat a disposizione si compone di 55 conversazioni in lingua italiana, raccolte in ordine cronologico a partire dall'8 settembre 2011 fino al 24 dicembre 2011. Il numero di chat è ristretto, perché Google+ è relativamente meno diffuso e quindi è più difficile trovare utenti. Per fare una rapida stima, gli utenti italiani di Google+ sono circa 1,3 milioni³², mentre quelli di Facebook sono circa 19 milioni³³.

Da notare che 45 conversazioni su 55 sono avvenute tra maschi e femmine; 9 su 55 solo tra femmine e, infine, solamente 1 su 55 solo tra maschi.

Agli utenti è stata lasciata la libertà di selezionare tra le loro conversazioni quelle che potevano essere divulgate per l'analisi. Il campione raccolto, perciò, non è casuale.

³² <http://www.franzrusso.it/condividere-comunicare/ecco-gli-italiani-su-google-13-milioni-a-novembre-2011/>

³³ <http://www.primaonline.it/2011/06/01/93167/facebook-19-milioni-gli-utenti-italiani-attivi-ogni-mese/>

Per quanto riguarda le condizioni di utilizzo delle chat, ai partecipanti è stato detto che il materiale sarebbe stato impiegato per scopi universitari per effettuare analisi linguistiche. Da parte loro, gli utenti hanno fatto richiesta di rimanere nell'anonimato.

5.3 Analisi del corpus

5.3.1 Tipi di analisi

L'analisi del campione mira a individuare le principali caratteristiche linguistiche delle chat. La lunghezza totale del corpus è pari a 7.184 parole (3.053 scritte dai maschi e 4.131 dalle femmine). Il numero totale dei caratteri (spazi inclusi) è pari a 40.081 (17.204 per quanto riguarda i maschi e 22.877 per quanto riguarda le femmine). Il corpus presenta un totale di 2.628 battute (1.221 scritte dai maschi e 1.407 dalle femmine).

Nei paragrafi seguenti sono descritti i fenomeni linguistici studiati e riscontrati nel corpus, mentre nel capitolo 6 sono presenti tutte le analisi (numeriche e grafiche) effettuate.

TABELLA 5.1 Riepilogo

Termine di confronto	Maschi	Femmine
Parole	3.053	4.131
Caratteri (spazi inclusi)	17.204	22.877
Battute	1.221	1.407

Di seguito si riporta l'elenco dei tipi di analisi a cui è stato sottoposto il corpus.

- Analisi linguistica:
 1. Variabilità diatopica (legata allo spazio)
 2. Variabilità diastratica (legata alla classe sociale, al sesso, all'età)

3. Variabilità diafasica (legata alla situazione comunicativa, all'argomento della conversazione)
 4. Variabilità diamesica (legata alla differenza nel codice fra scritto e parlato)
 5. Lessico (uso di espressioni dialettali e di termini stranieri)
 6. Tipi di errori (grammaticali, di tipo meccanico, accenti non standard)
- Analisi grafica:
 1. L' uso di emoticon
 2. Le abbreviazioni, le variazioni e gli acronimi
 3. Le alterazioni (lettura endofasica, leetspeak, lettere minuscole e maiuscole alternate)
 4. La punteggiatura

5.3.2 Analisi linguistica

Con l'analisi linguistica si è voluto studiare il tipo di linguaggio impiegato all'interno del corpus. Per quanto riguarda i tipi di variabilità, ci si accorge della presenza di quella diatopica soprattutto grazie all'uso di espressioni dialettali. Trattandosi di individui giovani e aventi tutti almeno un'istruzione equivalente al diploma di secondo grado, la variabilità diastratica è pressoché impercettibile. Gli argomenti delle conversazioni sono frivoli e tra persone che si conoscono e di conseguenza è per lo più assente la differenza legata alla variabilità diafasica. A livello della diamesia, si nota una netta differenza tra il modo in cui gli utenti si sono espressi nello scritto rispetto a quello con cui si esprimerebbero nel parlato.

Nel passaggio dal parlato allo scritto, i principali elementi persi sono:

1. l'intonazione

2. i segni paralinguistici che accompagnano il discorso (gesti, espressioni della faccia ecc.)
3. i tratti indicali (quelli cioè che identificano il singolo parlante: estensione di tono e altezza della voce, cadenza e così via).

(Tavosanis, *L'italiano del Web* p. 92)

Grazie all'uso di emoticon, di termini scritti in maiuscolo, dei puntini di sospensione e della punteggiatura creativa (!!!!!!!), è possibile riprodurre parte degli elementi suddetti e simulare, quindi, una comunicazione più vicina a quella parlata.

5.3.3 Il lessico

Il lessico impiegato, sia dai maschi sia dalle femmine, è quello della quotidianità. Le conversazioni sono informali e ricorrono frequentemente a espressioni dialettali, a espressioni colloquiali e a termini stranieri. Per esempio:

1. `ndiamo vo a nanna
2. antipatiha
3. I know
4. haloa

Questo può essere dovuto al fatto che gli argomenti delle chat non riguardano temi impegnativi, ma ciò che succede nella vita di tutti i giorni. Talvolta, infatti, si registra anche l'impiego di espressioni volgari da parte di entrambi i sessi. Da notare che sono presenti termini tecnici, più che altro legati all'ambito informatico, come *php*, *IP* ed *ebook*.

5.3.4 Tipi di errori

All'interno del corpus sono presenti diversi tipi di errori, che possono essere così schematizzati:

1. Errori di tipo meccanico (refuso), detti *typo* in inglese: sono dovuti alla fretta con cui si scrive in chat. L'utente sa come scrivere un determinato termine, ma a

causa di un errore involontario, come la pressione accidentale di un tasto o l'inversione delle lettere, la parola risultante è errata

2. **Accenti non standard:** sono dovuti a quei caratteri che dovrebbero essere accentati, ma che, al contrario, presentano un'omissione dell'accento o la sostituzione di quest'ultimo da parte della sequenza lettera + apice. Ciò può essere dovuto al fatto di utilizzare tastiere americane (non hanno in dotazione i caratteri accentati)
3. **Errori grammaticali:** sono quegli errori dovuti a una conoscenza insufficiente delle regole grammaticali e ortografiche dell'italiano.

Tutti questi errori, possono essere comunque dovuti a ciò che Tavosanis, in *L'italiano del Web* (p. 46) denota come scrittura rapida e non revisionata, ovvero “(...) testi scritti di getto, senza nessun tipo di pianificazione e revisione”.

In alcuni casi, si nota che l'utente si è accorto dell'errore commesso e lo ha corretto in una seconda battuta. Per esempio:

1. io nn ne ho coda di **pagli** → **paglia** (errore corretto nella battuta successiva)
2. **poso** imparare in fretta → **posso**

5.3.5 Analisi grafica

La chat è un servizio che permette lo scambio rapido di messaggi privati in tempo reale. Gli utenti della chat, spesso, fanno ricorso a emoticon, ad abbreviazioni, ad acronimi e ad altre variazioni dell'italiano standard, per ridurre i tempi di digitazione. Per visualizzare e studiare al meglio i singoli fenomeni linguistici, si è deciso di evidenziarli con colori differenti e di creare così una legenda all'interno dei due documenti Office. Di seguito, si riporta tale legenda.

TABELLA 5.2 Legenda dei colori utilizzati per l'analisi

Colore utilizzato	Fenomeno linguistico analizzato
Verde	Emoticon
Viola	Termini stranieri
Giallo	Abbreviazioni, variazioni, acronimi
Celeste	Alterazioni

Grigio	Espressioni dialettali
Rosa	Errori

5.3.6 Le emoticon

Il termine Emoticon deriva dalla fusione di due parole inglesi: “*emotion*” e “*icon*”. Le emoticon sono faccine stilizzate nate dalla combinazione di simboli (numeri, lettere e punteggiatura) Ascii³⁴ che richiamano alcune espressioni del volto (Grasso, 2005, p. 81).

Attraverso questi caratteri si ricrea ciò che nella normale comunicazione parlata viene manifestato con le espressioni facciali, la gestualità e l’intonazione della voce per eliminare l’eventuale ambiguità del discorso.

L’origine di queste faccine risale al 19 settembre 1982, quando Scott Fahlman³⁵ decise di far uso di un espediente grafico per sottolineare il tono ironico di una sua affermazione in un messaggio di posta elettronica:

```
19-Sep-82 11:44      Scott E  Fahlman      :-)
From: Scott E  Fahlman
```

I propose the following character sequence for joke markers:

```
:-)
```

```
Read it sideways.  Actually, it is probably more economical to mark
things that are NOT jokes, given current trends.  For this, use :-(  
:-)
```

In genere, le emoticon sono suddivise in due famiglie: emoticon occidentali ed emoticon orientali o giapponesi.

Le emoticon occidentali sono ruotate di 90° in senso antiorario. Per esempio, l’ emoticon :-o è data dalla combinazione dei due punti (che indicano gli occhi), del trattino (che indica il naso) e della o (che indica la bocca). Esistono forme abbreviate, che sono quelle che non hanno il naso, come per esempio :) .

³⁴ <http://it.wikipedia.org/wiki/Ascii>

³⁵ http://it.wikipedia.org/wiki/Scott_Fahlman

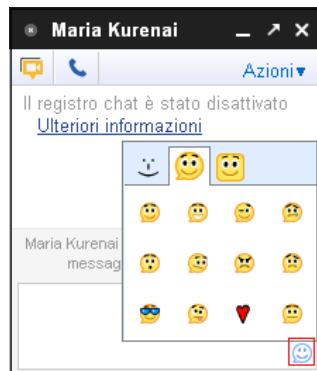
Al contrario, le emoticon orientali sono lette dall'alto verso il basso. Per esempio, l'emoticon ^_^ è formata da due accenti circonflessi (che indicano gli occhi) e dal trattino basso (che indica la bocca). Esistono sia varianti con il naso, sia varianti più complesse aventi la stilizzazione delle braccia (per esempio <(^.^)>), che vengono chiamate *Kirbies*³⁶ in riferimento alla loro somiglianza con *Kirby*, un personaggio di un video game della Nintendo.

TABELLA 5.3 Alcune Emoticon occidentali e orientali

Significato	Emoticon occidentali ³⁷	Emoticon orientali ³⁸
Sorridere/essere felici	:) :-) 8)	^_^ ^.^ ^^
Fare l'occhiolino	;-) ;-] ;>	^_~ ^_* ~_*
Infastidirsi	>:C <:(>_< >.< >3<

Come mostrato in Fig. 5.1, gli utenti della chat di Google+ possono usufruire di emoticon in formato .gif³⁹. Cliccando sullo smile posto in basso a destra si apre una finestra contenente le emoticon: queste sono animate e l'animazione si attiva sia al momento dell'invio durante la chat, sia al passaggio del mouse sopra di esse.

FIGURA 5.1 Come utilizzare le emoticon in chat



³⁶ <http://www.nationmaster.com/encyclopedia/Emoticon>


































³⁷ Per un approfondimento <http://it.wikipedia.org/wiki/Emoticon>







³⁸ Per un approfondimento <http://www.nanoda.com/faccine-giapponesi-una-raccolta-di-80-emoticon/>

³⁹ http://it.wikipedia.org/wiki/Graphics_Interchange_Format

Di default, Google+ presenta 36 emoticon, suddivise in 3 gruppi, che hanno 12 significati diversi e che variano graficamente. Le emoticon appartenenti al primo gruppo sono prevalentemente in bianco e nero e sono le più stilizzate. Quelle del gruppo numero due e del numero tre sono a colori e presentano faccine più definite.


TABELLA 5.4 Le emoticon di default disponibili per la chat

Caratteri che compongono le emoticon	Emoticon Gruppo 1	Emoticon Gruppo 2	Emoticon Gruppo 3	Significato delle Emoticon
				
:)				Sorridere
:D				Ridere
;)				Fare l'occholino
:(			Piangere
:-o				Essere stupito
:-/				Essere turbato
x-(			Infastidirsi
:(			Essere triste
B-)				Sentirsi "figo"
:P				Fare la linguaccia

<3				Cuore
:				Indifferente

Oltre a quelle appena presentate, esistono emoticon che Google+ ha impostato come “nascoste”. Queste sono state da me trovate, per curiosità, digitando sul motore di ricerca Google “*emoticon Google Plus*”: come risultato ho trovato documenti⁴⁰ che trattavano il tema. Nella tabella 5.5 sono riportate le emoticon testate e funzionanti.

TABELLA 5.5 Le emoticon nascoste

Caratteri che compongono le emoticon	Emoticon	Significato
:3		Gatto
:(:)		Maiale
:()		Scimmia
-<@%		Ape
~=[,,,,]:3		Gatto con arcobaleno
};-)		Diavoletto
\m/		Simbolo del Rock

Nel campione analizzato non sono state riscontrate; è probabile che gli utenti non ne conoscano l’esistenza o, se la conoscono, non hanno avuto occasione di utilizzarle.

⁴⁰ Per esempio: <http://www.messengeroo.com/google/google-plus-chat-hidden-emoticons-gplus-emote-shortcut-key-code/>

5.3.7 Le abbreviazioni, le variazioni e gli acronimi

La comunicazione su Internet, per esempio tramite chat, ha accentuato l'uso di abbreviazioni, di variazioni e di acronimi, impiegati per velocizzare le conversazioni, in particolare tra i più giovani.

Per definizione l'abbreviazione è l'uso della forma ridotta di una parola in luogo della forma piena. Di conseguenza, il concetto su cui si basano le abbreviazioni⁴¹ è quello di scrivere una o più parole omettendone più lettere, lasciando solo le lettere che permettono di individuare immediatamente la parola. Nel corpus, per esempio, si riscontrano abbreviazioni come:

1. gg → giorni
2. qst → questo/i (oppure) questa/e

In Tavanois, *L'italiano del Web* (p. 77), si legge che le variazioni grafiche, cioè le versioni non standard delle parole, possono essere scritte premendo meno tasti rispetto alla versione standard (anche se ciò non è vero quando la <k> viene usata per sostituire la <c> o la <q>).

Altre variazioni grafiche possono essere:

1. <x> al posto di <ss> o <zz> : nel corpus prox → prossimo
2. <j> al posto di <gl> come nel dialetto romanesco: nel corpus daje → dai

Gli acronimi sono quei sostantivi formati unendo le lettere o le sillabe iniziali di più parole, come per esempio *radar*, dall'inglese *ra* (dio) *d* (etection) *a* (nd) *r* (anging), o come molti nomi di enti, società, organizzazioni, ditte, sigle informatiche (http, url, adsl). Nel corpus si hanno due categorie di acronimi: *acronimi ricorsivi*⁴² e *acronimi che indicano un prodotto*. Per esempio:

1. nds → Nintendo Double Screen (indica un prodotto)

⁴¹ Per visualizzare tutte le abbreviazioni che ricorrono nelle chat italiane si rimanda al seguente indirizzo http://it.wiktionary.org/wiki/Categoria:Abbreviazioni_in_uso_nelle_chat_in_italiano

⁴² <http://it.wikipedia.org/wiki/Acronimo>

2. php → Hypertext Preprocessor (ricorsivi)

5.3.8 Le alterazioni

In linguistica, le alterazioni sono le modificazioni diacroniche che si verificano nell'aspetto fonico di un vocabolo, di una desinenza ecc. Tavosanis in *L'italiano del Web* (p. 76-80) riporta i principali meccanismi di alterazione:

1. lettura endofasica: un simbolo viene inserito in modo che il lettore lo interpreti in base al suo nome (per esempio, <6> per *sei*, seconda persona del presente indicativo del verbo essere, oppure <x> per *per*)
2. leetspeak: alterazione grafica della scrittura basata sul principio della somiglianza visiva. Seguendo questo criterio, la lettera <a> può essere sostituita dal simbolo <4>, che si avvicina molto alla forma della maiuscola <A>; la lettera <S> può essere sostituita dai simboli <5> o <\$> ecc.
3. uso di maiuscole e minuscole in modi diversi dallo standard: secondo la grammatica italiana, la maiuscola va usata all'inizio di un periodo, dopo punti d'interpunzione [punto fermo, punto esclamativo, punto interrogativo, puntini di sospensione (solo in caso di proposizione conclusa), due punti (solo in caso di introduzione del discorso diretto)]. Nel corpus, invece, le maiuscole sono state usate per scrivere intere parole, per simulare il grido o l'innalzamento del tono di voce, volto a evidenziare quel termine. Per esempio:

1. BUON NATALE!
2. SICURAMENTE

Ricorre anche la forma mista che prevede l'uso di maiuscole e minuscole alternate, come per esempio:

1. Ok GrAzIe
2. Cm ZtAiI??

5.3.9 La punteggiatura

La punteggiatura o interpunzione è l'insieme di simboli grafici convenzionali usati per separare i periodi o i vari elementi della proposizione. I principali segni di

interpunzione sono: il punto fermo, la virgola, il punto e virgola, i due punti, il punto esclamativo, il punto interrogativo.

Fino al Medioevo, l'unico segno di interpunzione usato era il punto, con funzioni diverse nella divisione del periodo a seconda se era posto, rispetto all'altezza della scrittura, in basso, in mezzo o in alto. Più anticamente ancora, il punto aveva soltanto la funzione di separare una parola dall'altra.

Solo a partire dal XV secolo, con l'invenzione della stampa a caratteri mobili e la diffusione dei libri, il sistema di interpunzione si arricchì man mano degli altri segni.

Nei testi scritti, la punteggiatura viene utilizzata per riprodurre le pause, l'espressività e l'intonazione della lingua parlata. Per esempio, se in un testo è presente un punto interrogativo, questo sta a indicare una intonazione ascendente di domanda o richiesta.

Nel corpus analizzato è stato riscontrato un discreto uso dell'interpunzione: ricorrono soprattutto i puntini di sospensione (intermedi e finali), utilizzati per simulare il più possibile le pause del parlato, e i punti interrogativi ed esclamativi ripetuti, per dare enfasi a certe parti del discorso, che nella comunicazione verbale avrebbero una intonazione marcata. Per esempio:

1. eh si...almeno risparmi una copia della segreteria
2. ma dove l'hai trovata sta stazione????
3. mi sembra di senti mary!!!

Durante una conversazione in chat, si registra che gli utenti tendono a non avvalersi del punto fermo, ma a sostituirlo con emoticon o con puntini di sospensione, che favoriscono comunque l'interpretazione degli enunciati e veicolano le informazioni di carattere emotivo. La punteggiatura è, tuttavia, un elemento soggettivo, il cui uso dipende dall'intuizione, dalla carica emotiva e dalle predilezioni stilistiche.

6 L'analisi del corpus con Excel

6.1 Classificazione dei dati

Per poter analizzare il campione raccolto, secondo i criteri visti nel capitolo 5, i file *ChatMaschi.doc* e *ChatFemmine.doc* sono stati trasformati in file di testo e importati in due diversi file di *Microsoft® Office Excel 2007*, denominati rispettivamente *AnalisiMaschi.xls* e *AnalisiFemmine.xls*.

Entrambi i file presentano la medesima composizione. In ogni file, infatti, sono presenti i seguenti quattro fogli di lavoro: *Fenomeni*, *Analisi*, *MaschiVsFemmine*, *Correlazioni*.

Il foglio di lavoro *Fenomeni* riguarda la classificazione delle varianti dell'italiano standard riscontrate nel corpus e presenta la seguente struttura:

- *Emoticon*: contiene le emoticon
- *Termini Stranieri*: contiene i termini stranieri
- *Abbreviazioni Variazioni Acronimi*: contiene le abbreviazioni, le variazioni e gli acronimi
- *Alterazioni*: contiene le alterazioni
- *Espressioni Dialettali*: contiene le espressioni dialettali
- *Errori*: contiene gli errori

Il foglio di lavoro *Analisi* presenta, per ogni fenomeno rilevato, la seguente struttura:

- *Tipo di fenomeno*: contiene il nome del fenomeno studiato e il tipo. Per esempio, per quanto riguarda le emoticon, il tipo indica quelle utilizzate
- *Totale occorrenze*: contiene il numero di occorrenze riscontrate per ogni termine che rientra in un determinato fenomeno

- *Totale*: contiene la somma totale dei riscontri rilevati di un determinato fenomeno

Il foglio di lavoro *MaschiVsFemmine* contiene la somma totale delle occorrenze di ogni fenomeno e lo studio della differenza che intercorre nell'uso di emoticon, di termini stranieri, di abbreviazioni, di variazioni, di acronimi, di alterazioni e di espressioni dialettali, tra i maschi e le femmine. Inoltre, sono indicati, per ogni fenomeno, i termini usati da entrambi i sessi.

Il foglio di lavoro *Correlazioni* contiene le correlazioni individuate tra i diversi fenomeni (vedere paragrafo 6.8).

Prima di procedere all'analisi, per avere una visione più chiara si è deciso di ordinare, in ordine alfabetico, le parole riportate. In Excel, per calcolare il numero di occorrenze si è fatto ricorso alla funzione *conta.valori*⁴³ e per calcolare il totale alla funzione *somma*⁴⁴.

6.2 Analisi delle emoticon

Come detto in precedenza, il campione è composto da 7.184 parole (3.053 scritte dai maschi e 4.131 dalle femmine) Con l'analisi si è riscontrato un utilizzo totale di **261** emoticon, pari al 3,6% delle parole impiegate. Nello specifico, 172 (2,4%) ricorrono nel corpus delle femmine e 89 (1,2%) in quello dei maschi. Calcolando la frequenza delle emoticon nei singoli documenti, su 3.053 parole digitate dai maschi il 2,9% sono emoticon e su 4.131 parole digitate dalle femmine lo sono il 4,2%.

Sono stati utilizzati 9 tipi diversi di emoticon. Nel campione maschile ne sono presenti 4 tipi su 9, mentre in quello femminile ne sono stati riscontrati 9 su 9. Nella seguente tabella si riportano le emoticon riscontrate.

⁴³ Funzione statistica che conta il numero di celle non vuote e i valori presenti all'interno

⁴⁴ Funzione matematica che somma i valori presenti in un intervallo di celle

TABELLA 6.1 Tipi di emoticon in entrambi i corpus

Maschi	N occorrenze	Percentuale	Femmine	N occorrenze	Percentuale
:D	53	60%	:D	73	42%
:)	28	31%	:)	45	26%
:P	6	7%	:P	23	13%
:-o	2	2%	:(14	8%
			;)	10	6%
			:-o	3	2%
			:-/	2	1%
			:-	1	0,5%
			x-(1	0,5%
Totale	89	100%		172	100%

L'emoticon più utilizzata è stata quella rappresentata dai caratteri **:D** (53 occorrenze nei maschi e 73 nelle femmine). Nella classificazione delle emoticon fatta da Lorenzo Mori nel 2011, si nota che su un totale di 2.895 tweet inseriti dagli *utenti professionisti* e dagli *utenti non professionisti* su Twitter l'emoticon che conta più occorrenze negli *utenti professionisti* è quella formata dai caratteri **:-)** (24 occorrenze su un totale di 95), mentre per gli *utenti non professionisti* è quella composta dai caratteri **:)** (75 occorrenze su un totale di 258). Al contrario, l'emoticon costituita dai caratteri **:D** è presente per un totale di 13 occorrenze tra i tweet postati dagli *utenti professionisti* e per un totale di 29 occorrenze tra quelli degli *utenti non professionisti*. Ciò significa che nel corpus riguardante la chat di Google+, l'emoticon **:D** è presente per circa il 50% del totale di emoticon impiegate; nel corpus di Mori, al contrario, è presente per circa il 12%.

6.3 Analisi dei termini stranieri

Nel corpus è stato riscontrato un totale di **61** termini stranieri, pari allo 0,95% dei termini impiegati. In particolare, 23 (0,32%) nel corpus maschile e 38 (0,53%) in quello femminile. Calcolando la frequenza dei termini stranieri nei singoli documenti, su 3.053 parole digitate dai maschi lo 0,75% sono termini stranieri e su 4.131 parole digitate dalle femmine lo sono lo 0,92%. Gli utenti, quindi, hanno fatto ricorso a un esiguo numero di parole straniere. Da notare, però, che i titoli delle canzoni, i nomi propri di artisti e di prodotti stranieri non sono stati conteggiati durante l'analisi.

Nel campione maschile sono presenti 20 tipi diversi di termini stranieri: 16 termini su 20 sono inglesi; 2 su 20 sono termini latini (*lectionis* e *magistralis*); 1 su 20 (*judo*) è di origine giapponese; 1 su 20 (*pardon*) può essere considerato un termine sia inglese che francese. I termini stranieri sono stati classificati in base ai seguenti criteri:

- Termini dell'inglese standard: *bye, comics, gay, film, friend, news, trailer, United States*⁴⁵, *with, wow, yes*
- Termini di ambito informatico: *database, mail, online, scanner, social network*

Nel campione femminile sono presenti 30 tipi diversi di termini stranieri: 27 termini su 30 sono inglesi; 1 su 30 è latino (*idem*); 1 su 30 è spagnolo (*hola*); 1 su 30 è hawaiano (*haloa* → *aloha* è la grafia corretta del termine). I termini stranieri sono stati classificati in base ai seguenti criteri:

- Termini dell'inglese standard: *band, bye, cover, fine, gay, hobbies, hot, I know, more, never, now, prefer, scout, self service, snowboard, sorry, tattoo, thanks, trailer, wow, yeah, you*
- Termini di ambito informatico: *e-book, email, link, online, web*

Per quanto riguarda i maschi, i termini più utilizzati sono stati *bye, comics* e *gay* (2 occorrenze); per quanto riguarda le femmine, i più usati sono stati *link* e *wow* (3

⁴⁵ Pur essendo un nome proprio, il termine è traducibile in italiano e quindi è stato classificato tra le parole dell'inglese standard

occorrenze). Da notare che solo i termini *bye*, *gay*, *online* e *wow* sono stati riscontrati in entrambi i corpus.

6.4 Analisi delle abbreviazioni, delle variazioni e degli acronimi

Il campione analizzato presenta un totale di **183** termini divisi tra abbreviazioni, variazioni e acronimi, pari al 2,5% delle parole impiegate. In particolare, 37 (0,5 %) per quanto riguarda i maschi e 146 (2,03%) per quanto riguarda le femmine. Calcolando la frequenza di tali termini nei singoli documenti, su 3.053 parole digitate dai maschi l'1,2% rientra in una delle tre tipologie e su 4.131 parole digitate dalle femmine ne fa parte il 3,5%.

Nel campione maschile sono presenti 19 tipi diversi tra abbreviazioni e acronimi: 17 termini su 19 sono abbreviazioni; 2 su 19 sono acronimi.

Le abbreviazioni sono: *asp* (aspetta), *cam* (web-cam), *cmq* (comunque), *ecc* (eccetera), *Gr* (Grosseto), *ing* (ingegneria), *lav* (lavoro), *matt* (mattina), *mlt* (molto), *pc* (personal computer), *pers* (persona), *prov* (provincia), *sec* (secondo), *tnt* (tanto), *tranqu/tranqui* (tranquillo/a), *vaffa* (vai a quel paese).

Gli acronimi sono: *IP*⁴⁶ (Internet Protocol) e *PET*⁴⁷ (Preliminary English Test).

Nel campione femminile sono presenti 44 tipi diversi tra abbreviazioni, variazioni e acronimi: 34 termini su 44 sono abbreviazioni; 7 su 44 sono variazioni; 3 su 44 sono acronimi.

Le abbreviazioni sono: *acc* (accorta), *asp* (aspetta), *bn* (bene), *cell* (cellulare), *cm* (come), *cmq* (comunque), *cn* (con), *cs* (cosa), *dm* (domani), *doc* (doctor), *dp* (dopo), *etc* (et cetera), *fibonacci* (Fibonacci), *gg* (giorno/i), *Gr* (Grosseto), *grz* (grazie), *inca* (incazzato), *infouma* (Informatica Umanistica), *lab* (laboratorio), *mt* (molto), *nn* (non), *ns* (nostri⁴⁸),

⁴⁶ Ambito informatico

⁴⁷ Certificazione inglese rilasciata dall'Università di Cambridge

⁴⁸ Riscontrata un'occorrenza al maschile plurale

pc (personal computer), *prof* (professoressa⁴⁹), *qnd* (quando), *qnt* (quanto/i), *qst* (questa/o/e/i), *racc* (racconta), *sl* (solo), *sn* (sono), *tell*⁵⁰ (telefono), *tranqui* (tranquillo/a), *tt* (tutto/a/i/e), *tv* (televisione).

Si può distinguere tra abbreviazioni “tradizionali” e “nuove”. Le tradizionali (cioè quelle presenti da sempre nella lingua italiana) sono: *cam*, *cell*, *doc*, *ecc*, *etc*, *gg*, *Gr*, *infouma*, *ing*, *lab*, *ns*, *pc*, *pers*, *prof*, *prov*, *sec*, *tell*, *tv*.

Le nuove (nate con il linguaggio giovanile) sono: *acc*, *asp*, *bn*, *cm*, *cmq*, *cn*, *cs*, *dm*, *dp*, *fibò*, *grz*, *inca*, *lav*, *matt*, *mlt*, *mt*, *nn*, *qnd*, *qnt*, *qst*, *racc*, *sl*, *sn*, *tnt*, *tranqu/tranqui*, *tt*.

Le variazioni, che presentano l’uso della <k> al posto del <ch>, sono: *anke* (anche), *ke* (che), *kissà* (chissà), *qualke* (qualche), *stakki* (stacchi).

La variazione, che presenta l’uso di <x> al posto di <ss>, è: *prox* (prossimo/a).

La variazione, che presenta entrambi gli usi precedenti, è: *xke* (perché).

Gli acronimi sono: *nds*⁵¹ (Nintendo Double Screen), *php*⁵² (Hypertext Preprocessor), *sms*⁵³ (Short Message Service).

Per quanto riguarda i maschi, l’abbreviazione e l’acronimo più utilizzati sono stati rispettivamente *cmq* (10 occorrenze) e *IP* (3 occorrenze). Per quanto riguarda le femmine, l’abbreviazione e la variazione più usate sono state rispettivamente *nn* (32 occorrenze), *prox* (3 occorrenze). Gli acronimi *nds*, *php* e *sms* presentano tutti 3 occorrenze.

Da notare che solo i termini *asp*, *cmq*, *Gr*, *pc*, *tranqui* sono stati riscontrati in entrambi i corpus.

⁴⁹ Riscontrate due occorrenze al femminile singolare

⁵⁰ Tale abbreviazione potrebbe far ipotizzare una fusione involontaria con *cell*

⁵¹ Prodotto tecnologico

⁵² Linguaggio di programmazione

⁵³ Ambito delle telecomunicazioni

6.5 Analisi delle alterazioni

Il corpus analizzato presenta un totale di **95** forme di alterazione, pari all'1,3% delle parole impiegate. In particolare, 33 (0,46 %) per quanto riguarda i maschi e 62 (0,86%) per quanto riguarda le femmine. Calcolando la frequenza delle alterazioni nei singoli documenti, su 3.053 parole digitate dai maschi l'1,1% rientrano fra queste e su 4.131 parole digitate dalle femmine ne fanno parte il 1,5%.

Nel campione maschile sono presenti 19 tipi diversi di alterazione. In particolare:

- 3 termini su 22 indicano endofasia (i simboli aritmetici sono usati al posto delle parole): + (per più), x (al posto di per), = (per uguale)
- 6 termini su 22 sono stati scritti in maiuscolo, per riprodurre il volume della pronuncia, e sono: *ANTIPATIHA, BRAVO, BUON NATALE, CHE CULO, SICILIANA, STO CAZZO*
- 13 termini su 22 presentano un tentativo di rappresentare una pronuncia prolungata attraverso la ripetizione della vocale o della consonante⁵⁴:
aaaaaaaaa, caaaaaa, ciaooooo, eeeeeee, freddoooooo, moooolti, noooooo, ooooooooook, seeeee, trooooooooooppo, tutttttte,uffaaaaaaa, vediiiiiii

Nel campione femminile sono presenti 51 tipi diversi di alterazione. In particolare:

- 3 termini su 51 indicano endofasia (i simboli aritmetici e i numeri sono utilizzati al posto delle parole): + (per più), x (al posto di per), *1* (al posto di uno)
- 2 termini su 51 presentano l'uso di maiuscole e minuscole alternate: *Ok GrAzIe, ZtAiI*
- 18 termini su 51 sono stati scritti in maiuscolo: *CAGARE, CHE, DAI, IL MESTRUO, NAPOLETANA, NON, PALLE, SEI, SI, SICURAMENTE, SONO,*

⁵⁴ Nella pronuncia alcune consonanti (come le occlusive sorde) non possono essere allungate: questo è solo un meccanismo grafico non corrispondente alla realtà fonetica.

*SPOSATA, STO CAZZO, STO CAZZOOO, TE DI PIÙ, TOSCANO, TROIA
SCASSA CAZZI, UFFAAAAA*

- 28 termini su 51 presentano un tentativo di rappresentare una pronuncia prolungata della vocale attraverso la ripetizione: *andreeeee, antipatihooooooooo, bacioneeee, bellaaaaaaaa, belleeeee, caraaa, ciaoooo, coraggiooooo, culoooo, daaaaaiiii, daiiiiiiiiiiiiiiii, ehiiiiii, genioooo, merdaaaaa, notteeee, oddiooooo, ohhhhhhhh, onoreee, scherzandoooooo, seeeeeeeee, siiiiiiiii, sùùùù, suuuuu, vegetooooo, zaii, zaooooooooo, ziaoo*

Per quanto riguarda i maschi, l'alterazione più usata è stata *noooooo* (7 occorrenze); per le femmine, quelle più usate sono state *l, x, zaooooooooo* (3 occorrenze). Da notare che solo i termini *+, x, CHE, STO CAZZO* sono stati riscontrati in entrambi i corpus.

6.6 Analisi delle espressioni dialettali

Il corpus analizzato presenta un totale di **74** espressioni dialettali, pari all'1,03% delle parole impiegate. In particolare, 51 (0,71 %) per quanto riguarda i maschi e 23 (lo 0,32%) per quanto riguarda le femmine. Calcolando la frequenza delle espressioni dialettali nei singoli documenti, su 3.053 parole digitate dai maschi l'1,7% rientra fra queste e su 4.131 parole digitate dalle femmine ne fa parte lo 0,55%. Da notare che questo è l'unico caso in cui il fenomeno è stato riscontrato un numero superiore di volte nel corpus maschile.

Nel campione maschile sono presenti 38 tipi diversi di espressioni dialettali⁵⁵:

- 1 termine su 38 è di uso sarda: *ahio'* (dai!)
- 1 termine su 38 è di uso toscano e siciliano, con diverso significato: *babbo* (*papà* in toscano, 4 occorrenze; *stupido* in siciliano)

⁵⁵ Per la corretta interpretazione si rimanda a Tullio De Mauro, *Il dizionario della lingua italiana per il terzo millennio*, Torino, Paravia, 2000 oppure <http://www.treccani.it/vocabolario/>

- 1 termine su 38 è di uso del centro Italia: *ndiamo* (noi andiamo)
- 5 termini su 38 sono di uso romano: *ce sentimo* (ci sentiamo), *ce sta* (ci sta), *cornutazzo* (cornutaccio peggiorativo di cornuto), *daje* (dai su!), *fattela* (farti + la)
- 30 termini su 38 sono di uso toscano: *andà* (andare), *antipatiha* (gorgia toscana → antipatica), *ave* (avere), *boia deh* (interiezione livornese), *ci si risente* (ci sentiamo), *co* (con), *co'na* (con una), *deh* (interiezione livornese), *docche* (doc), *du* (due), *fa/fa'* (fare), *fo* (io faccio), *fori* (fuori), *mi stai a prende* (mi stai prendendo), *na* (una), *ovvia* (interiezione che esprime incitamento), *perde* (perdere), *potà* (potare), *raccontà* (raccontare), *ride* (ridere), *si va* (noi andiamo), *so* (io sono), *sorti* (tu esci), *sta* (stare), *svalvolata* (senza testa), *veni* (venire), *vo* (io vado), *voi* (tu vuoi)

Nel campione femminile sono presenti 22 tipi diversi di espressioni dialettali:

- 1 termine su 22 è di uso toscano e siciliano, con diverso significato: *babbo* (*stupido*, 1 occorrenza)
- 1 termine su 22 è di uso siciliano: *nu* (no)
- 4 termini su 22 sono di uso romano: *ce sta* (ci sta), *magnate* (mangiate), *mo* (ora), *sgamato*⁵⁶ (scoperto)
- 3 termini su 22 sono di uso meridionale: *Chiare'* (Chiara), *Giulie'* (Giulia), *we* (ciao)
- 13 termini su 22 sono di uso toscano: *antipatiho* (gorgia toscana → antipatico), *bellina* (carina), *dev'esse* (deve essere), *fa* (fare), *la mi* (la mia), *mangia* (mangiare), *na* (una), *sentì* (sentire) *so* (sono), *te* (uso locale al posto di tu), *un si fa* (non si fa), *un ti ingozzà* (non ti riempire troppo), *vo* (io vado)

⁵⁶ In origine apparteneva al gergo carcerario

Per quanto riguarda i maschi, l'espressione dialettale più usata è *babbo* (4 occorrenze); per le femmine, quella più usata è *we* (2 occorrenze).

I due corpus hanno in comune 6 termini: *antipatiho/a*, *babbo*, *ce sta*, *fa*, *so* e *vo*.

Nel foglio di lavoro *MaschiVsFemmine* è stato costruito un grafico di riepilogo per confrontare i fenomeni riscontrati in entrambi i campioni.

GRAFICO 6.3 Confronto dei fenomeni riscontrati nel corpus

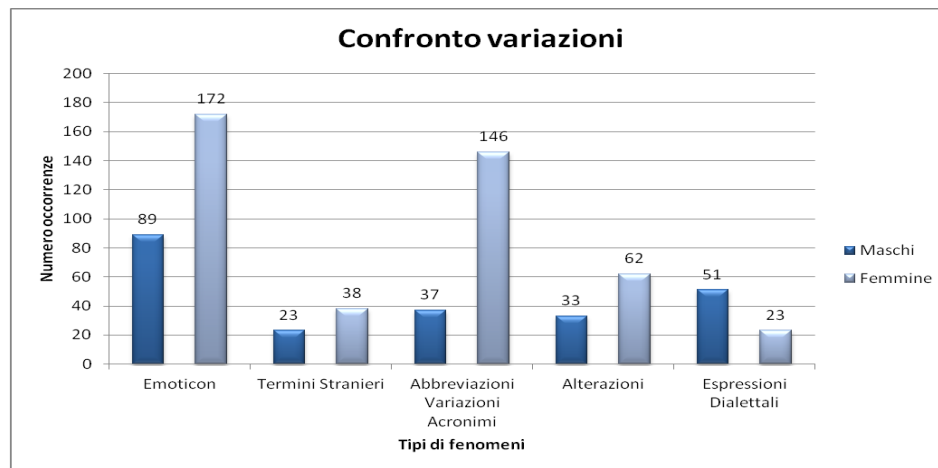


TABELLA 6.2 Riepilogo delle variazioni dell'italiano standard

Variazioni	Occorrenze in totale	Campione Maschile	Campione Femminile
Emoticon	3,63%	2,91%	4,16%
Termini Stranieri	0,85%	0,75%	0,92%
Abbreviazioni, Variazioni, Acronimi	2,55%	1,21%	3,53%
Alterazioni	1,32%	0,98%	1,50%
Espressioni Dialettali	1,03%	1,67%	0,56%
Totale	9,33%	7,52%	10,68%

Elena Pistolesi (2004, p. 98-103) ha raccolto e studiato un corpus di chat avvenute in IRC⁵⁷. Dai suoi dati emerge che il dialogo in chat presenta le emoticon che sostituiscono i segni paralinguistici, gli allografi connotativi, la sintassi, con lo spezzamento dei turni e l'uso dei punti di sospensione (per riprodurre l'intonazione e le pause del parlato) e le lettere maiuscole, che oltre a mimare il grido, sottolineano il focus di una frase. Il codice fonico, inoltre, prevale su quello grafico quando la scrittura interpreta le interiezioni, le onomatopée e la persistenza del suono attraverso l'effetto eco. Si rappresentano le esitazioni del parlato con i puntini di sospensione o si spezza il turno in più stringhe secondo la guida dell'intonazione. Come si è potuto constatare, tutto questo è stato riscontrato anche nel corpus della chat di Google+.

6.7 Analisi degli errori

Il corpus presenta una serie di errori che possono essere classificati secondo lo schema presente nel capitolo 5 (paragrafo 5.3.4). Nel campione maschile è stato riscontrato un totale di 43 errori, così partizionati:

- Errori di tipo *typo* (17): *anadare* (andare), *apevo* (sapevo), *dipend* (dipende), *dole* (sole), *dovri* (dovrei), *lasciam* (lasciamo), *lìora* (l'ora), *mertedì* (martedì), *nient* (niente), *person* (persona), *pue* (può), *queela* (quella), *rdere* (ridere), *rifuarda* (riguarda), *sabata* (sabato), *stampalaa* (stamparla), *usicre* (uscire)
- Errori d'accento dovuti probabilmente a problemi di tastiera (2): *giu* (giù) e *piu* (più)
- Errori grammaticali (4): *bhè* (beh), *perchè* (perché), *pò* (po'), *sicchè* (sicché)

Nel campione femminile è stato riscontrato un totale di 44 errori, così partizionati:

⁵⁷ http://it.wikipedia.org/wiki/Internet_Relay_Chat

- Errori di tipi *typo* (25): *alll* (al), *avvo* (avevo), *bora* (borsa), *cert* (certo), *decdere* (decidere), *dobbiamo* (dobbiamo), *ecocmi* (eccomi), *elo* (e lo), *èd* (po'), *faigo* (figo), *gardo* (guardo), *lonto* (lontano), *memopria* (memoria), *nno* (no), *oi* (ohi), *pagli* (paglia), *panorma* (panorama), *pe rmail* (per mail), *prvando* (provando), *publiciit* (pubblicità), *rpogramma* (programma), *sistemmando* (sistemando), *stess* (stress), *vadoa* (vado a), *vsto* (visto)
- Errori d'accento dovuti probabilmente a problemi di tastiera (4): *andra* (andrà), *cosi'* (così), *gia'* (già), *piu* (più)
- Errori grammaticali (5): *bè* (beh), *perchè* (perché), *pò* (po'), *un'altro* (un altro), *stò* (sto)

Da notare che sono presenti più versioni per una parola che è propria solo del linguaggio orale quotidiano: *vabbe*, *vabbè*, *vabè*, *vabbe'*. Nessuna delle varianti è registrata nel dizionario De Mauro e quindi riconducendosi al lemma si può affermare che la corretta trascrizione sia *va beh*. Gli errori grammaticali sono dovuti al fatto che gli italiani non hanno imparato a scuola l'uso di una grafia standard per questa espressione. Gli errori sintattici di tipo più ampio non sono stati considerati, come per esempio *come gente normale* (come ha la gente normale). Si riscontra, in entrambi i campioni, l'assenza del ricorso alle maiuscole per trascrivere i nomi propri, eccetto in 2 casi (*Chiare'* e *Giulie'*).

6.8 Le correlazioni tra fenomeni

In statistica per correlazione si intende una funzione che mette in relazione due variabili, tali che l'una varia in funzione dell'altra e a ciascun valore della prima corrisponde un valore della seconda. È detto coefficiente di correlazione l'indice statistico che misura il grado di associazione tra le due variabili. Il coefficiente di correlazione, detto anche coefficiente di correlazione di Pearson-Bravais e indicato con ρ_{xy} , può assumere valori compresi tra -1 e 1 :

- $\rho_{xy} > 0$: la correlazione si dice *diretta* o *positiva*, in quanto le due variabili sono direttamente correlate o correlate positivamente
- $\rho_{xy} = 0$: assenza di correlazione
- $\rho_{xy} < 0$: la correlazione si dice *indiretta* o *negativa*, in quanto le due variabili sono inversamente correlate o correlate negativamente

Se c'è una correlazione diretta o positiva, allora si presenta uno dei seguenti casi:

- $0 < \rho_{xy} < 0,3$: correlazione debole
- $0,3 < \rho_{xy} < 0,7$: correlazione moderata
- $\rho_{xy} > 0,7$: correlazione forte

In statistica, si parla anche del coefficiente di determinazione (R^2), che indica una proporzione tra la variabilità dei dati e la correttezza del modello statistico utilizzato e può assumere un valore compreso tra 0 e 1. A un maggior valore di R^2 corrisponde un risultato ottenuto più affidabile, poiché significa che la variabile dipendente è spiegata correttamente dai valori considerati nel modello. Di seguito si definiscono gli ordini di grandezza che permettono di interpretare al meglio il risultato di R^2 :

- $R^2 \geq 0,8$: il risultato ottenuto è molto attendibile
- $R^2 \geq 0,6$ e $R^2 < 0,8$: il risultato ottenuto è abbastanza attendibile
- $R^2 \geq 0,4$ e $R^2 < 0,6$: il risultato ottenuto è poco attendibile
- $R^2 < 0,4$: il risultato non è attendibile o potrebbe essere basato su dati errati

Partendo da queste premesse, si sono dapprima calcolate le seguenti correlazioni singolarmente (ovvero dividendo gli utenti tra maschi e femmine) e in seguito si sono calcolate quelle complessive (ovvero unendo maschi e femmine):

- Correlazione tra il numero di abbreviazioni-variazioni-acronimi e il numero di alterazioni
- Correlazione tra il numero di emoticon e il numero di abbreviazioni-variazioni-acronimi
- Correlazione tra il numero di emoticon e il numero di alterazioni

- Correlazione tra il numero di emoticon e il numero di termini stranieri

In ogni campione gli utenti sono stati considerati singolarmente. Le successive tabelle riportano le occorrenze riscontrate per ogni utente:

TABELLA 6.3 Occorrenze campione maschile

Maschi	Emoticon	Abbreviazioni- variazioni- acronimi	Termini stranieri	Alterazioni	Espressioni dialettali
M1	9	3	0	2	6
M2	12	5	3	5	7
M3	10	4	2	3	8
M4	9	2	3	2	11
M5	5	0	0	1	4
M6	3	0	0	1	5
M7	7	3	1	4	3
M8	13	6	5	5	1
M9	6	5	2	3	0
M10	15	9	7	4	6

TABELLA 6.4 Occorrenze campione femminile

Femmine	Emoticon	Abbreviazioni- variazioni- acronimi	Termini stranieri	Alterazioni	Espressioni dialettali
F1	20	15	8	15	3
F2	15	10	6	6	1
F3	19	12	5	7	2
F4	37	23	4	12	3
F5	16	11	2	3	1
F6	7	8	1	2	0
F7	10	12	3	3	0

F8	6	10	3	2	0
F9	12	9	4	4	3
F10	5	7	0	2	0
F11	9	12	0	3	4
F12	8	7	2	0	2
F13	5	6	0	2	3
F14	3	4	0	1	1

Si può notare che non tutti i fenomeni di variazione dell'italiano standard sono impiegati nello stesso modo da tutti gli utenti; infatti alcuni utenti non ricorrono a certi tipi dei primi. Correlando i fenomeni si sono ottenuti i seguenti risultati:

TABELLA 6.5 Risultato Correlazioni

Correlazione	Risultato Maschi	Risultato Femmine	R²⁵⁸ Maschi	R² Femmine	Risultato correlazione complessiva	R²
Abbr-Var-Acr e Alterazioni	0,79	0,79	0,62	0,63	0,71	0,51
Abbr-Var-Acr ed Emoticon	0,86	0,92	0,73	0,85	0,82	0,67
Alterazioni ed Emoticon	0,75	0,82	0,57	0,67	0,82	0,68
Emoticon e Termini Stranieri	0,86	0,61	0,74	0,38	0,63	0,40

Come si può notare, sono quasi tutte correlazioni forti, eccetto quella tra le emoticon e i termini stranieri del campione femminile (correlazione moderata). I valori di R² provano che le correlazioni sono attendibili, eccetto quello tra le emoticon e i termini stranieri del campione femminile. Il risultato ottenuto rispecchia ciò che ci si aspettava. Per esempio, una persona che impiega molte emoticon tende a usare anche molte abbreviazioni. In

⁵⁸ Valore estrapolato tramite l'equazione della retta appartenente al relativo grafico

generale, la forte correlazione tra l'uso di modi di esprimersi innovativi rispetto alla lingua tradizionale prova che sono tutti aspetti coordinati della nascita di un nuovo linguaggio, di cui il neofita usa una piccola parte delle modalità e "l'esperto" ne usa invece una gran parte. Da quanto è emerso sono state quindi ottenute delle correlazioni positive. Si riportano i grafici più significativi tra le correlazioni, ovvero quelli che presentano il valore di R^2 più alto e i cui punti tendono ad allinearsi lungo la linea retta: chi usa più emoticon tende a usare più termini stranieri e chi usa più abbreviazioni, variazioni e acronimi tende a usare anche più emoticon.

GRAFICO 6.4 Correlazione tra Emoticon e Termini stranieri (Maschi)

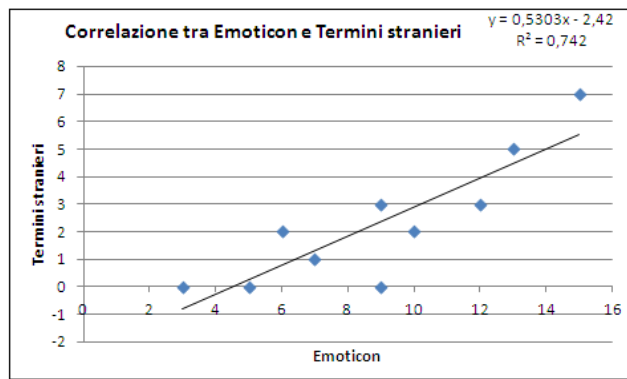
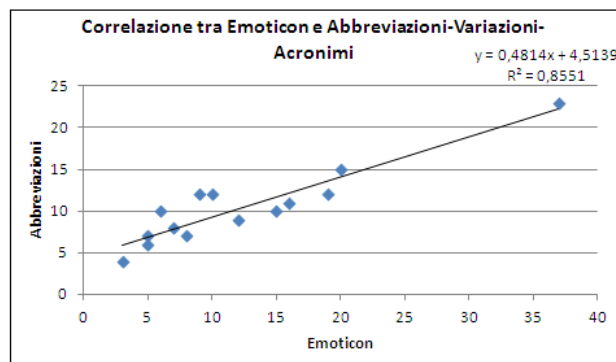
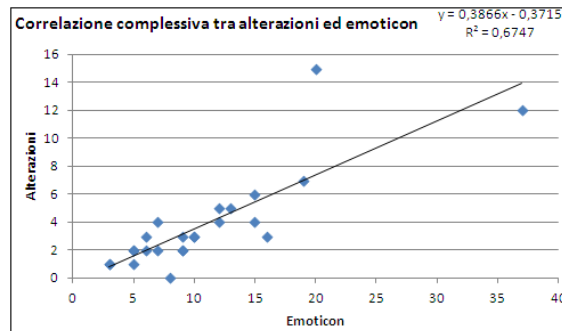


GRAFICO 6.5 Correlazione tra Abbreviazioni, Variazioni, Acronimi ed Emoticon (Femmine)



Considerando le correlazioni complessive tra maschi e femmine, si nota che il valore più alto di R^2 (0,68) e la maggiore distribuzione dei punti lungo la linea retta si registra nella correlazione tra le alterazioni e le emoticon.

GRAFICO 6.6 Correlazione complessiva tra alterazioni ed emoticon



Da tutte queste analisi possiamo affermare che anche la chat di Google+ conferma che c'è un maggior uso dei tratti espressivi da parte delle femmine e che ogni fenomeno può essere considerato come un singolo *cluster*.

Conclusioni

Nelle pagine precedenti si è illustrato, confrontato e analizzato Google+: uno strumento di comunicazione mediata dal computer (Computer Mediated Communication o CMT) al tempo stesso asincrono e sincrono. Permette, infatti, sia di condividere immagini, video, testo o di cercare argomenti e notizie, sia di comunicare con gli utenti delle cerchie, attraverso chat o videochat multiple. Nel mondo, al 20 gennaio 2012, sono circa 90 milioni gli internauti che hanno creato un profilo su questo social network: giovani, adulti, celebrità, professionisti di vario genere.

L'obiettivo di questo lavoro di tesi è stato analizzare linguisticamente 55 conversazioni avvenute in chat tra 24 utenti italiani (10 maschi e 14 femmine). Per tale studio si sono adoperati gli strumenti *Microsoft® Office Word ed Excel 2007*.

Dai dati ricavati è emerso che il linguaggio impiegato nella chat di Google+ presenta molte caratteristiche che lo possono accumunare a quello della Rete in generale. All'interno del corpus analizzato, infatti, è stato riscontrato il ricorso all'uso di emoticon, di alterazioni, di abbreviazioni, di espressioni dialettali, di termini stranieri e così via.

Tutte queste varietà dell'italiano standard sono state osservate sia nel campione maschile sia in quello femminile, seppure con un numero differente di occorrenze. Appare evidente l'imitazione del parlato, attraverso l'uso di espedienti grafici, come: la ripetizione del lessico e delle vocali per riprodurre la pronuncia prolungata; l'interpunzione che segue l'intonazione dell'oralità, piuttosto che la forma logico-sintattica dello scritto; termini in maiuscolo per impostare il volume della voce; emoticon per rappresentare le espressioni del viso. In questo modo, le potenzialità della comunicazione online sembrano ridurre la distanza tra gli utenti.

Oltre a questi fenomeni, sono stati riscontrati degli errori, seppure in quantità minore di quella che ci si poteva aspettare. La scarsa pianificazione dei testi, dovuta alla velocità e all'immediatezza dialogica con cui si tende a scrivere in chat, può spiegare la presenza di errori di tipo *typo*. Si sono registrati anche errori dovuti agli accenti non

standard ed errori di tipo grammaticale, in alcuni casi corretti attraverso una seconda battuta.

Grazie all'analisi statistica, infine, sono state evidenziate le distribuzioni dei fenomeni suddetti e le correlazioni tra questi. Attraverso le distribuzioni, si è notato che tutti i fenomeni studiati presentano un numero maggiore di occorrenze nel campione femminile, eccetto per quanto riguarda le espressioni dialettali. Le femmine tendono anche a ricorrere maggiormente all'interpunzione, mentre i maschi, in alcuni casi, tendono a ignorare la corretta grafia standard di certe parole (per esempio nel campione maschile si è registrato l'uso di *è* al posto di *eh*, mentre nel campione femminile era scritto correttamente). Altre parole, invece, sono state scritte in modo errato da entrambi.

Per quanto riguarda le correlazioni, il risultato ottenuto rispecchia ciò che ci si aspettava: chi usa molte emoticon tende a ricorrere anche a molte abbreviazioni, chi usa molte alterazioni tende a ricorrere anche a molte emoticon e così via. In particolare, nel campione maschile quelle più forti si osservano tra le abbreviazioni, le variazioni, gli acronimi e le emoticon e tra le emoticon e i termini stranieri; in quello femminile si ha la più forte tra le abbreviazioni, le variazioni, gli acronimi e le emoticon. Per quanto riguarda le correlazioni complessive, si è visto che la più forte è quella tra le alterazioni e le emoticon.

Un possibile sviluppo di questo lavoro di tesi potrebbe essere quello di prelevare altri campioni di chat da diversi social network e confrontare i risultati ottenuti, verificando come e di quanto si distacchino o siano affini a ciò che è stato rilevato tramite queste pagine.

Bibliografia

- Di Bello, Massimo. 2011. *Guida a Google+: il manuale*. Avezzano, Prometheus.
- Grasso, Mario. 2005. *Scrivere per il Web: annotazioni, considerazioni e suggestioni per quanti intendono conoscere la scrittura online*. Milano, FrancoAngeli.
- Massarotto, Marco. 2011. *Social Network: costruire e comunicare identità in Rete*. Milano, Apogeo.
- Middleton, Michael. 2004. *Data Analysis Using Microsoft Excel*. Duxbury Press.
- Mori, Lorenzo. 2011. *Un'analisi linguistica del microblog e social network Twitter*. Elaborato di laurea triennale, Università di Pisa.
- Nelson, Stephen. 2002. *Excel Data Analysis*. Wiley Publishing, cap 4 e 5.
- Padrini, Paolo. 2006. *Chat. Luogo e tempo della comunicazione e dell'incontro*. Cantalupa, Effatà Editrice.
- Pistolesi, Elena. 2004. *Il parlar spedito. L'italiano di chat, e-mail e SMS*. Padova, Esedra editrice.
- Riva, Giuseppe. 2011. *I social network*. Bologna, Il Mulino.
- Tavosanis, Mirko. 2011. *L'italiano del web*. Roma, Carocci editore.