

BUONE PRASSI – BEST PRACTICES

SOCIAL NETWORK, TEXTING E SOLITUDINI VERBALI. L'ANALISI LINGUISTICO-ESPRESSIVA DELLE INTERAZIONI TRA GLI STUDENTI UNIVERSITARI SU FB

di *Giuseppa Cappuccio, Giuseppa Compagno**

Le piattaforme social rivestono oggi un ruolo di spicco nei modi della comunicazione sociale e di costruzione di conoscenza. I giovani rappresentano i principali destinatari e utenti di tali mezzi, con ricadute positive in ambito apprenditivo e cognitivo, ma anche con conseguenze non sempre positive in ambito socio-relazionale. Utilizzati in ambito didattico, dal punto di vista dell'analisi linguistico-comunicativa, i social network hanno il vantaggio di fornire *corpora* di scambi conversazionali di facile reperibilità e quello di riproporre la centralità operativa e pragmatica del soggetto/*user*.

A partire dal parallelismo tra i modelli della conversazione reale e le realizzazioni di una comunicazione virtuale, il presente contributo rende conto della indagine esplorativa condotta nell'a.a. 2018/2019 con studenti del III anno dei corsi di studio di Scienze dell'Educazione e di Educazione di Comunità dell'Università di Palermo incentrata sull'analisi linguistico-espressiva di 6500 discussioni sui gruppi di Fb chiusi veicolanti stati di solitudine e gap socio-relazionali.

* Il presente contributo, frutto della collaborazione delle due ricercatrici, è così suddiviso: Giuseppa Cappuccio è autrice dell'introduzione e dei paragrafi 1 e 5; Giuseppa Compagno è autrice dei paragrafi 2, 3 e 4. Il paragrafo 6 è frutto di collaborazione delle due autrici.

Nowadays, social platforms play a leading role in the ways of social communication and knowledge building. Young people are the main recipients and users of these means, both with positive effects in the learning and cognitive field and also with negative consequences in the social-relational field. Considered in terms of linguistic-communicative analysis, when used in the teaching domain, social networks have both the advantage of providing accessible corpora of conversational exchanges and that of continuously re-proposing the operational and pragmatic centrality of the subject/user.

Starting from the parallel between the models of real conversation and the realizations of virtual communication, this contribution reports on the exploratory survey conducted in the academic year 2018/2019 with students of the 3rd year of the courses in Educational Sciences and Community Education of the University of Palermo. The survey focused on the linguistic-expressive analysis of 6,500 Fb students' discussions conveying states of loneliness and socio-relational gaps.

1. Introduzione

Con l'avvento del social networking, le relazioni sociali nascono e si mantengono in un dominio digitale.

La generazione Z (nati tra il 1995 e il 2012) e la Generazione Alpha (nati tra il 2013 e il 2025) sono le prime generazioni a immergersi completamente nelle tecnologie con un impegno attivo nella produzione di contenuti digitali, specialmente dopo l'avvento degli smartphone (Bobkowski, Shafer & Ortiz, 2016; Twenge, Martin & Campbell, 2018).

I siti di social networking (SNS) costituiscono, per i giovani, un nuovo ambiente sociale che offre numerose opportunità di interazione (Kuss & Griffiths, 2017). Gli smartphone facilitano l'accesso agli SNS e aumentano il tempo trascorso davanti allo schermo. Dati recenti indicano che il 95% dei ragazzi (tra i 13 e i 20 anni) ha accesso agli smartphone e più della metà ha accesso a

un tablet; il 56% ammette di essere quasi costantemente online e il 44% diverse volte al giorno (Pew Research Center, 2018).

L'uso dei social media è una parte indispensabile del quotidiano e necessita di tempo, di attenzione e di strumenti versatili, ma al contempo offre una vasta gamma di servizi e funzioni utili per gli utenti (Giannakos, Chorianopoulos, Giotopoulos & Vlamos, 2013; Kuss & Griffiths, 2017).

I social media sono la somma di blog, siti di social networking (ad es. Facebook), micro blog (cioè Twitter), siti di condivisione di contenuti (ad es. Instagram, Snapchat), wiki, siti di videogiochi interattivi e consentono agli utenti di co-costruire e condividere contenuti (Kuss & Griffiths, 2017). I giovani costruiscono profili diversi dagli adulti e le recenti indagini (Kuss & Griffiths, 2017; Pew Research Center, 2018) mostrano che YouTube (85%), Instagram (72%) e Snapchat (69%), seguiti da Facebook (51%) sono le piattaforme con il più alto tasso di utilizzo.

I ragazzi sono immersi dentro un sistema sociale che influenza il loro sviluppo cognitivo, affettivo-relazionale e volitivo. Molti dei compiti evolutivi, ormai, sono raggiunti attraverso il mondo digitale. Uno dei compiti di sviluppo chiave legato ai media è la formazione dell'identità (Ragelienė, 2016) attraverso l'interazione di sé con gli altri online. Gli SNS facilitano la formazione e il mantenimento dell'amicizia e forniscono sostegno sociale per lo sviluppo di comportamenti, obiettivi e atteggiamenti (Borca, Bina, Keller, Gilbert & Begotti, 2015; Poulin & Chan, 2010), e ciò facilita lo sviluppo dell'identità, e della negoziazione dello status (Balakrishnan & Griffiths, 2017; Boyd, 2007). Tuttavia, essi sono una popolazione vulnerabile quando si tratta di format online (Kuss & Griffiths, 2011). I processi di autoregolazione e il controllo emotivo sono ancora in formazione (Berthelsen, Hayes, White & Williams, 2017) e l'uso di internet può rallentare il processo (Rideout, Foehr & Roberts, 2010) poiché, come sostiene Al-Menayes (2015), le motivazioni che spingono i giovani all'uso dei social network – quali l'intrattenimento, la ricerca di informazioni, l'utilità e la convenienza personale, la gratificazione dell'interazione sociale – sottendono la soddisfazione di un biso-

gno psicologico come la necessità di popolarità, la competizione sociale (per es. ottenere il maggior numero di *Mi Piace*), la valorizzazione dei valori personali, la regolazione dell'umore (Balakrishnan & Griffiths, 2017; Chen, Zhang, Gong, Zhao, Lee & Liang, 2017; Ha, Kim, Libaque-Saenz, Chang & Park, 2015). Questi processi di ricerca di sé stessi, apparentemente mediati dai social media, si scontrano con una sofferenza e solitudine che potremmo definire “social”.

Trarre conclusioni sull'impatto del mondo digitale sulla solitudine dei giovani è difficile perché gli studi e le ricerche condotte finora offrono risultati contrastanti.

Quando il social network viene utilizzato per migliorare le relazioni esistenti e forgiare nuove connessioni sociali, diventa uno strumento utile per ridurre la solitudine; se il social è utilizzato per sfuggire al mondo e ritirarsi nel dolore sociale, il sentimento di solitudine aumenta e influenza stile di vita e relazioni sociali de visu.

2. Lo spazio comunicativo dei social: texting e solitudini verbali

I social network, per la loro natura semi-sincrona sul piano spazio-temporale e gerarchica sul piano sociolinguistico, afferiscono a quella categoria di *computer media* che, analogamente alla posta elettronica e non del tutto diversamente dalla chat, si situa-no a metà tra *information interfaces* e *communication interfaces*¹.

¹ Per *information interfaces* si intendono quei sistemi telematici che prevedono un accesso individuale atto essenzialmente a reperire/fornire informazioni; essi non sono legati a un particolare contesto o area tematica che orienti il senso dei messaggi e generano una interazione del tipo individuo-informazione. Al contrario, i *communication interfaces* si fondano su un processo interattivo tra individui i quali comunicano su assi tematici contestualizzati e pre-fissati; in questo caso, non è il passaggio di messaggi informativi, quanto piuttosto la comunicazione stessa che plasma, struttura e dà forma all'interazione tra di essi. Si veda: Hoadley C.M., & Enyedy N. (1999). Between Information and Communication: Middle Spaces in Computer Media for Learning. *Computer Support for Collaborative Learning*, 242-251.

Il social network, inserito nello spaccato situazionale nel quale è posto in essere, se da una parte assolve alla funzione di contenitore di informazioni pronto all'uso, dall'altro lato offre un bagaglio informativo che non è pre-confezionato, ma co-costruito mediante un processo di comunicazione tra individui che collaborano e cooperano a tal fine. Più ancora, l'essere parzialmente asincrono (discrasia temporale tra chi scrive/invia e chi riceve/legge i messaggi) e l'avere un discreto margine di contingenza tematica (tra contenuto dei messaggi e specifici ambiti d'uso) fanno del social network uno strumento sfaccettato tra monologo e dialogo, tra identità linguistica e simulazione comunicativa.

Nel social network si intersecano l'asse dell'oralità, l'asse della scrittura e l'asse iconico allorché la parola scritta cade sotto il dominio della percezione visiva pur mantenendo la propria forza espressiva acustica. Si considerino, in particolare, quei social i cui soggetti comunicanti sono legati da relazioni paritarie e per lo più informali; essi attivano quel meccanismo del *texting*, che consente un livello di interazione più privato (rispetto al *tweeting* e al *posting*), individuale o di gruppo (Allen, 2014).

Nel *texting* i messaggi vengono codificati mediante scelte sintattiche precise che generano spesso combinazioni verbali brevi, poco articolate, sintetiche, addirittura minimaliste. Il lessico appare ridotto e semplificato, tuttavia è possibile cogliere pienamente le sfumature di senso mediante un sottocodice grafico-scritturale in cui i tratti soprasegmentali – tono, intonazione, lunghezza, accento – cedono il passo all'emoticon, alle geminazioni ad libitum di consonanti e/o vocali, all'uso creativo e non canonico tanto di alcuni grafemi quanto della punteggiatura². In altri termini, il *te-*

² Le spie comunicative non verbali (costituite generalmente da gesti, espressioni facciali, prossemica, posture di avvicinamento/allontanamento, di accoglienza/rifiuto, ecc.) sono affidate non solo a una parola scritta che scivola continuamente dal piano denotativo a quello connotativo, dalla parola autonoma alla parola corredo iconoclastico, ma a ciò che potremmo definire un codice immaginifico aumentato il quale si fonda su un tacito contratto comunicativo tra i parlanti/scriventi.

xting si configura come una sorta di linguaggio vero e proprio, dotato di un proprio sistema di regole, di una sua grammatica specifica.

Nel continuum tra i due modelli-cardine di ogni interazione sociale, dialogico e monologico, nei social si gioca l'abilità degli utenti nel gestire con sagacia il flusso di informazioni proprie e altrui cooperando alla costruzione di un mondo virtuale condiviso, pena l'essere confinati in uno spazio di solitudine comunicativa.

Dal punto di vista della comunicazione, tale sentimento di solitudine porta in sé un che di grottesco giacché essa è a un tempo immersione consapevole nel meccanismo comunicativo virtuale e fuga da meccanismi comunicativi reali. In questo caso, nel *texting* fasi più spiccatamente monologiche di codifica del messaggio si combinano ciclicamente con fasi di feedback che ri-allineano la comunicazione su una pista diadica, ben dissimile dal modello dialogico classico della conversazione *in presentia*³.

Il vantaggio della comunicazione in forma di monologo è costituito dal margine di controllabilità semantica del messaggio. D'altro canto, il dialogo innesca uno scambio di interventi che costruiscono progressivamente il messaggio stesso allorché il messaggio diviene il frutto di una negoziazione a tappe asincrone ove la partecipazione alla costruzione di senso è distribuita tra più individui.

3. Social network e interazione: io finzionale e teatralità

Risulta evidente come, nel corso dell'interazione comunicativa nel social network, l'accento non sia posto semplicemente sull'atto creativo dell'emittente, ma anche sulle abilità interpretative del ricevente. Questi si trova a manipolare il testo del messag-

³ Si potrebbe parlare, qui, di una sorta di "interazione-di-rimbalzo" nei casi in cui uno degli interlocutori si situa a metà tra dialogo e monologo, riduce il lessico a forme minime quali "sì", "no", "e" (Godwin, 1995) sì da interagire quasi a un livello quasi "olofrastico", ma che consente al messaggio-in-arrivo di rimbalzare e di registrare un qualche ritorno di senso.

gio facendo della propria lettura una sorta di ri-scrittura mentale del contenuto che si palesa, poi, nel feedback (Barthes, 1982).

E se è vero che la scrittura porta già in sé il marchio della simulazione della parola detta, pronunciata e ascoltata, è pur vero che a essa si sommano altre due forme di *simulatio*. Da una parte, vi è un simulare intrinseco al segno linguistico stesso, il quale è riconoscibile e comprensibile solo all'interno di un preciso orizzonte di senso ove esso sta “per” o “al posto di” qualcosa d'altro, grazie a quella sorta di patto-sulla-sostituzione che induce Eco (1975) a definire la Semiotica come “teoria della menzogna”. Dall'altra parte, il carattere asincrono degli scambi, l'anonimato visivo – rispetto all'espressione facciale/corporea – garantito dalla mediazione dell'interfaccia digitale, il ricorso al *nickname* come scudo antroponimico nonché un uso non canonico della lingua, sono tutti elementi che distanziano dal reale, popolano di presenze-assenze il virtuale, assimilano le interazioni tra individui a quelle di tipo attoriale e che fanno del social network una sorta di spazio comunicativo teatrale.

Non stupisce, dunque, che in questa messinscena comunicativa virtuale, si privilegino atti perlocutori rispetto ad atti illocutori. Questi ultimi, contrassegnati da un criterio di convenzionalità, sono rappresentati, sui social, dal grado di riconoscibilità del *texting*, codice grafo-verbale sintetico che costituisce il “lessico virtuale” proprio di tale *modus* espressivo. Gli atti perlocutori, invece, sono dotati di intenzionalità comunicativa finalizzata a produrre determinati effetti sull'interlocutore. Ciò è evidente nella vita reale, ma lo è ancor di più entro la cornice dei social, dove i limiti spazio-temporali imposti dalla discrasia interazionale inducono a ottenere il massimo risultato in tempi ridotti, ottimizzando la qualità dello sforzo comunicativo in termini di immediata operatività verbale.

Parafrasando Austin (1962), possiamo affermare che entro lo spazio del social network non si tratta solamente di “fare cose con le parole”, ma di “essere attraverso le parole”, poiché la parola diventa il tutto comunicativo mediante il quale interfacciarsi dinanzi all'altro del quale non si possiede una percezione sensoriale lineare. Ecco allora che i *social user* entrano in contatto muovendo-

si su un asse che è linea di demarcazione tra identità linguistica e simulazione comunicativa. Il loro repertorio linguistico consente di mettere in scena una identità che prende corpo mediante le parole e affibbia a ciascun individuo una cifra “personaggio” e una gerarchia di ruoli. Da qui la solitudine di un distanziamento dall’essere autenticamente sé stessi, ma apparentemente appagati (in via transeunte) da una indistinta folla parlante/scrivente⁴.

Nel *Dramatis Personae* del social network, la “parte” prevista per l’interlocutore è, in realtà, bidimensionale. Esiste una “parte esplicita”, che ciascun *user* si attribuisce direttamente e pubblicamente, e che è concepita in ordine al raggiungimento degli obiettivi comunicativi. Vi è, poi, una “parte implicita”, assunta dall’utente all’interno della comunità virtuale, in base alle peculiarità individuali e al “potere contrattuale” di cui egli si lascia investire⁵. Per dirla con Goffman (1959), quando tali web-personaggi «si incontrano per interagire, tendono a comportarsi in modo da dare l’impressione di essere ciò che affermano di essere» (p. 195). Ed è qui che si gioca il senso di solitudine dato dallo stare dentro la finzione, dentro un “io” costruito che solo a tratta coincide autenticamente col vero. Le parole, tanto per la loro presenza quanto per la loro assenza, diventano maschere, ed è allora che i social (come la vita quotidiana) divengono spazio per la rappresentazione del sé, di un sé vicario, la cui consistenza è veicolata e metonimicamente costituita dal segno linguistico (Ruggenini & Paltrinieri, 2003).

⁴ Il procedimento conversazionale del *turn-taking*, per esempio, è un indicatore della priorità e preminenza di certi *user* i quali sembrano acquisire un discreto potere contrattuale grazie alla abilità comunicativa, alla ricchezza di informazioni veicolate, alla capacità espressiva, e così via.

⁵ In linea con la “parte esplicita” ogni utente è a suo modo attore (o attante) entro il perimetro della comunicazione virtuale, mentre rispetto alla “parte implicita”, egli indossa la maschera di personaggio (l’amicone, il simpatico, l’arrogante, l’affettuoso, il burlone, sino ai limiti del bullo, dell’offender, ecc.), il quale è icona di sé stesso e costituisce il mezzo attraverso il quale produrre un effetto di realtà, o di verosimiglianza, nel quadro di una finzione tacitamente riconosciuta e collegialmente accolta.

Nel dispositivo del social network, il contesto spettacolare si configura come la gamma dei micro-contesti conversazionali reali, della quale l'interazione tra user diversi è riproduzione mimetica e i "soggetti drammaturgici" che lo abitano seguono una sorta di testo teatrale di riferimento. Si tratta del "canovaccio", una semplice e lineare traccia della *performance*, priva di dialoghi, contenente solo la sinossi, ovvero, la sequenza delle scene e la successione delle situazioni che si verificano. Agli attori, i quali conoscono e condividono il medesimo filo diegetico, è affidato il compito di improvvisare ogni scena per mezzo di battute create *ex abrupto*⁶. Tale canovaccio virtuale è una sorta di protocollo di intesa tra i membri del medesimo gruppo e svolge la funzione di ovviare ai momenti di incertezza espressiva, di confusione, di interruzione del discorso, tipici dell'interazione faccia a faccia⁷.

4. Gli indicatori linguistici: linguaggio e marcatori conversazionali

Così come delineato nei paragrafi precedenti, i social network hanno provocato un cambiamento epocale sul texting. La comunicazione social, attraverso l'accesso a piattaforme come Facebook e Twitter, influenza anche gli altri linguaggi e ha due caratteri-

⁶ L'idea che la messinscena della comunicazione nello spazio dei social sia assimilabile al "canovaccio" non sorprende, se si riflette sul fatto che la comunicazione virtuale segue sì un registro generale proprio di ogni interazione reale, ma esula dalla stessa, poiché l'andamento misto (sincrono/asincrono) dell'eloquio, così come una mancata percezione a tutto tondo dell'interlocutore, aprono la maglia inevitabile dell'imprevedibilità e della non controllabilità totale della comunicazione.

⁷ Si tratta di un testo *in fieri*, soggetto alle continue manipolazioni, alle trasformazioni, al perfezionamento implicitamente avanzati da ogni social user. Quest'ultimo, al pari delle maschere della Commedia dell'Arte, possiede una parte da recitare (l'altro sé stesso proiettato sulla "carta virtuale" del monitor) che non è predefinita né preordinata, ma prende corpo lungo l'intero percorso comunicativo nella forma visuo-scritturale contratta propria dei *social media*.

stiche basilari: la necessità della sintesi (pensiamo ai 140 caratteri massimi utilizzabili in un tweet) e la velocità.

Dalle riflessioni finora fatte sul texting e sui messaggi che i giovani continuamente si scambiano sui social, abbiamo individuato alcuni segmenti linguistici afferenti a precise aree espressive che potessero permettere l'esplorazione iniziale di una sezione di gruppi specifici su piattaforme social. Le aree delineate sono:

- un'area relativa alla esplicitazione della propria dimensione affettiva e alla qualità relazionale degli interventi;
- un'area volta alla transizione di informazioni e al passaggio di dati correlati tematicamente;
- un'area di verbalizzazione ludica in cui l'ironia, veicolata da parole isolate, frasi composite o simboli diagrammatici, costituisce l'impronta stilistica della negoziazione;
- un'area rievocativa, sia nel senso della ripresa anaforica di argomenti previamente trattati sia nel senso di un richiamo a esperienze pregresse;
- un'area intesa come *zona franca* della comunicazione, marcata da libertà espressiva e spiccata creatività nell'uso della lingua.

A ciascuna delle cinque aree individuate si è associata una macro-categoria qualitativa contenente le espressioni proprie di un determinato registro di linguaggio:

- linguaggio affettivo;
- linguaggio interlocutorio;
- linguaggio ironico;
- linguaggio rievocativo;
- linguaggio che testimonia la libertà nell'espressione comunicativa.

Se si comparano le cinque macro-categorie evidenziate con le funzioni principali del linguaggio di matrice jakobsoniana, si rileva

che al linguaggio affettivo corrisponde la funzione emotiva, la quale mette in luce la centralità del parlante nell'orientare la comunicazione mediante emozioni e sentimenti. Al linguaggio ironico afferisce la funzione poetica giacché il gioco dell'ironia (allusioni, domande retoriche, similitudini e/o metafore) produce l'effetto di indurre il ricevente a prestare particolare attenzione al modo in cui il messaggio è codificato. Il linguaggio interlocutorio veicola la funzione referenziale, asettico e neutro passaggio di informazioni tra gli agenti dello scambio comunicativo. La duplice natura del linguaggio rievocativo consente di svolgere sia una funzione fàtica sia una funzione metalinguistica. Nel primo caso, la ripresa anaforica di contenuti previamente considerati opera una sorta di controllo sulla corretta comprensione e decodifica del messaggio; nel secondo caso, si richiama l'attenzione degli user su aspetti valutativi concernenti il forum stesso, mezzo e spazio scelto per la comunicazione (Jakobson, 1966)⁸.

Si può cogliere una asimmetria quantitativa e concettuale tra le sei funzioni di Jakobson e le cinque categorie del linguaggio ricavate dalla nostra ricerca. La funzione mancante è quella conativa, ovvero quella che ha valore direttivo poiché si rivolge al ricevente (sottoforma di ordine, comando, esortazione), producendo una modifica del suo comportamento. In realtà la funzione non è assente, ma trasversale alle altre aree del linguaggio.

Il processo di co-costruzione della conoscenza attraverso Facebook richiede, di necessità, che si privilegino interazioni volte non solo a richiedere/fornire dati di tipo informativo-referenziale, ma a elicitare reazioni fattive, a incitare creative proposte di collaborazione, a stimolare la cooperazione. E se ciò è vero per le forme comuni di interazione orale, tanto più lo sarà nel caso degli scambi conversazionali in ambito virtuale distribuito, dove la dematerializzazione del soggetto, la sua incorporeità

⁸ Un discorso a parte merita l'ambito del linguaggio che testimonia la libertà nell'espressione comunicativa, strumento linguistico multifunzionale nel quale appunto le diverse funzioni della lingua si alternano, di volta in volta, a seconda della intenzionalità dello user-emittente.

fisica, comportano un potenziamento della forza espressivo-operativa della parola scritta (Coppock & Violi, 1999, p. 353)⁹.

Gli aspetti soprasegmentali della lingua, lunghezza, tono, intonazione e accento, cui si accompagnano talvolta sistemi semiotici vicari, come i segnali della comunicazione non verbale, vengono ricreati nello spazio asincrono dello spazio social attraverso l'utilizzo di alcuni meccanismi paralinguistici che servono a ricreare i modi della comunicazione orale, colmando il gap temporale e tenendo viva la gamma di toni e variazioni.

Gli studi sulla *Computer Mediated Communication* (Jonassen & Remidez, 2005) e i materiali presi in esame nel corso della nostra indagine hanno messo in luce come Facebook sia uno spazio comunicativo estremamente carico di marcatori conversazionali. Si tratta sia di marcatori grammaticali, cioè morfemi appartenenti a diverse categorie (avverbi: allora, comunque, praticamente; verbi: ascoltami, sentimi, seguimi; *interiezioni*: boh, mah, eh, mm) sia marcatori quali l'uso iperbolico della punteggiatura (!!!!! ??????), gli smile (combinazione dei segni di interpunzione) oppure i più complessi emoticon (vere e proprie icone: ☺ ☹). Come nel contesto della conversazione ordinaria, anche nei social, i marcatori grammaticali facilitano la pianificazione del discorso e servono a garantire la coerenza dell'elaborazione interna del discorso così come a sostenere la relazionalità dello scambio.

⁹ Dal momento che in un ambiente social i partecipanti non possono avere reciproco contatto visivo, o seguire lo sguardo dei loro interlocutori, la coordinazione conversazionale non può più essere fatta stabilendo o interrompendo il contatto visivo, o la direzione dello sguardo o i mutamenti dei tratti del viso o con qualunque altro movimento della testa e degli occhi: nello spazio virtuale l'informazione relativa ai movimenti degli altri interlocutori è generalmente limitata alle macro-azioni di andare e venire.

5. L'indagine esplorativa su Facebook

Nel corso del primo semestre dell'a.a. 2018/2019 abbiamo condotto un'indagine esplorativa per rilevare la presenza dei segmenti linguistici afferenti alle cinque aree espressive prese in considerazione. Abbiamo scelto di monitorare e analizzare le comunicazioni sui gruppi Fb chiusi degli studenti del terzo anno dei corsi di studio di Scienze dell'Educazione e di Educazione di Comunità dell'Università di Palermo. Le discussioni analizzate nel periodo compreso tra il 15 ottobre e il 15 dicembre 2018 sono state 6.500. I protagonisti delle interazioni comunicative sono stati 102 studenti di Scienze dell'Educazione e 76 di Educazione di Comunità. Il campione è costituito dall'87% di ragazze e il 23% di ragazzi.

Il modello di sistema conversazionale è un approccio sistemico all'analisi del contenuto nelle comunicazioni online basate sul testo. Per la costruzione degli strumenti di analisi siamo partite dal modello analitico del sistema conversazionale di Luppincini (2003; 2007; 2016) perché fondato sulla teoria degli *Speech Acts* di Austin (1962; 1970) e dei successivi approfondimenti di Searle (1969; 1980) e sulla *Conversation Analysis* di Schegloff (1992) e di Sacks e Schegloff (2002). Il modello sostiene l'idea che gli atti conversazionali non costituiscono eventi isolati neppure nel social network, ma sono inseriti in una sequenza ordinata di atti che, a loro volta, fanno parte di una più vasta rete conversazionale.

Le riflessioni sul livello linguistico-espressivo della comunicazione su Fb hanno condotto all'elaborazione di una griglia con 4 livelli (Tabella n. 1) nella quale le cinque dimensioni relative ai tipi di linguaggio utilizzato si ripetono per quattro volte:

Tabella n. 1. Criteri per l'analisi linguistico-conversazionale

Criteri per l'analisi linguistico-conversazionale	Senza marcatori specifici	Emoticon	Motto personalizzato	Emoticon+Motto personalizzato
Linguaggio affettivo				
Linguaggio ironico				

Linguaggio interlocutorio
Linguaggio rievocativo Linguaggio che testimonia la libertà nell'espressione comunicativa

Partendo dal modello di Luppichini abbiamo scelto di non considerare singoli messaggi, ma brevi corpora di scambi che coinvolgessero due o più *user* all'interno delle comunicazioni facebook. Questa scelta ben si è connessa con il meccanismo-base dell'Analisi Conversazionale, ossia il sistema di alternanza dei turni, che ha luogo anche nei social, seppur con una discontinuità del ritmo diadico tra gli interlocutori. Lo scarto temporale e la compresenza di più *user* alla medesima discussione fa sì che la completezza del turno, ovvero l'unità costitutiva di turno (domanda/risposta, richiesta/offerta, ecc.) sia inframmezzata dalla presa di parola di altri parlanti-scriventi i quali si collocano cronologicamente a un certo punto della sequenza turnistica¹⁰.

Il secondo elemento preso in considerazione per l'analisi delle discussioni è la ricorsività degli *ideational markers* e dei *pragmatic markers* poiché si rileva in modo evidente che la conversazione online, carente di quel carattere di completezza percettivo-sensoriale tipico della comunicazione faccia-a-faccia, accelera l'uso di sistemi di comunicazione verso l'intento intersoggettivo di gestire e supportare l'interazione. L'uso di *smile* o *emoticon*, d'altro canto, ha valore compensatorio rispetto alla mancanza di qualsiasi traccia fisica relativa agli *user*.

Abbiamo scelto anche la sottoforma di combinazioni dia grammatiche dei segni di interpunzione e di icone stilizzate, poiché questi marcatori rappresentano diversi stati d'animo, diverse

¹⁰ Laddove nella conversazione *de visu* la presa di parola è spesso contrassegnata da inizi simultanei dei due interlocutori, sul social network si assiste a una interpolazione tematica fuori-fuoco e alla sovrapposizione di contenuti diversi.

coloriture emotive (☺ sono contento; ☹ sono triste, ecc.). Anche se, essi slittano spesso da una funzione paralinguistica di supporto all'enunciato a una funzione propriamente linguistica, allorché sostituiscono interi periodi e assumono valore vicariante rispetto alla parola; tanto da poter azzardare l'ipotesi di marcatezza d'uso degli strumenti paralinguistici in ambienti online distribuiti.

Altro tipo di marcatore conversazionale del quale si è tenuto conto nell'analisi è il motto, breve frase o citazione estesa riportata in calce al testo del messaggio e utilizzata in luogo della firma o congiuntamente a essa. Si tratta di un ulteriore strumento paratestuale che gli interlocutori scelgono per personalizzare il proprio spazio comunicativo. Il motto può essere costituito da una frase celebre, un proverbio, un modo di dire, una espressione tipica del gergo giovanile, lo stralcio di una canzone, di una poesia, la battuta di un film o di un'opera teatrale, un jingle pubblicitario. La forza del motto risiede nel carattere di formula di riconoscimento per lo *user*. Esso esibisce, inoltre, la particolarità del controllo dell'ortografia e della punteggiatura, notoriamente non regolamentate nella comunicazione virtuale, per via del tratto che viene trascritto come citazione, porzione di testo in prestito del quale bisogna mantenere inalterata la forma e, dove necessario, l'editing.

6. *Analisi del texting: schemi conversazionali e usi della lingua*

Il modello delle interazioni rilevate nel profilo Facebook costruito dagli studenti universitari ha reso conto dei molti paralleli esistenti tra i modelli della conversazione reale e le realizzazioni di una comunicazione virtuale, soprattutto per ciò che attiene al concetto di conversazione come scambio costruttivo e procedura cooperativa all'interno di un preciso contesto. Se si escludono le sovrapposizioni di messaggi, una stratificazione tematica complessa interna al messaggio stesso, un uso non corretto o non convenzionale di smile, emoticon e altri simboli grafici più ricer-

cati, le batterie di scambi si sono rivelate piuttosto coese e agilmente decodificabili.

La rilevazione e interpretazione dei dati ha tenuto conto dei quattro criteri e dei cinque linguaggi scelti e soprariportati. Per ciò che concerne la tipologia dei 6.500 messaggi analizzati si sono rilevate tre caratteristiche principali così come si evince dal grafico 1.

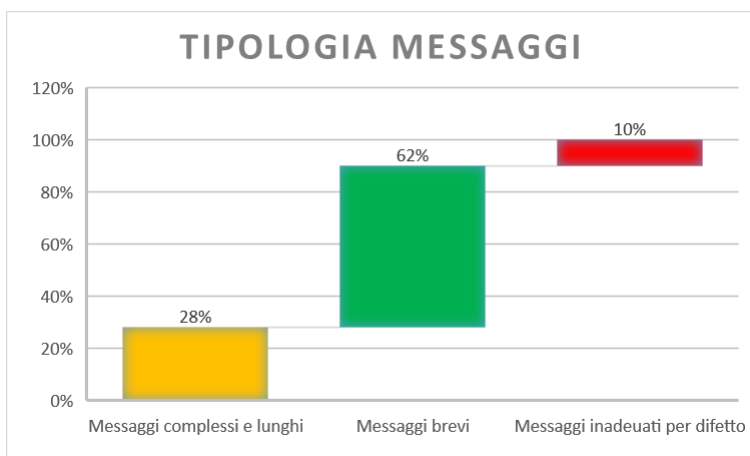


Grafico n. 1. Tipologia dei messaggi

Nella codifica dei messaggi ci si è dovuti confrontare, nel 28% dei casi, con messaggi troppo lunghi e complessi, da parte di *user* che tendevano a gestire e a orientare la conversazione.

L'eccessiva prolissità degli interventi faceva perdere il filo del discorso e, in fase di valutazione, ha creato non pochi fraintendimenti rispetto all'individuazione del tema centrale del messaggio. Solo il 10% dei messaggi è stato definito quantitativamente inadeguato per difetto. La brevità, nel 72% degli interventi, è apparsa, al contrario, un carattere dominante del linguaggio degli studenti, i quali manifestavano il bisogno di reperire informazioni e dati con immediatezza o la predilezione per frasi concise e a effetto per veicolare creativamente il loro stato d'animo.

Per ciò che concerne l'area relativa alla esplicitazione della dimensione affettiva e alla qualità relazionale degli interventi si è evidenziato che le discussioni, nel caso per esempio di esami da preparare o già sostenuti, tendono, nel 78% dei casi, all'aiuto reciproco. Il 68% dei partecipanti alle discussioni esplicita brevi frasi di supporto affettivo ma anche di attacco quando non la pensa allo stesso modo. Il 72% degli studenti utilizza un linguaggio supportato da emoticon che tende a essere non eccessivamente affettivo e a volte poco coinvolto nella discussione.

Con la tecnica del *text summarization* più comune, il *word cloud*, sono state messe in evidenza le parole che con la maggior frequenza compaiono nei messaggi esaminati; di seguito è riportato, a titolo di esempio, il *word cloud* sul linguaggio affettivo.



Figura n. 1. Esempio di *word cloud*

Si sono anche correlati i dati, utilizzando il coefficiente di Pearson, dei cinque criteri identificati. È interessante notare come, per esempio, i linguaggi affettivo e ironico sono abbastanza correlati soprattutto per ciò che riguarda l'area 1, 2 e 7 (Tabella n. 2).

Tabella n. 2. Correlazione Pearson tra Linguaggio affettivo e ironico¹¹

Linguaggio affettivo Linguaggio ironico	V1	V5	V2	V6	V3	V7	V4	V8
V1	1	- ,195**	,558**	,153**	,119**	,558**	,153**	,057**
		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	6500	6500	6500	6500	6500	6500	6500	6500
V5	- ,195**	1	-,164**	-,167**	- ,109**	-,164**	-,167**	- ,277**
	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	6500	6500	6500	6500	6500	6500	6500	6500
V2	,558**	- ,164**	1	,065**	,033**	1,000**	,065**	- ,124**
	,000	,000		,000	,008	,000	,000	,000
	6500	6500	6500	6500	6500	6500	6500	6500
V6	,153**	- ,167**	,065**	1	,759**	,065**	1,000**	,568**
	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	6500	6500	6500	6500	6500	6500	6500	6500
V3	,119**	- ,109**	,033**	,759**	1	,033**	,759**	,488**
	,000	,000	,008	,000		,008	,000	,000
	6500	6500	6500	6500	6500	6500	6500	6500
V7	,558**	- ,164**	1,000**	,065**	,033**	1	,065**	- ,124**
	,000	,000	,000	,000	,008		,000	,000
	6500	6500	6500	6500	6500	6500	6500	6500
V4	,153**	- ,167**	,065**	1,000**	,759**	,065**	1	,568**
	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	6500	6500	6500	6500	6500	6500	6500	6500
V8	,057**	- ,277**	-,124**	,568**	,488**	-,124**	,568**	1
	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	6500	6500	6500	6500	6500	6500	6500	6500

¹¹ V1-V5= Senza marcatori specifici; V2-V6= Emoticon; V3-V7= Motto personalizzato; V4-V8= Emoticon+Motto personalizzato.

Nei messaggi che sono stati attribuiti all'area volta alla transizione di informazioni e al passaggio dei correlati tematici si nota l'assenza di relazioni tra molti studenti e la identificazione e uso, nel 61% dei casi, del profilo come strumento per avere informazioni che possano aiutare il proprio percorso universitario (modalità di lezione del docente, necessità di frequenza o meno, appunti presi a lezione).

Solo il 46% dei messaggi analizzati adopera un linguaggio interlocutorio al fine di consentire la prosecuzione della discussione e la rilevazione di informazioni. Ma nella maggior parte dei casi questo "dialogare" non porta a un punto definitivo; spesso è una modalità per tenere aperta una discussione e viene influenzato dal linguaggio rievocativo che viene impiegato dal 58% degli studenti per orientare i colleghi allo studio di determinate parti di programma delle discipline, delle modalità di esami dei docenti, dell'appello più favorevole per superare l'esame, etc.

Lo scambio conversazionale ha comunque identificato contributi fondati e appropriati. La libertà espressiva offerta dal profilo ha condizionato la conversazione in senso positivo e il 79% degli studenti si è mostrato sempre piuttosto diretto e immediato nell'intervenire sia su questioni scientifico-disciplinari, sia in materia di rapporti affettivi. In tutti i messaggi degli studenti si rileva che gli elementi del linguaggio testimoniano la possibilità di esprimere liberamente un'opinione, di ricevere o di comunicare informazioni o idee senza che vi possa essere paura o ingerenza da parte di qualcuno.

Risulta ovvio che un profilo, creato per un gruppo di area didattica dal punto di vista dell'analisi sociolinguistica e semiologica, ha avuto il vantaggio di fornire interi corpora di scambi conversazionali di più facile consultazione, rispetto alle trascrizioni di conversazioni ordinarie, che ripropongono di continuo la centralità operativa e pragmatica del soggetto apprendente.

Si auspica di avviare una comparazione sistematica dell'analisi linguistica dei profili social appartenenti ad agenzie formative di paesi e culture diverse, sì da cogliere gli scarti strutturali

nell'impostazione della conversazione e le loro ripercussioni sul processo formativo degli apprendenti.

Bibliografia

- Al-Menayes J.J. (2015). Motivations for using social media: An exploratory factor analysis. *International Journal of Psychological Studies*, 7(1), 43-50. Disponibile in: <https://doi.org/10.5539/ijps.v7n1p43>.
- Allen K.P. (2014). Tweeting, Texting, and Facebook Postings: Stirring the Pot with Social Media to Make Drama - Case Study and Participant Observation. *The Qualitative Report*, 19(2), 1-24. Disponibile in: <https://nsuworks.nova.edu/tqr/vol19/iss2/2>.
- Austin J.L. (1962). *How to Do Things With Words*. Oxford: Oxford University Press.
- Austin J.L. (1970). *Performative Utterances. Philosophical Papers, 2nd edition*. Oxford: Oxford University Press.
- Balakrishnan J., & Griffiths M.D. (2017). An exploratory study of "selfitis" and the development of the Selfitis Behavior Scale. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 16(3), 722-736. Disponibile in: <https://doi.org/10.1007/s11469-017-9844-x>.
- Barthes R. (1982). *Il grado zero della scrittura. Nuovi saggi critici*. Torino: Einaudi.
- Berthelsen D., Hayes N., White S.L.J., & Williams K.E. (2017). Executive function in adolescence: Associations with child and family risk factors and self-regulation in early childhood. *Frontiers in Psychology*, 8, 903. Disponibile in: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00903>.
- Bobkowski P.S., Shafer A., & Ortiz R.R. (2016). Sexual intensity of adolescents' online self-presentations: Joint contribution of identity, media consumption, and extraversion. *Computers in Human Behavior*, 58, 64-74. Disponibile in: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.009>.
- Borca G., Bina M., Keller P.S., Gilbert L.R., & Begotti T. (2015). Internet use and developmental tasks: Adolescents' point of view. *Computers in Human Behavior*, 52, 49-58. Disponibile in: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.05.029>.
- Boyd D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale, CT, USA: Yale University Press.
- Chen C., Zhang K.Z.K., Gong X., Zhao S.J., Lee M.K.O., & Liang L. (2017). Examining the effects of motives and gender differences on

- smartphone addiction. *Computers in Human Behavior*, 75, 891-902. Disponibile in: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.07.002>.
- Coppock P.J., & Violi P. (1999). Conversazioni Telematiche. In R. Gallatolo & G. Pallotti (a cura di), *La conversazione. Un'introduzione allo studio dell'interazione verbale*. Milano: Raffaello Cortina.
- Eco U. (1975). *Trattato di Semiotica Generale*. Milano: Bompiani.
- Giannakos M.N., Chorianopoulos K., Giotopoulos K., & Vlamos P. (2013). Using Facebook out of habit. *Behaviour & Information Technology*, 32(6), 594-602. Disponibile in: <https://doi.org/10.1080/0144929X.2012.659218>.
- Goodwin C. (1995). Sentence Construction within Interaction. *Aspects of Oral Communication (Uta Quastoff, ed.)*, 198-219.
- Ha Y.W., Kim J., Libaque-Saenz C.F., Chang Y., & Park M.-C. (2015). Use and gratifications of mobile SNSs: Facebook and KakaoTalk in Korea. *Telematics and Informatics*, 32(3), 425-438. Disponibile in: <https://doi.org/10.1016/j.tele.2014.10.006>.
- Jakobson R. (1966). *Saggi di linguistica generale*. Milano: Feltrinelli.
- Jonassen D.H., & Remidez H. (2005). Mapping alternative discourse structures onto computer conferences. *International Journal of Knowledge and Learning*, 1(1/2), 113-129.
- Kuss D.J., & Griffiths M.D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311. Disponibile in: <https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>.
- Luppici R. (2003). Categories of virtual learning communities for educational design. *Quarterly Review of Distance Education*, 2(4), 12-22.
- Luppici R. (2007). Review of computer mediated communication research for education. *Instructional Science*, 35, 141-185. DOI 10.1007/s11251-006-9001-6.
- Luppici R., & So A. (2016). Technoethical review of commercial drone use in the context of governance, ethics, and privacy. *Technology in Society*, 46, 109-119. Disponibile in: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2016.03.003>.
- Pew Research Center (2018). *Social media use in 2018*. Washington D.C.: Pew Research Center.
- Poulin F., & Chan A. (2010). Friendship stability and change in childhood and adolescence. *Developmental Review*, 30(3), 257-272. Disponibile in: <https://doi.org/10.1016/j.dr.2009.01.001>.

- Ragelienė T. (2016). Links of adolescents identity development and relationship with peers: A systematic literature review. *Journal of the Canadian Academy of Child and Adolescent Psychiatry*, 25(2), 97-105.
- Rideout V.J., Foehr U.G., & Roberts D.F. (2010). *Generation M [superscript 2]: Media in the lives of 8-to 18-year-olds*. Menlo Park, California: Henry J. Kaiser Family Foundation.
- Ruggenini M., & Paltrinieri G.L. (2003) (a cura di). *La comunicazione – ciò che si dice e ciò che non si lascia dire*. Roma: Donzelli Editore.
- Sacks H., & Schegloff E.A. (2002). Home position. *Gesture*, 2(2), 133-146.
- Schegloff E.A. (1992). On talk and its institutional occasions. In P. Drew & J. Heritage (Eds.), *Talk at work: Social interaction in institutional settings*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Searle J.R. (1969). *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Searle J.R. (1980). The Background of Meaning. In J.R. Searle, F. Kiefer & M. Bierwisch (Eds.), *Speech Act Theory and Pragmatics. Texts and Studies in Linguistics and Philosophy*, vol 10. Dordrecht: Springer.
- Twenge J.M., Martin G.N., & Campbell W.K. (2018). Decreases in psychological wellbeing among American adolescents after 2012 and links to screen time during the rise of smartphone technology. *Emotion Advance Online Publication*, 18(6), 765-780. Disponibile in: <https://doi.org/10.1037/emo0000403>.