

**UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BARI**  
FACOLTA' DI SCIENZE DELLA FORMAZIONE  
CORSO DI LAUREA IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

---

TESI DI LAUREA  
IN  
PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE

**AMICI DI UNO SCHERMO:  
RUOLO DELLE RELAZIONI SIGNIFICATIVE  
NELLE CHAT LINE**

Relatore  
Chiar.ma prof.ssa Amelia Manuti

Laureando  
Natale Castrovilli

---

*ANNO ACCADEMICO 2003/2004*

# INDICE

## *INTRODUZIONE:*

<i>AMICI DI UNO SCHERMO: PERCHE'?</i>	5
---------------------------------------	---

## *CAPITOLO PRIMO:*

<i>LA COMUNICAZIONE MEDIATA DA COMPUTER (CMC)</i>	9
1.1 La comunicazione	9
1.2 La comunicazione mediata	15
1.3 La comunicazione mediata di massa e la comunicazione mediata da computer (CMC): parenti ma non gemelli	19
1.4 Le dimensioni della CMC: dove, quando, chi e come	22
1.5 Gli strumenti del comunicare on-line	25
1.6 La riflessione teorica sulla CMC	33
1.7 ... e sulle chat?	45

## *CAPITOLO SECONDO:*

<i>LA CHAT E I RAPPORTI SIGNIFICATIVI</i>	49
2.1 Cenni introduttivi	49
2.2 Tipologie di chat	53
2.3 Il linguaggio delle chat :-)	62
2.4 "Face to face" vs. comunicazione in chat: differenze strutturali	69
2.5 La costruzione del Sé online	77
2.6 I rapporti significativi e le amicizie profonde	91

## *CAPITOLO TERZO:*

<i>LA PAROLA AI CHATTERS</i>	102
3.1 Obiettivi ed ipotesi: perché un'indagine sulle chat?	102
3.2 La raccolta dei dati	105
3.3 La metodologia applicata: l'analisi del discorso	108
3.4 I risultati dell'indagine: il chatter-pensiero	112
3.5 Conclusioni: vari modi di intendere una chat	125

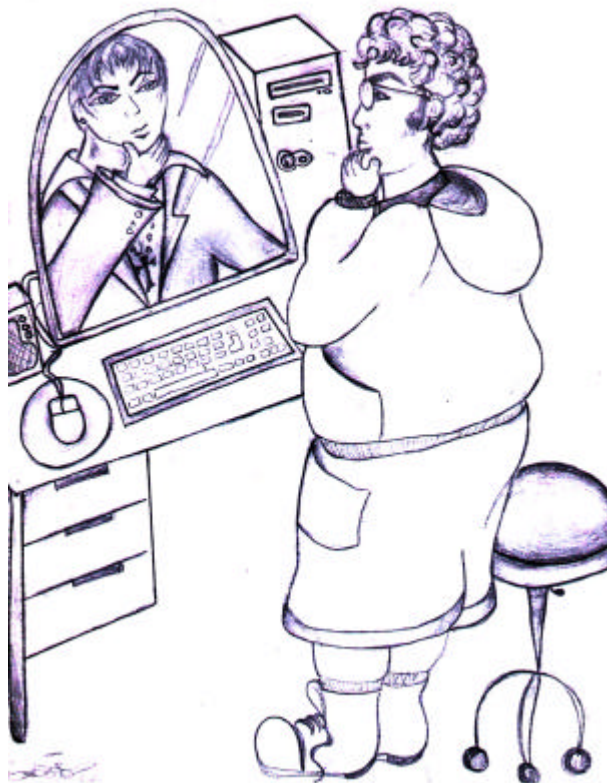
## *CONSIDERAZIONI FINALI:*

<i>CHATTO O NON CHATTO? QUESTO E' IL PROBLEMA</i>	129
---	-----



*Amici di  
uno schermo...*

*... di uno  
specchio magico*



*A nonna Rosa, nonna Nicoletta e nonno Pietro  
che mi proteggono dalla stella più bella che c'è*

## INTRODUZIONE

### AMICI DI UNO SCHERMO: PERCHE'?

*“Il Web è una creazione più sociale che tecnica. L’ho progettato per un effetto sociale, aiutare la gente a lavorare insieme [...] Lo scopo finale del Web è quello di sostenere e migliorare la nostra vita in Rete nel mondo” – Tim Berners-Lee<sup>1</sup>*

1990. Nei laboratori del CERN (Centro europeo per la ricerca nucleare di Ginevra) la Rete, così come la conosciamo oggi, compie i suoi primi, timidi passi. Sotto l’autorevole guida dell’inglese Tim Berners-Lee viene progettato e sviluppato il *world wide web*. Questo passaggio fondamentale per le reti telematiche rende il Web, progettato inizialmente per condividere dati e risultati tra gli scienziati e informazioni segrete a carico delle organizzazioni militari (progetto che prese il nome di *Arpanet*), utilizzabile da chiunque. Da qui alla diffusione capillare della Rete il passo è breve. Nel 1993 Marc Andreessen crea il primo browser<sup>2</sup> user-friendly<sup>3</sup> per la navigazione fra le pagine web. Lo sviluppo di questo programma condusse a un browser ancora più conosciuto e che si diffuse rapidamente, Netscape Navigator. E’ l’esplosione finale del Web. Da allora la Rete ha avuto

---

<sup>1</sup> Cit. tratta da HIMANEN, P. (2003), *L’etica hacker e lo spirito dell’età* dell’informazione, Milano: Feltrinelli, pag.136

<sup>2</sup> Il *browser* è il programma che permette l’accesso alle pagine web.

<sup>3</sup> Per *user-friendly* si intendono i programmi dotati di interfaccia amichevole, quindi utilizzabili in maniera intuitiva da parte dell’utente.

uno sviluppo rapidissimo: ogni giorno nuovi utenti si affacciano su questo mondo virtuale<sup>4</sup>, fatto di parole, immagini, suoni, in una sola parola *multimediale*. Ma la Rete non è solo un'enorme risorsa enciclopedica ricca di suoni e luci provenienti da ogni parte del mondo: è un'immagine del mondo stesso, un'immagine mediata, un'incredibile finestra del mondo a cui ogni giorno, con un semplice click di mouse, possiamo accedere.

Non c'è attività umana che oggi non possa essere sostenuta da Internet. Tra queste occupano una posizione di rilievo le relazioni interpersonali. Milioni di persone si conoscono, conversano, interagiscono grazie agli strumenti messi a disposizione dalla Rete: e-mail, newsgroups, forum e chat-line. Milioni di persone, come nel mondo reale, si preoccupano di apparire gradevoli e simpatici a chi sta seduto davanti ad un altro schermo, in chissà quale zona del mondo. Ogni utente, parafrasando la giunonica Jessica Rabbit, cartoonista protagonista femminile del celebre film "Chi ha incastrato Roger Rabbit", durante una sessione di chat potrebbe dar sfoggio delle sue conoscenze psicologiche applicate al mondo di Internet descrivendosi

---

<sup>4</sup> Gli utenti che utilizzano Internet sono ancora una netta minoranza della popolazione mondiale. Secondo uno studio della società angloamericana NUA le persone che disponevano di un collegamento ad Internet nel febbraio 2000 erano circa 275,54 milioni, pari al 5% della popolazione mondiale, con forti squilibri fra le varie aree forti e deboli del mondo: il 90% dei collegamenti, infatti, era concentrato nei Paesi ricchi. *Fonte NUA marzo 2000.*

così: “Non sono cattivo/a, è che mi *disegno* così”. Siamo qui di fronte ad una questione importante per quanto riguarda l’identità e i rapporti interpersonali su Internet: qual è l’immagine di ciascun internauta agli occhi degli altri? In che modo gli utenti della Rete delle reti creano e gestiscono la propria immagine on-line? Ma soprattutto, quale significato danno alla loro identità e ai rapporti umani generati sul Web? Sono questi gli interrogativi a cui cercherò di dare risposta in questo mio lavoro. Da fan della Rete non potevo non avventurarmi in questo mondo fatto di parole, di convenzioni e di strane combinazioni di caratteri che sostituiscono le nostre espressioni facciali. Da frequentatore delle chat non potevo non fare a meno di notare le particolari interazioni sociali che avvengono all’interno di ogni luogo di ritrovo virtuale e le differenze esistenti fra queste e la vita reale. Mi chiedevo: “Ma quante volte nella vita off-line ci capita di conoscere una persona e di instaurare nell’arco di un ora un rapporto talmente intimo con questa tale da raccontargli subito gli aspetti più segreti della nostra esistenza?”. Mi incuriosivano i ragazzi che on-line si fingevano ragazze per chissà quale motivo: attirare l’attenzione? Sentirsi desiderati? Sentirsi popolari in un “mondo-che-non-c’è”? Cercavo di immaginare quale logica a me sconosciuta è nascosta dietro la scelta di un soprannome, di un *nickname*, con il quale ciascun

utente decide di farsi conoscere on-line. Mi stupivo anche della facilità con cui le persone interagivano fra di loro in maniera così diretta, per non dire fredda o cruda. A chi frequenta spesso le chat non risulteranno certo nuove queste domande di rito classiche dell'avvio di una conversazione on-line:

*<FireFoz> a/s/l?*<sup>5</sup>  
*<BlueEyes24> m o f?*<sup>6</sup>

Un universo tanto nuovo quanto diverso dalla vita di ogni giorno: un mondo siffatto è certamente degno di essere oggetto di studio e di riflessione. Spero che questa mia ricerca, assieme a tutte quelle che l'hanno preceduta, possa essere spunto per ulteriori studi, indagini, dibattiti, ricerche e riflessioni nel campo della vita on-line. Il campo è talmente vasto che certamente non può essere esaurito in poche pagine, in quanto necessita di uno sguardo attento e critico, soprattutto perché Internet non è ancora uno spazio ben definito, ma è un universo in “rapido divenire”, e quindi sempre pronto a stupirci.

---

<sup>5</sup> Utilizzata spesso nelle chat rooms anglofone, questa ambigua serie di caratteri riassume con poche battute 3 domande utili per farsi una prima idea della persona con cui stiamo interagendo: Age/Sex/Language, ovvero età, sesso e lingua.

<sup>6</sup> Forma abbreviata di “maschio o femmina?”, tra l'altro sconsigliata dalla netiquette, usata diffusamente anche nelle chat italiane.



## CAPITOLO PRIMO

### LA COMUNICAZIONE MEDIATA DA COMPUTER (CMC)

#### *1.1 La comunicazione*

Negli ultimi anni la parola *comunicazione* ha visto nascere attorno a sé un interesse forse mai visto in precedenza, quasi come se si trattasse di un'arte, un'attività, una pratica sociale del tutto nuova o innovativa. La realtà dei fatti vuole, invece, che sin dall'alba dei tempi l'uomo e i suoi antenati hanno sempre comunicato, utilizzando ogni tipo di strumento: dalla gestualità dei primi ominidi alla parola, fino ad arrivare ai mezzi di comunicazione di massa del XX secolo e, oggi, agli strumenti messi a disposizione dalle tecnologie informatiche e dallo sviluppo telematico. Il XX secolo ha visto, oltre al già citato sviluppo delle comunicazioni di massa, la crescita dell'interesse verso gli studi sulla comunicazione in tutte le sue forme da parte di sociologi e psicologi, nella speranza di poter cogliere nessi scientifici fra lo sviluppo di queste e la realtà sociale.

*Comunicare*, in termini etimologici, significa fare in modo che due o più entità/soggetti acquisiscano qualcosa in comune (dal latino

*communicare, communis*). Da questa prima definizione possiamo desumere diversi modi di intendere l'azione del comunicare:

1. stabilire un contatto
2. trasmettere informazione
3. condividere un legame
4. coordinare risorse
5. interpretare il mondo
6. collaborare per uno scopo
7. competere per una posta in gioco
8. negoziare punti di vista.

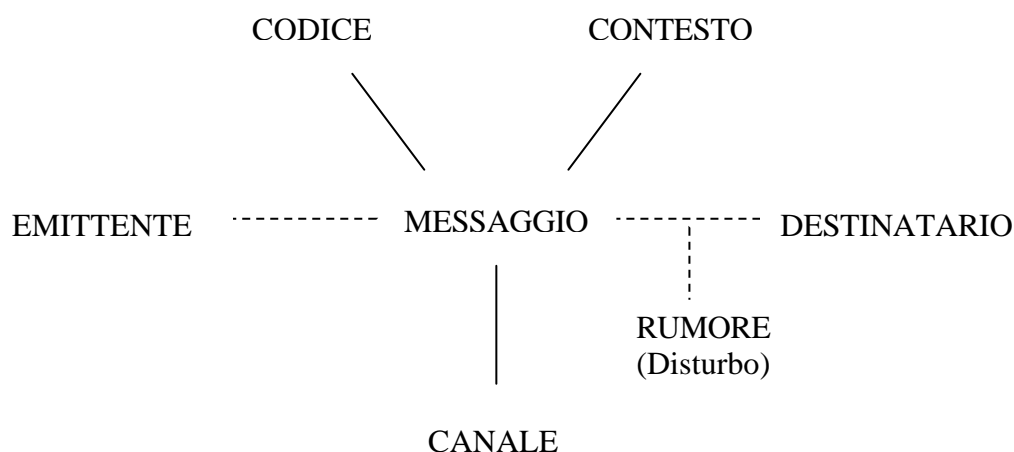
Ogni comportamento umano è comunicazione, volontario o involontario che sia. L'analisi dell'evento comunicativo proposta dalla scuola di Palo Alto<sup>1</sup> in questo caso parla chiaro: *non si può non comunicare*. L'insieme degli eventi comunicativi fra individui, pertanto, non è limitato ai comportamenti intenzionali, tipici della comunicazione verbale, ma comprende anche tutti gli aspetti della comunicazione non-verbale: un rossore, uno sguardo, la postura o il portamento esteriore di un individuo, sebbene comportamenti non intenzionali, trasmettono comunque informazioni sul soggetto osservato. L'osservazione e l'interpretazione di ogni segno non-verbale ci permettono di elaborare un'idea sull'altro, sulla sua personalità, sui suoi comportamenti.

---

<sup>1</sup> Per approfondimenti cfr. WATZLAWICK, P.; BEAVIN, J.H.; JACKSON, D.D. (1971), *Pragmatica della comunicazione umana*, Roma: Astrolabio.

La comunicazione interpersonale, alla luce degli aspetti trattati finora, avviene attraverso vari *linguaggi*: non solo attraverso una delle lingue parlate, ma anche attraverso tutte le forme in cui il corpo può contribuire a mettersi in relazione con altri, come mediante l'emissione di suoni o rumori, il ricorso alla mimica facciale, ai gesti, al modo di acconciarsi i capelli, di vestirsi, di decorarsi.

I vari linguaggi, o più propriamente *codici*, non sono che uno degli elementi caratterizzanti l'evento comunicativo secondo il modello *monologico*, proposto inizialmente da Shannon e Weaver (1949) e successivamente rivisto da Roman Jakobson (1963).



**Figura 1:** *Modello monologico della comunicazione*

Questa teoria cerca di spiegare l'idea, largamente diffusa nel senso comune, secondo cui comunicare si riduce essenzialmente nel

trasferimento di informazioni fra un emittente e un destinatario. L'interazione risulta essere un processo unidirezionale: al ruolo attivo del mittente si contrappone quello passivo del destinatario, a cui spetta solo una mera decodifica del messaggio, senza alcuna possibilità di interazione col primo.

“Il *mittente* invia un *messaggio* al *destinatario*. Per essere operante il messaggio richiede prima di tutto un *contesto* al quale esso rinvia [...]; poi il messaggio richiede un codice *comune*, in tutto o in parte, a mittente e destinatario [...]; infine, richiede un contatto, un *canale* fisico e una connessione psicologica fra emittente e destinatario, contatto che permette loro di stabilire e di mantenere la comunicazione” (Jakobson, 1963: 213-214)

Nel passaggio dall'emittente al destinatario il messaggio può essere influenzato da interferenze culturali, fisiologiche o psicologiche che, pur non provocando alcun mutamento nella costruzione del messaggio, possono disturbarne la ricezione.

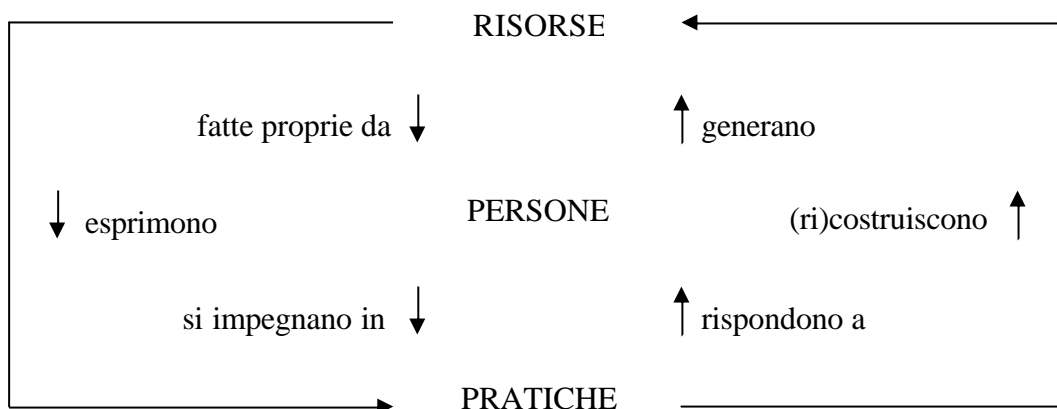
Nell'ambito delle relazioni umane, però, si parla di effettiva comunicazione soltanto quanto esiste una vera e propria interazione tra i soggetti, ossia quando chi parla si pone sullo stesso piano del suo interlocutore, contribuendo a creare una situazione in cui è possibile lo scambio, la risposta, l'interruzione, la modificazione, nel corso

della relazione, dello stesso messaggio iniziale. Il destinatario deve avere pertanto la possibilità di diventare a sua volta emittente, in modo tale da poter inviare un messaggio di ritorno, o *feedback*, che consente all'emittente originario di rendersi conto se il proprio messaggio è stato ricevuto e compreso esattamente. E' questa la *comunicazione interpersonale*, caratterizzata dalla compresenza dei comunicanti e dalla relazione che si instaura fra essi nell'atto del comunicare, in quanto i soggetti interagiscono tra di loro e si vengono a trovare in una situazione di reciprocità.

“La comunicazione è una *co-costruzione di senso*, cioè un'attività congiunta tesa a plasmare un mondo di riferimento condiviso dalle persone che interagiscono.” (Mininni, 2000: 38)

Il messaggio non è quindi protagonista principale dell'evento comunicativo, come teorizzavano i fautori del modello monologico; fulcro di ogni interazione saranno i soggetti in gioco, a cui spetta il compito di portare a buon fine ogni situazione potenzialmente comunicativa. E' questo il principio che regge il *modello dialogico* della comunicazione ipotizzato da Barnett Pearce (1989), un sistema in cui ciascun partecipante impegna le proprie risorse (bagaglio culturale, conoscenze, esperienze) in una serie di pratiche

comunicative, a loro volta in grado di generare nuove risorse, nuove conoscenze, nuove esperienze.



**Figura 2:** Modello di Pierce

Siamo quindi tornati al punto di partenza, al significato etimologico del termine *comunicazione*. Questa pratica fondamentale per la vita degli esseri umani non può essere ricondotta ad un semplice trasferimento di informazioni fra individui. Essa è qualcosa di ben più complesso: è una continua negoziazione di saperi, conoscenze condivise, esperienze. In altre parole possiamo definire la comunicazione come *“lo scambio di conoscenze fertili che stimolano la nascita di nuove idee e nuove conoscenze”*<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Cit. tratta da una dispensa curata dal prof. Mirabella nell’ambito del corso di Teorie e tecniche delle comunicazioni di massa c/o il Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione – Facoltà di Scienze della Formazione – Università di Bari.

## *1.2 La comunicazione mediata*

Una bellissima citazione del filosofo latino Séneca ci insegna che *“l’uomo è un animale sociale. Le persone non sono fatte per vivere da sole”*. L’uomo non avrebbe ragione di esistere senza la sua capacità di comunicare, presupposto fondamentale per la formazione e per lo sviluppo della società e della cultura, cardini essenziali per la sopravvivenza e la riproduzione del genere umano.

Lo sviluppo di sistemi sociali via via sempre più complessi hanno indotto l’uomo ad ingegnarsi, a ideare e progettare sistemi di comunicazione efficaci, tali non solo da supportare adeguatamente le nuove forme dello stare insieme, ma anche in grado di sorpassare gli eventuali limiti evidenziati dai modelli precedenti, incapaci di fronteggiare le barriere spazio-temporali che si frapponivano fra gli individui.

Della nascita della parola e del linguaggio si sa ben poco. Resterà sempre un mistero cosa ha spinto il primo uomo a emettere quel segno verbale ben più significativo di un semplice verso, ben più intenzionale ed espressivo di un richiamo, pronunciato solo ed

esclusivamente per dire una cosa e non un'altra: la prima parola<sup>3</sup>. Per circa 30?000 anni tutte le civiltà della terra basavano la propria società e la propria cultura sull'oralità. E' questa l'era della nascita di miti e leggende che, tramandate di generazione in generazione, avevano il compito di trasferire esperienze e conoscenze.

L'oralità ha però dei limiti evidenti: non è in grado di superare le distanze fisiche<sup>4</sup> e, essendo un fenomeno per molti versi soggettivo, è facilmente soggetta ad alterazioni, volute o non volute, che comportano possibili tradimenti della tradizione iniziale. Ciò significa che, così come nel gioco del telefono senza fili, il messaggio che arriverà alle nuove generazioni non necessariamente sarà lo stesso conosciuto dalle prime. La parola orale, e di conseguenza la comunicazione faccia a faccia, necessita pertanto di una mediazione, in grado di superare le distanze e di vincere il tempo. E' da questi

---

<sup>3</sup> Il linguaggio nasce con la comparsa sulla terra dell'uomo di Cro Magnon circa 35?000 anni fa. probabilmente questa nuova generazione di ominidi possedeva una struttura del teschio, la lingua e la laringe in tutto simili alle nostre. L'importanza del linguaggio è stata tale da permettere all'uomo di Cro Magnon di sopravvivere alle mutevoli condizioni climatiche del post-Era Glaciale a discapito della popolazione di Neanderthal, più robusta fisicamente ma incapace di elaborare piani e concetti, proprio perché sprovvisti di linguaggio, strumento efficace di astrazione ed analisi della realtà circostante.

<sup>4</sup> E' abbastanza evidente che la voce umana, per quanto possa essere in alcuni casi possente, non è in grado di coprire lunghe distanze.



presupposti che nasce il primo, e forse più potente, mezzo di comunicazione: la scrittura<sup>5</sup>.

Molto presto, dunque, la comunicazione *mediata*, si manifestò come una derivazione della comunicazione diretta. Si parla di comunicazione mediata quando un mezzo<sup>6</sup> prodotto dall'uomo si frappone tra i due termini della relazione, allo scopo di rendere possibile la trasmissione a distanza del messaggio. Pertanto il suo compito è quello di collegare punti distanti tra loro, persone o entità, che intendono stabilire un contatto.

Il termine comunicazione, in questa nuova accezione, non risponde più pienamente al suo significato originario: da relazione interattiva tra due o più soggetti, la comunicazione si trasforma in un tramite, in un ponte fra realtà altrimenti inavvicinabili a causa dei limiti delle risorse biologiche dell'uomo.

---

<sup>5</sup> Le origini della scrittura vengono attribuite ai Sumeri, agli antichi Egizi e ai Cinesi, civiltà padri di diverse forme di linguaggio scritto, tutte intorno al 3?000 a.C. Il passo in avanti è stato compiuto dai fenici, con l'introduzione della scrittura alfabetica, dove ogni carattere rappresenta una singola vocale o consonante. La scrittura alfabetica sarà in seguito sviluppata dai Greci e quindi dai Romani, giungendo fino ai giorni nostri.

<sup>6</sup> Marshall McLuhan, nella sua opera *Gli strumenti del comunicare* (1964), definisce il medium (o mezzo) come un'estensione tecnologica dei nostri sensi.

La presenza di un mezzo interposto fra emittente e destinatario serve a simulare quello che nella comunicazione interpersonale propriamente detta era condizione necessaria, ovvero la compresenza dei partecipanti all'atto comunicativo. Si pensi, ad esempio, all'uso del telefono: grazie all'invenzione di Meucci<sup>7</sup> oggi è possibile interagire con persone lontane anche migliaia di chilometri, nonostante non vi sia una vera e propria simultanea presenza fisica di emittente e destinatario. Si passa, pertanto, dall'idea di presenza simultanea a quella di *telepresenza* (Galimberti e Riva, 1997), ovvero *l'essere lì* grazie ad un mezzo di comunicazione.

Venendo meno la necessità della compresenza dei soggetti comunicanti, le varie forme della comunicazione mediata danno luogo a forme di relazione del tutto nuove e diverse, inimmaginabili nel passato.

“Abbiamo esteso il nostro stesso sistema nervoso centrale in un abbraccio globale che [...] abolisce tanto il tempo quanto lo spazio. [...] Il nostro mondo si è ora improvvisamente contratto [...] a poco più che un villaggio.” (McLuhan, 1964: 9)

---

<sup>7</sup> Per completezza ricordo che dall'altra parte dell'Oceano Atlantico l'invenzione del telefono viene attribuita ad Alexander Graham Bell.

Il *villaggio globale* è quindi il risultato dello sviluppo dei mezzi di comunicazione mediata, oggi in grado di connetterci sempre, dovunque e con chiunque.

### *1.3 La comunicazione mediata di massa e la comunicazione mediata da computer (CMC): parenti ma non gemelli*

Un'importante forma di comunicazione mediata è quella che viene chiamata *comunicazione di massa*: in questo caso non si tratta di una relazione comunicativa condivisa tra due persone o all'interno di un gruppo ristretto, ma di una connessione tra un'entità che emette messaggi e un ampio numero di soggetti che li ricevono. Fondamentalmente possiamo individuare tre proprietà fondamentali della comunicazione massmediale:

1. La *separazione strutturale* tra il luogo di produzione dei messaggi mediati e i luoghi della loro ricezione. I messaggi vengono prodotti in un ambiente e trasmessi, in tempo reale o in differita, a destinatari che sono situati in contesti lontani e tra loro diversi.
2. Il *flusso dei messaggi* è prevalentemente *unidirezionale*. Salvo rare eccezioni, la fonte emittente non è anche una fonte ricevente, come nella comunicazione faccia a faccia. La trasmissione dei messaggi avviene in base ad un flusso

strutturato e unilaterale in cui la capacità dei riceventi di intervenire o di contribuire al processo di produzione è strettamente limitata.

3. *Rottura delle barriere spazio/tempo.* La netta separazione tra i contesti di produzione e i contesti di ricezione permette la fruizione dei messaggi mediati in ambienti spazialmente lontani da quelli in cui sono stati originariamente prodotti e in tempi differiti rispetto al momento del loro confezionamento.

Le comunicazioni di massa si contraddistinguono per la loro *asimmetria comunicativa*: la trasmissione monodirezionale dei messaggi dalla fonte emittente all'insieme dei destinatari fa venir meno la circolarità e la condivisione tipica della comunicazione faccia a faccia, in cui emittente e ricevente possono scambiarsi di ruolo, possono intervenire nel corso della trasmissione del messaggio e contribuire insieme alla sua formulazione e alla sua eventuale modificazione.

Proprio questo aspetto differenzia la *comunicazione telematica* (o *comunicazione mediata da computer, CMC*) dalle comunicazioni di massa. Spesso erroneamente accomunate, queste due forme di

comunicazione mediata non sono affatto omologabili in quanto, mentre nella comunicazione massmediale la direzione del flusso di informazioni è condizionata dal forte squilibrio tra la fonte emittente e la massa ricevente, nella CMC più elevati gradi di interazione rendono la comunicazione a doppio senso e, in alcuni casi, addirittura circolare, come nelle comunicazioni faccia a faccia.

Per *comunicazione mediata da computer* intendiamo, quindi, quella che “*permette di mettere in connessione, attraverso strumenti informatici, punti tra loro lontani, senza che questa relazione si realizzi secondo un rapporto di tipo gerarchico*” (Belloni, 2002:31). La metafora della *rete*, ove ogni punto è in grado di raggiungere tutti gli altri, ben si presta a descrivere la CMC e la sua capacità relazionale.

La CMC ha una natura duplice: quella di *spazio informativo* e quella di *spazio sociale*. Queste due prospettive si incrociano e insieme definiscono la CMC come un contesto per la negoziazione di relazioni e la costruzione di significati condivisibili. Il Web è sia una grande fonte di informazione dove è possibile trovare di tutto sia un luogo sociale dove è possibile incontrare gente, stringere legami

affettivi, entrare in vere e proprie comunità virtuali ove poter condividere i propri interessi. Da questo punto di vista, la CMC risulta essere una situazione comunicativa interpersonale supportata dalle reti telematiche, in cui è prevalente la modalità percettiva non sensoriale, centrata sullo scambio di parole scritte e di oggetti iconici a due o tre dimensioni. Questi sono gli unici elementi di valutazione a disposizione dei soggetti per poter interpretare i contesti, l'identità degli interlocutori e il senso stesso del processo comunicativo in cui sono coinvolti (Ligorio, 2002).

#### *1.4 Le dimensioni della CMC: dove, quando, chi e come.*

La CMC mette a disposizione una serie di strumenti che permettono la comunicazione fra gli utenti, i quali possono scegliere di utilizzarne uno piuttosto che un altro in base alle diverse caratteristiche intrinseche di ciascuno di questi. A caratteristiche diverse corrispondono diverse modalità di interazione fra i soggetti comunicatori.

La caratteristica che accomuna i vari strumenti della CMC è la loro capacità di ridurre la *distanza* fra gli utenti. Come già accennato a proposito della comunicazione mediata, gli strumenti della CMC

riducono la distanza fisica fra emittente e destinatario: è quindi possibile entrare in contatto con persone fisicamente lontane. I tempi brevi e la semplicità del collegamento danno una parvenza di *economicità* agli strumenti della CMC, intesa come vantaggiosa riduzione dei costi di collegamento rispetto ad altri mezzi che esercitano la stessa funzione, come il telefono.

Una prima caratteristica che differenzia gli ambienti della CMC riguarda la dimensione *testuale* contrapposta alla dimensione *iconica*: molti degli ambienti di comunicazione mediata utilizzano quasi esclusivamente il testo digitato; in altri invece è prevalente la dimensione iconica bi o tridimensionale che permette di navigare tra oggetti virtuali, immagini statiche o in movimento e foto di diverso tipo. Mentre le immagini provocano un effetto di maggiore realismo grazie alla loro capacità di riprodurre il mondo reale, il testo scritto privilegia la dimensione narrativa, dove ciò che non si vede viene descritto con le parole.

E' anche possibile una classificazione a seconda del tipo di identificazione degli utenti: alcuni ambienti permettono una comunicazione *anonima*, mentre altri ambienti *identificano*

automaticamente gli utenti on-line. Entrare in un ambiente virtuale più o meno anonimo non solo significa rivelare o meno la propria identità, ma implica anche diversi gradi di libertà nel sperimentare chi si potrebbe essere.

Ma la distinzione più importante riguarda la dimensione *temporale*: si possono avere modalità di comunicazione *asincrona* verso *sincrona*. Nel primo caso i messaggi scritti e inviati possono essere letti successivamente, quando l'interlocutore effettuerà la connessione. Il ritardo nel flusso comunicativo, tipico di questa modalità di CMC, costituisce il tempo per riflettere sull'interazione, consentendo una lettura attenta dei messaggi postati e una scrittura ponderata dei messaggi da postare. Di solito negli ambienti della CMC asincrona gli utenti sono identificati, almeno per quanto riguarda gli elementi rilevanti ai fini della comunicazione. Sono da includere, negli strumenti della CMC asincrona, le e-mail e i newsgroup.

Negli ambienti sincroni invece è necessaria la contemporanea connessione degli interlocutori alla rete e i messaggi possono essere letti solo se il destinatario è presente nello stesso momento e nel



medesimo ambiente di interazione. Gli interlocutori avvertono qui una maggiore sensazione della telepresenza, a causa del feedback immediato degli altri partecipanti all'interazione. Inoltre gli utenti possono monitorare e regolare in tempo reale la propria partecipazione. Queste due caratteristiche permettono di creare collettivamente il contesto d'interazione, facendo aumentare conseguentemente il senso di partecipazione e di appartenenza al gruppo in interazione. A differenza degli strumenti della CMC asincrona, negli ambienti sincroni gli utenti godono dell'anonimato, e spesso si nascondono dietro un soprannome, un *nickname*, e un'identità fittizia. Ambiente per eccellenza sincrono è quello delle chat, dei MUD e degli Instant Messenger.

### *1.5 Gli strumenti del comunicare on-line*

#### *1.5.1 Posta elettronica (E-mail)*

La posta elettronica è una forma di comunicazione asincrona che consente lo scambio di messaggi in formato elettronico tra due o più utenti. I messaggi possono avere una differente lunghezza e possono essere inviati contemporaneamente a più destinatari. Al messaggio testuale possono essere allegati file grafici, database, suoni e altri formati digitali in qualità di allegato. Una volta spedito, il

messaggio raggiunge la casella di posta elettronica dell'*host*<sup>8</sup> destinatario e viene salvato in attesa che questi si colleghi al sistema. A questo punto il destinatario può leggere il messaggio, rispondere, inviare una copia ad altri utenti, salvarlo oppure cancellarlo.

Anche se la posta elettronica privilegia una comunicazione a uno a uno, può svolgere altre funzioni: ad esempio si possono costituire le cosiddette *mailing list*, ovvero liste di indirizzi a cui scrivere contemporaneamente per diffondere circolari, impegni di calendario o informazioni di carattere generale.

Le liste di discussione possono essere moderate o non moderate: nel primo caso sono controllate da un moderatore che si occupa di selezionare i messaggi in arrivo, non reindirizzando quelli scorretti, offensivi o volgari; nel secondo caso, invece, non esiste alcun controllo e tutti i messaggi inviati alla lista vengono spediti ai partecipanti.

I primi studi sulla CMC sono stati attuati proprio sulle e-mail. Il loro particolare utilizzo all'interno delle strutture lavorative come

---

<sup>8</sup> Nodo di servizio, ovvero il computer a cui fa riferimento un gruppo di utenti per collegarsi alla Rete

mezzo di comunicazione rapido e sintetico hanno portato alla formulazione del primo paradigma psicologico della CMC, quello degli *indicatori sociali limitati*, che ha si ricevuto molte critiche, ma ha costituito una base importante per le ricerche effettuate successivamente.

### *1.5.2 Newsgroup*

Nel caso dei newsgroup, a differenza delle mailing list, i messaggi di un gruppo di interesse non vengono spediti ai partecipanti, ma raccolti su un computer centrale che gestisce il servizio. L'utente può facilmente seguire la discussione relativa a un dato tema collegandosi al sistema che la ospita e leggendo i messaggi in essa contenuti. Inoltre è possibile scaricare in modalità off-line i gruppi di interesse o single porzioni di questi. Individuare l'argomento di un newsgroup non è particolarmente difficile, dal momento che questi gruppi sono organizzati in gerarchie che definiscono gli ambiti generali di riferimento e in sottogerarchie che dettagliano maggiormente i vari temi discussi.

Alcune gerarchie di newsgroup sono le seguenti:

- *comp*, riguarda tutte le discussioni sul mondo dei computer;
- *rec*, messaggi su tutto ciò che riguarda le attività ricreative e gli hobby;

- *sci*, discussioni sul mondo della scienza;
- *soc*, newsgroup dedicati alle questioni sociali;
- *talk*, ovvero il mondo delle chiacchiere, su argomenti futili o addirittura inutili;
- *news*, dedicato al funzionamento dello stesso dei newsgroup;
- *misc*, che incorpora tutte le discussioni difficilmente classificabili in altre categorie;
- *alt*, contenente discussioni *alternative*.

Esistono anche gerarchie relative a Paesi e alla loro lingua: ad esempio la gerarchia *it* raccoglie tutti i newsgroup di lingua italiana.

Come in tutti gli ambienti virtuali a cui ha accesso una vasta pluralità di utenti, non sempre ci troviamo in un ambiente ordinato e di facile comprensione. Non è raro che il tema di discussione di un particolare newsgroup si ramifichi in una molteplicità di sottoargomenti di cui è difficile seguire il filo, così come spesso accade che la discussione tra i partecipanti assuma toni tanto accesi e degeneri al punto da dare luogo ad un fenomeno detto *flaming*, ovvero ad una serie di insulti a catena, per altro tanto improvvisa ad iniziare quanto rapida nello spegnersi.

### *1.5.3 Pagine web personali*

Le Home Page personali sono una forma di comunicazione via computer utilizzate da persone e gruppi per offrire ai navigatori del

Web un'immagine che li presenti e descriva. Costituiscono una sorta di autoritratti online, anche se c'è da dire che spesso queste sono pagine di scarso interesse per i naviganti, se si eccettuano quelli che hanno un legame diretto con l'autore del sito. Di solito queste pagine raccolgono una serie di informazioni private elaborate sotto forma di diario o autobiografia, punti di vista su temi di natura personale, sociale, politica e culturale nonché indicazioni su interessi personali e, magari, relativi collegamenti a siti web attinenti.

Alcuni siti personali offrono direttamente ai naviganti informazioni sul conto dei loro autori. Vengono infatti progettati proprio con lo scopo di fornire un'immagine di Sé agli altri, e includono biografie, foto e opinioni personali su vari argomenti di interesse generale. Altri invece introducono solo indirettamente alcuni tratti dei loro curatori, in quanto trattano solo argomenti e temi di interesse dell'autore, come ad esempio una band musicale o una star del cinema, senza fare cenni diretti sulla personalità del creatore stesso della pagina, a cui si può solo risalire indirettamente tramite la consultazione del sito.

#### 1.5.4 Blog

I blog, letteralmente *tracce*, sono una forma di CMC di tipo grafico di recente apparizione: comparsi in America alla fine del secolo scorso si stanno diffondendo in tutto mondo assai rapidamente. I blog sono pagine autonomamente gestite e consentono ai loro creatori di pubblicare online, in tempo reale, notizie, informazioni e storie di ogni genere.

Tutti i blog si presentano sotto forma di una pagina Web in cui i nuovi contributi sono collocati all'inizio, aggiornati di frequente, in qualche caso addirittura svariate volte al giorno. Spesso a lato compare una lista di link con altri siti simili. L'aspetto prettamente estetico della pagina (combinazione di colori, carattere utilizzato, immagini) resta naturalmente a discrezione del proprietario.

Il blog risulta pertanto essere qualcosa in più di una semplice lista di link e meno di una vera e propria rivista. Accedendo ad una di queste pagine il lettore non solo ha la possibilità di leggere le notizie contenute, ma anche di commentarle o integrarle, appoggiarle o contrastarle.

Il suo rapido sviluppo è dovuto non solo alla potenza di questo strumento, ma anche alla semplicità con cui i blog possono essere costruiti e gestiti persino dall'utente che non dispone di grandi conoscenze informatiche: sono molti gli spazi on-line che aiutano i cybernauti meno esperti a lasciare la propria traccia sul web.

#### *1.5.5 Forum*

Il forum è un luogo virtuale dove è possibile comunicare postando dei messaggi che possono essere letti e ricevere risposta da chiunque. Da questo punto di vista non si differenzia così tanto da una forma di CMC già trattata, ovvero il newsgroup nella sua accezione più semplice.

I forum di discussione, a differenza delle news, oltre al fatto che non funzionano mediante messaggi di posta ma tramite pagine on-line, devono però essere avviati e gestiti da una persona precisa che provvede anche alla registrazione dei vari partecipanti. Funzionano come una *bacheca virtuale*: gli utenti postano dei messaggi che vengono subito messi online sul sito di riferimento, subendo un controllo a posteriori da parte del moderatore che, in caso di violazione del regolamento che ha eventualmente istituito per il forum

o delle più generali norme previste della *netiquette*<sup>8</sup>, può decidere di cancellare il messaggio o addirittura impedire per sempre all'utente l'accesso a quella discussione<sup>9</sup>.

### 1.5.6 Chat

Le chat sono degli ambienti di discussione sincroni, dove più utenti possono ritrovarsi contemporaneamente connessi nello stesso luogo virtuale con lo scopo di chiacchierare.

Le chat sono essenzialmente testuali: si digita il testo scritto nella cosiddetta chat-box, ovvero un apposito spazio di scrittura, e quando si è finito di scrivere si preme il tasto invio e il testo compare contemporaneamente sullo schermo di tutti gli utenti connessi e presenti nell'ambiente di chat.

A differenza degli altri ambienti di comunicazione, si può chattare coperti da un relativo anonimato, con tutte le conseguenze che questo produce sul piano psicologico. Infatti, per chattare non è necessario usare il proprio nome ma si può scegliere un nickname, un

---

<sup>8</sup> La *Netiquette* costituisce l'insieme delle regole per il buon comportamento on.line.

<sup>9</sup> In gergo informatico eliminare un utente da un forum o da qualunque altra forma di CMC si dice *bannare*.



nomignolo di varia ispirazione, o addirittura costruendosi un proprio Avatar, una sorta di personaggio virtuale dietro cui è possibile nascondersi. La comunicazione via chat ha un andamento diverso rispetto agli altri strumenti della CMC in quanto meno sistematico e riflessivo e più imprevedibile, caratterizzato da un flusso continuo di messaggi sintetici che, spesso, si accavallano l'uno sull'altro.

I messaggi digitati nelle chat sono volatili, in quanto non sono conservati sul server per essere letti in qualunque momento da chiunque, ma scompaiono per sempre non appena cessa la connessione on-line dell'utente. Esistono tuttavia alcuni servizi di chat che permettono l'archiviazione delle conversazioni on-line, soprattutto quelle *private*, ovvero caratterizzate da uno scambio comunicativo uno a uno.

### *1.6 La riflessione teorica sulla CMC...*

Dopo un saggio pionieristico (Licklider e Taylor, 1968) e un'opera isolata destinata ad essere citata in tutti gli studi successivi (Hiltz e Turoff, 1978), i primi studi sulla CMC si sono rivolti ad esaminare l'impatto delle nuove tecnologie di comunicazione in

ambito organizzativo e le strategie più opportune per l'implementazione di reti di comunicazione all'interno delle aziende.

L'attenzione di questi studi era focalizzata più sull'ottimizzazione dell'utilizzo degli strumenti della CMC in funzione della produttività e dell'efficienza organizzativa che sugli effetti psicosociologici delle nuove tecnologie sugli utenti.

Questo fattore è da tener presente, in quanto da questo punto di vista effetti di norma positivi della CMC sono stati giudicati, sotto questa ottica, indesiderati.

#### *1.6.1 Il paradigma RSC (Reduced social cues)*

La teoria RSC si sviluppa all'inizio degli anni ottanta, a partire dalle conclusioni di uno studio effettuato nel 1976 da Short, il quale postulava che la CMC è caratterizzata da un livello di presenza sociale molto basso, in quanto priva degli elementi non verbali caratteristici della comunicazione faccia a faccia.

Sproull e Kiesler (1986), partendo da queste ricerche, attribuiscono alla CMC alcune caratteristiche fondamentali: una

scarsità di informazioni relative al contesto sociale in cui avviene la comunicazione, una scarsità di norme comunemente accettate in grado di orientare lo sviluppo della comunicazione stessa (Kiesler et al., 1984) e un'intrinseca limitazione della "larghezza di banda"<sup>10</sup>. Di fatto, se nella comunicazione faccia a faccia gli interlocutori dispongono di molteplici canali comunicativi, oltre a quello verbale, nella CMC vi è una comunicazione prevalentemente di tipo testuale. Secondo Sproull e Kiesler (1986), la CMC, quindi, è efficace per la trasmissione di informazioni precise e puntuali, ma d'altro canto è notevolmente "povera" per quanto riguarda gli aspetti sociali della relazione tra gli interlocutori.

Sproull e Kiesler (1991) affermano pertanto che la CMC si verifica in una condizione di vuoto sociale in cui l'identità personale dei soggetti in interazione tende a sfumare fino a scomparire. Ne consegue che se da un lato gli individui divengono più aperti e liberi di esprimersi, dall'altro la perdita dell'identità personale può indurre i soggetti a violare le norme sociali; vi sarebbe cioè un aumento del *flaming*, considerato dai sostenitori dell'approccio RSC un fenomeno tipico della CMC.

---

<sup>10</sup> Si intende per larghezza di banda la quantità di informazioni veicolabili in un'unità di tempo da un mezzo di comunicazione

Relativamente all'ambito organizzativo, inoltre, la CMC ha due effetti contrastanti: da una parte livella le differenze di status, grazie ad un processo di uniformazione (*status equalization effect*), incentivando una partecipazione maggiormente affrancata dai condizionamenti sociali, dall'altra crea una condizione di deindividuazione che rende l'ambiente meno efficiente in termini di capacità decisionali.

La teoria RSC, pur essendo un modello completo ed articolato, riceve numerose critiche: un'interpretazione degli aspetti sociali della CMC effettuata esclusivamente in termini di larghezza di banda o presenza sociale non spiega né l'uso molto diffuso della posta elettronica per scopi che esulano dall'attività lavorativa<sup>11</sup>, né il fatto che in determinate situazioni la CMC dà luogo a comportamenti più socialmente normati rispetto all'interazione faccia a faccia. Partendo da tali critiche, Lea e Spears (1992) hanno in seguito sviluppato il modello SIDE (*Social identity de-individuation*).

---

<sup>11</sup> In alcune ricerche (Spears et. al, 1990; Lea, Spears, 1992) è infatti emerso l'ampio uso della posta elettronica, all'interno di uffici, per scopi ricreativi.

### *1.6.2 Il modello SIDE (Social identity de-individuation)*

Lea e Spears (1992) respingono l'ipotesi che le norme del gruppo siano assenti o deboli nella CMC e, inoltre, negano l'idea che coloro i quali comunicano attraverso la CMC siano anonimi ed isolati. Secondo i due autori, tutto dipende dal contesto in cui la comunicazione elettronica si sviluppa.

Lea e Spears (1992; 1994) distinguono la capacità di un mezzo di trasmettere indici sociali dalla sua larghezza di banda e sostengono che spesso gli indici sociali sono contenuti in alcune informazioni categoriali presenti nell'intestazione o nella firma di un messaggio (sesso, professione, interessi personali, gruppi di appartenenza), oppure possono essere dedotti dalla situazione comunicativa o da conoscenze precedenti.

I due studiosi distinguono inoltre l'identità personale dalle diverse identità sociali di un individuo. L'identità sociale si riferisce alle caratteristiche del Sé che corrispondono alla personalità individuale di ciascuno, mentre le identità sociali riguardano le caratteristiche del proprio gruppo sociale di riferimento nelle situazioni quotidiane. In concreto, una persona mantiene una

personalità relativamente fissa e stabile all'interno dei diversi "ruoli sociali" (figlio, partner, amico, dipendente) che si trova ad "impersonare" quotidianamente<sup>12</sup>. La distinzione tra identità personale e identità sociali viene usata da Lea e Spears (1992) per spiegare il motivo per cui in alcune circostanze la deindividuazione provocata dalla CMC può indurre a comportamenti ipersociali rispetto alle interazioni faccia a faccia, anziché alla scomparsa delle norme sociali. Quando il contesto coinvolge gli attori come singoli individui, acquista rilevanza la loro identità personale; quando invece il contesto enfatizza l'identità sociale, gli attori osservano maggiormente le norme associate al gruppo di riferimento.

I sostenitori del modello SIDE propongono una nuova teoria a proposito del fenomeno di deindividuazione che contrasta con la teoria classica di Festinger (1952).

Festinger definisce la deindividuazione come la perdita di identità dovuta all'immersione nella folla, con l'emergere di comportamenti devianti. Lea e Spears (1992) sostengono, invece, che

---

<sup>12</sup> Per una trattazione completa dell'argomento si rimanda a TAJFEL H. (1981), *Human Groups and Social Categories. Studies in Social Psychology*, Cambridge: Cambridge University Press (tr. it., *Gruppi umani e categorie sociali*, Bologna 1995: Il Mulino).

il fenomeno di deindividuazione possa verificarsi anche all'interno di uno specifico gruppo sociale: in questo caso l'identità personale risulterebbe indebolita, mentre l'identità sociale sarebbe rafforzata. Ciò porterebbe ad una minimizzazione della percezione delle differenze intragruppo e verso comportamenti maggiormente influenzati dalle norme sociali caratteristiche di quella situazione specifica.

Il modello SIDE applica questa teoria alla CMC: la riduzione della larghezza di banda causa un processo di deindividuazione e di *anonimato visivo*, ma le conseguenze sociali di questa situazione variano a seconda del preciso contesto comunicativo.

### *1.6.3 La teoria hyperpersonal*

Walther e Burgoon (1992), a partire da alcune critiche alle prove addotte dai sostenitori del modello SIDE, per confermare le proprie affermazioni teoriche elaborano un nuovo modello, che si sviluppa come alternativa all'approccio RSC. In particolare, ai sostenitori dell'approccio RSC viene contestato il fatto che i risultati che si possono ottenere in studi condotti all'interno di un laboratorio non sono confermati da studi condotti direttamente sul campo.

Innanzitutto, negli esperimenti di laboratorio viene solitamente imposta una limitazione temporale; inoltre, coloro che partecipano a tali esperimenti hanno motivazioni limitate e scarse aspettative di interazioni future, rispetto alle interazioni naturali.

La CMC può veicolare la stessa socialità di una comunicazione faccia a faccia se gli attori hanno il tempo necessario per svilupparla (Walther, 1994). Infatti, qualunque mezzo di comunicazione utilizzino, gli esseri umani sviluppano i medesimi bisogni di riduzione dell'incertezza e di affinità nei confronti degli altri: gli utenti della CMC, quindi, tendono a soddisfare tali bisogni adattando le proprie strategie comunicative al medium utilizzato. Ciò che serve loro è semplicemente una maggiore quantità di tempo: la CMC dunque non è meno efficace, dal punto di vista dell'interazione sociale, rispetto alla comunicazione faccia a faccia, ma è soltanto meno efficiente. Inoltre, gli individui tendono a non comunicare quasi mai esclusivamente per mezzo del computer. Anche all'interno delle comunità virtuali, non appena le relazioni sociali si consolidano e divengono significative, i membri tendono ad integrare la comunicazione attraverso altri mezzi, quali ad esempio il telefono o la posta (Parks; Floyd, 1996).



La CMC, quindi, non è una comunicazione fredda e impersonale, ma possiede caratteristiche che spesso la spingono a "sovraccaricarsi" di contenuti sociali, tanto da poter essere definita "iperpersonale", *hyperpersonal* (Walther, 1997). Questa denominazione sta ad indicare che nella CMC le interazioni si sviluppano in modo "*più stereotipicamente sociale*" (Walther, 1996) rispetto a quelle faccia a faccia. Infatti, chi riceve un messaggio email tende a categorizzare socialmente il mittente, e quando possiede scarse informazioni, lo fa in modo stereotipato, basandosi sulle poche informazioni che ha a disposizione. Chi, invece, scrive un messaggio, o partecipa ad un *newsgroup*, o crea una homepage, ha la possibilità di curare attentamente la presentazione di sé. Walther (1996) parla di "*selective*" o "*optimized self-presentation*": la CMC dà modo, specialmente nella modalità asincrona, di poter progettare e selezionare accuratamente l'immagine che si desidera dare di se stessi, poiché permette di mostrare o nascondere le caratteristiche che si ritengono più o meno socialmente opportune. Questa possibilità dipende sia dal maggior tempo che si ha a disposizione, sia dal maggior controllo, derivante dalla modalità di comunicazione testuale. Inoltre, si può scegliere il momento e la situazione più opportuna per interagire con l'altro e il *feedback* che si riceve nella CMC è più

mediato rispetto all'interazione faccia a faccia, quindi è più facile che le aspettative e le impressioni iniziali che un soggetto si è formato riguardo l'interlocutore siano rafforzate nel tempo piuttosto che disattese.

#### *1.6.4 L'occhio dell'etnografo: l'importanza del contesto sociale*

Nel corso degli anni, lo studio della CMC si è focalizzato maggiormente sull'analisi del contesto in cui avviene la comunicazione e sui modi in cui il contesto stesso influenza le rappresentazioni e le interpretazioni che gli attori danno delle proprie azioni.

Un primo modello di analisi del contesto è costituito dalla *Teoria dell'Azione Situata* (TAS) di Mantovani (1995). La TAS propone un cambiamento di prospettiva rispetto alle analisi cognitive tradizionali: l'azione non è più considerata l'esecuzione di un piano prestabilito, ma un adattamento del soggetto al contesto in cui si trova (Suchman, 1987).

Secondo questa teoria, i contesti non sono dati, bensì vengono costruiti (Mantovani, 1995a). Il contesto si caratterizza come:

- *instabile*, poiché i modelli culturali sono costantemente trasformati dai soggetti;
- *concettuale*, poiché gli attori percepiscono le situazioni attraverso i modelli presentati dall'ordine culturale e agiscono secondo quelli.

I partecipanti alla CMC vanno dunque considerati come "*attori sociali, con propri scopi e una propria autonomia di orientamento nelle situazioni a cui la concezione e l'uso dell'artefatto si devono adattare, e non viceversa*" (Mantovani, 1995b: 178).

Inoltre un contesto è difficile da modellare, poiché è il risultato sempre "precario" dell'interazione, costantemente mutevole, tra attore ed ambiente. Per analizzare adeguatamente un contesto siffatto Mantovani (1995a) propone un modello di contesto sociale a tre livelli, che lega tra loro situazioni, norme sociali e uso degli artefatti informatici. Il primo livello è costituito dal contesto sociale in generale, il secondo dalle situazioni di vita quotidiana, il terzo dall'interazione con l'ambiente per mezzo degli artefatti. Mantovani afferma che il rapporto fra i tre livelli è analizzabile sia a partire dall'uso degli artefatti, sia a partire dall'analisi del contesto sociale. Infatti, partendo dagli artefatti informatici, il loro uso si può considerare un particolare aspetto delle situazioni quotidiane, le quali

sono a loro volta inglobate nel contesto sociale. Partendo, invece, dal contesto sociale, questo fornisce gli elementi che permettono di interpretare le situazioni quotidiane, all'interno delle quali si formano, in seguito, gli scopi che orientano l'interazione con l'ambiente attraverso l'uso degli artefatti. La TAS considera pertanto il contesto sociale come "*il sistema simbolico di una certa cultura continuamente alterato dall'intervento pratico umano*" (Mantovani, 1995a: 94). Da queste considerazioni si evince che anche il significato della comunicazione viene ridefinito dalla Teoria dell'Azione Situata. Se il contesto è co-costruito dagli attori sociali, questi comunicano per scambiarsi dei significati, non delle mere informazioni. Il contenuto della comunicazione, dunque, è dato dalle interpretazioni delle situazioni che coinvolgono gli attori sociali. Tale analisi dei processi comunicativi viene rafforzata dagli studi che fanno riferimento alla Positioning Theory (Harrè, 1989, 1992; Harrè, Van Langenhove, 1991).

L'approccio teorico fornito dalla *Positioning Theory*, avente come principale autore di riferimento Harrè (1989; 1992), aggiunge all'analisi del ruolo del contesto una riflessione sul rapporto tra processi mentali e processi comunicativi. Inoltre, propone una

sostituzione del concetto di ruolo, categoria stabile e definita, con il processo di posizionamento (*positioning*), un processo dinamico, frutto dell'attività comunicativa. La Positioning Theory focalizza l'attenzione sul rapporto tra comunicazione, contesto sociale, sé e identità. Afferma che esiste un legame molto stretto tra linguaggio esterno e dialogo interno, che ha un ruolo di primaria importanza nella formazione dell'identità del soggetto e dei processi mentali superiori. È inoltre fondamentale, in questo processo di spostamento tra linguaggio esterno e dialogo interno, il processo di mediazione del significato, che deriva dall'interazione con gli altri individui. Davies e Harrè (1990) sostengono che i sé dei soggetti, durante una conversazione, "*partecipano in modo osservabile e soggettivamente coerente alla produzione congiunta di linee narrative*" (Harrè, 1990: 48). In tale fase, i soggetti si percepiscono come *contraddittori* e attraverso il processo di posizionamento giungono alla costruzione di diversi sé.

### 1.7 ... e sulle chat?

La CMC, in tutte le sue molteplici forme, è entrata a far parte della nostra quotidianità. Ormai azioni come contattare gente tramite e-mail, partecipare ad un forum di discussione, consultare pagine web

e/o chiacchierare in chat non costituiscono più succose novità in grado di suscitare curiosità in addetti ai lavori e non, ma sono vere e proprie consuetudini: basti pensare che oggi è normale per molti individui citare fra i propri recapiti anche l'indirizzo di posta elettronica, o che spesso molti prodotti dell'industria mediatica – da stampa a tv – sono supportati da servizi online. Dall'inizio degli anni '80 ad oggi la crescita della CMC e degli studi su essa sono andati di pari passo: dapprima l'obiettivo delle ricerche era rendere l'utilizzo di queste tecnologie il più funzionali possibili nel campo dell'organizzazione aziendale in termini di produttività ed efficienza; solo in una seconda fase il focus di ricerca si è spostato sugli effetti dei new-media telematici su individui, Sé, identità e rapporti sociali.

Ognuno dei modelli teorici fin qui presentati contiene in sé delle verità. Senza dubbio le intuizioni di Sproull e Kiesler (1986) sulle conseguenze della limitata larghezza di banda del medium sugli individui, più disinibiti nelle loro interazioni via computer rispetto alla vita reale, e di Short (1976), a proposito dell'impossibilità oggettiva di trasmettere online gli elementi non verbali caratteristici della comunicazione faccia a faccia, risultano corrette. Il limite delle loro proposte teoriche consiste nell'escludere a priori, date le

caratteristiche fisiche del medium, la possibilità che le tecnologie informatiche possano rappresentare un valido supporto per le relazioni sociali fra gli utenti.

Il modello Rsc veniva contraddetto già in partenza dalle ricerche empiriche effettuate per dimostrarne la veridicità. La ristretta larghezza di banda, quindi, non limita i rapporti sociali. Questo perché gli attori sociali coinvolti nella CMC, come previsto da Walther (1997) nel modello hyperpersonal, adeguando le proprie strategie comunicative in base al medium utilizzato. D'altro canto anche Mantovani (1995) ha evidenziato, nella Teoria dell'Azione Situata, che gli individui si adattano, per svolgere le loro pratiche sociali, all'artefatto tecnologico, escludendo la possibilità opposta. Possiamo quindi affermare che il rapporto fra mezzi di comunicazione e attori sociali consiste in una tensione fra i primi, che per ragioni tecniche limitano alcuni aspetti dell'interazione fra gli individui, e i secondi, che calati in qualsiasi situazione perseguono sempre i loro obiettivi sociali. Questa tensione si allenta quando gli attori sociali riescono a trovare strategie efficaci per aggirare i limiti fisici del mezzo.

La teoria hyperpersonal inoltre prevede che nella CMC l'attore che vuole farsi un'idea del suo interlocutore ricostruisce la sua identità personale e sociale inferendo sulle poche informazioni disponibili dal contesto. Internet è, infatti, il medium freddo per eccellenza, cioè un medium i cui messaggi necessitano di integrazione e completamento da parte dell'utente (Pravettoni, 2002). Dalle prime informazioni disponibili i soggetti si formano una impressione globale degli altri entro la quale fanno poi rientrare ulteriori informazioni che li descrivono. I primi tratti servono a costruire la configurazione entro la quale i tratti seguenti vengono interpretati<sup>12</sup>. Le impressioni iniziali che il soggetto si forma saranno rafforzate nel tempo piuttosto che disattese.

Dall'integrazione di queste proposte teoriche prende il via questo studio sulla formazione delle relazioni significative in chat.

---

<sup>12</sup> Walther si rifà al *modello configurazionale della formazione delle impressioni* proposto da Solomon Asch, il quale prevede che le prime informazioni disponibili su un soggetto hanno un effetto superiore rispetto a quelli successivi (*effetto primacy*). Cfr. ASCH, S. (1946), *Forming impressions of personality* in "Journal of Abnormal and Social Psychology", 41.



## CAPITOLO SECONDO

### LA CHAT E I RAPPORTI SIGNIFICATIVI

#### 2.1 Cenni introduttivi

Fra i sistemi di comunicazione online disponibili attualmente quello che ha certamente portato il maggior numero di innovazioni, sia dal punto di vista stilistico che dal punto di vista interazionale e sociale, è certamente costituito dai sistemi di *chat-line*. In questi sistemi lo scambio relazionale è tale da essere molto vicino alla comunicazione naturale, pur adottando forme espressive e regole di comportamento peculiari. La chat può essere considerata un vero e proprio *salotto virtuale*: un luogo dove è possibile dialogare liberamente e senza freni inibitori e dove le persone, celate dietro a un *nickname*<sup>1</sup>, mostrano in parte ciò che sono o che vorrebbero essere. Fantasie e bugie, dolori e felicità, solitudine e perversioni possono mescolarsi tra di loro, facendo nascere un personaggio ad hoc, adattabile alle varie situazioni (Troiano e Petrone, 2001).

La chat può rappresentare per molti utenti una sorta di *specchio magico*: la sottile linea che separa la realtà dal mondo virtuale

---

<sup>1</sup> Il *nickname* è uno pseudonimo, un soprannome, con cui ciascun utente si rende riconoscibile all'interno di una chat.

permette agli individui di avviare e intrattenere rapporti con gli altri mostrando, come in una vetrina di un negozio di lusso, gli aspetti più positivi della loro personalità, o comunque tutti quei tratti più salienti e meritevoli di attenzione secondo il loro insindacabile giudizio. Nascono così visioni idealizzate dell'altro, focalizzate su un insieme di tratti generali di personalità socialmente desiderabili (simpatico, dolce, premuroso, disponibile) e spesso solo sommarie a proposito degli aspetti meno "piacevoli" (arroganza, impulsività) i quali si tramutano, nella transizione del rapporto dal mondo virtuale al mondo reale, in tanto spiacevoli quanto sgradite sorprese.

L'anonimato e la mancanza di contatto visivo permettono di immaginare la chat come un *laboratorio del Sé* (Reid, 1991), luogo ideale per sperimentare la propria capacità di autopresentazione, nonché per coltivare Sé nascosti nella nostra sfera intima non ancora sbocciati nel mondo reale. Non a caso gli ambienti di chat rappresentano per gli utenti terreno fertile per imparare ad immaginarsi, valide officine della propria personalità, talvolta (e di certo non giustamente) più congeniali per sperimentare atteggiamenti e comportamenti rispetto al difficile e sconosciuto mondo reale, portatore nei loro animi-in-formazione di paure e timori reverenziali.

Un mondo virtuale che, per utilizzare un termine proprio delle scienze matematiche, *tende* al mondo reale. Gli stili adottati dagli internauti per comunicare in chat assolvono il compito fondamentale di rendere più prossimi possibili i registri comunicativi propri delle CMC a quelli naturali. In particolar modo, le strategie utilizzate dagli utenti ambiscono a soddisfare le esigenze di recuperare la ricchezza dell'*espressività* di cui si dispone nella comunicazione faccia a faccia, di realizzare la massima *velocità* nel trasferimento del messaggio, di affermare la propria *identità* e *appartenenza* ai gruppi di riferimento (Belloni, 2002):

1. Per quanto riguarda l'*espressività*, chi comunica in rete deve cercare di riprodurre, tramite la scrittura, i gesti, le espressioni mimiche, il tono della voce, gli stati d'animo, le emozioni, ovvero tutta quella vasta gamma di informazioni che, nei contesti naturali, vengono trasmesse mediante i *codici non verbali*. Di qui il ricorso a espedienti che non si basano, come avviene nella tradizione letteraria, sulla narrazione, quanto sulla suggestione e l'immediatezza dell'immagine. Gli *emoticons*, ovvero le strategie iconiche tese a trasmettere online le espressioni non verbali, insieme all'impiego personalizzato dei segni di scrittura, diventano al tempo stesso necessità espressiva

e costruzione di un vero e proprio linguaggio condiviso da quanti praticano questa forma di comunicazione.

2. Il bisogno di avvicinarsi alla *velocità* con cui avvengono le relazioni comunicative in contesti naturali e di riprodurre situazioni prossime alla vera interattività induce a intervenire sulla scrittura per ridurre il tempo di trasmissione del messaggio. Questo bisogno è soddisfabile solo riducendo al minimo il tempo necessario alla digitazione del messaggio stesso sulla tastiera, utilizzando espressioni brevi e semplici, nonché abbreviazioni e/o acronimi mutuati dalla lingua inglese che entrano a far parte rapidamente dell'uso comune.
3. L'esigenza di affermare la propria *appartenenza* e la propria *identità* comporta l'adozione di un linguaggio condiviso dal gruppo di riferimento, come l'uso preferenziale di espressioni verbali o la sostituzione di alcune lettere dell'alfabeto ad altre, o la ricerca di particolari pseudonimi, che riassumono sinteticamente e direttamente i tratti essenziali della propria personalità in rete, oppure il rispetto di divieti e prescrizioni linguistiche e di norme di comportamento. Tutto ciò non solo sta generando nuovi linguaggi, nuovi gerghi che appartengono ormai alle culture contemporanee, ma diventano il supporto, lo

spazio sociale in cui si esprimono, circolano, si rafforzano culture di gruppo e movimenti, soprattutto giovanili.

Come ogni medium che si rispetti, quindi, Internet e le chat hanno costretto gli attori sociali a rivedere le consuete pratiche comunicative per adattarle al nuovo mezzo, a fine di rendere più scorrevole e semplice possibile le interazioni interpersonali. Queste rivisitazioni del parlare comune, dopo essere state sperimentate e collaudate negli ambienti in cui sono nati, entreranno in seguito a far parte del bagaglio espressivo standard, proprio di internauti e non.

## *2.2 Tipologie di chat*

Non tutte le chat sono uguali. Dall'avvento di IRC<sup>2</sup> nel 1988 ad oggi i sistemi di conversazione sincronica<sup>3</sup> si sono sempre più evoluti sia dal punto di vista prettamente estetico che da quello funzionale. In modo particolare l'attenzione dei programmatori e dei sistemisti si è focalizzata sul miglioramento delle interfacce, rese sempre più

---

<sup>2</sup> IRC è l'acronimo di *Internet Relay Chat*, progenitore di tutti i sistemi di conversazione sincronica attuali. Questa modalità comunicativa è stata inventata da uno studente finlandese di informatica, Jarkko Oikarinen, nel 1988 mentre lavorava presso l'Università di Oulu. Il programma, dopo una fase preliminare di prova, si è rapidamente diffuso dapprima nella sua area d'origine, accedendo in una prima fase al server nazionale finlandese Funet e successivamente a quello della regione scandinava Nordunet, per poi diffondersi a macchia d'olio negli Stati Uniti. La nascita di IRC è brevemente raccontata dallo stesso OIKARINEN, J. in un documento dal titolo *Early IRC History*, disponibile sul sito <http://www.the-project.org/>.

<sup>3</sup> Dall'inglese *synchronous chat*, da cui poi è derivato il termine di uso comune chat per indicare tutti i sistemi di conversazione sincronica mediati da computer.

intelligibili e user-friendly al fine di semplificare l'attività dell'utente, e sul potenziamento delle possibilità comunicative del mezzo.

Da questo punto di vista si è assistito per certi versi ad un processo di tipo *bottom-up*, in quanto i programmatori hanno spesso tratto spunto dalle trovate, tanto semplici quanto geniali, di chi utilizzava le chat per accrescere l'espressività del mezzo. Un valido esempio è costituito dalle *emoticons*: se nei primi arcaici sistemi di chat, come il già citato IRC, l'utente che voleva rappresentare graficamente un cenno d'accordo o un sorriso utilizzava la ormai celebre sequenza di caratteri :-), in alcune chat rooms attuali digitando la citata sequenza verrà visualizzata a video un'icona predefinita, già prevista in fase di progettazione dai programmatori<sup>4</sup>.

I sistemi di comunicazioni sincronica possono essere suddivisi in tre categorie:

1. *IRC e web chat rooms*. Il primo è stato a lungo il sistema di chat più diffuso del mondo, e ancora oggi è in grado di recitare una parte da protagonista nell'universo dei sistemi di

---

<sup>4</sup> Ad esempio, l'Istant Messenger fornito da MSN genera l'icona  quando viene digitata la sequenza di caratteri :-).

conversazione online per quanto risultino, sotto certi aspetti, piuttosto arcaici, specie per quanto riguarda l'interfaccia grafica, che in questo sistema è molto semplificata e scarna. Inoltre IRC, per essere utilizzato, necessita la conoscenza di una serie di *parole chiave*, comandi che possono servire, ad esempio, per trasferire file, per cambiare *canale*<sup>5</sup> o per chattare direttamente con solo uno degli utenti presenti in stanza.

Le web chat rooms costituiscono nel loro insieme una versione aggiornata nella grafica e nelle funzionalità del loro capostipite comune, anche se il funzionamento di base e le dinamiche comunicative che vi si svolgono al loro interno sono rimaste pressoché inalterate. Caratteristica di queste forme di chat è la simultanea telepresenza di più partecipanti alla stessa sessione, condizione che può dare non poche noie agli utenti meno esperti.

I messaggi inviati da ciascun utente vengono letti da tutti, e molto spesso *“non vi è contiguità tra gli enunciati*

---

<sup>5</sup> Nel linguaggio di IRC il canale è una stanza in cui le discussioni sono riconducibili ad uno specifico argomento (*topic*).

*fisicamente vicini*”, per cui “*ad una prima lettura la conversazione avvenuta attraverso il sistema di chat può apparire disordinata*” (Bonaiuto, Buffone, Castellana, 2002: 108). I vari enunciati si accavallano rendendo così difficile risalire all’oggetto (o, come spesso accade, a più oggetti) in discussione. Nonostante questo disordine, l’ambiente delle chat rooms non è tuttavia totalmente destrutturato o privo di contesto sociale (Roversi, 2001). Al loro interno vi si possono ritrovare fenomeni tipici delle dinamiche intragruppo riscontrabili in contesti reali.

I canali IRC, ad esempio, sono ambienti organizzati attorno ad una sorta di struttura sociale gerarchica e ad un ristretto numero di regole di comportamento alle quali i chatter sono chiamati ad attenersi (Roversi, 2001). Ai gradini più alti di questa gerarchia trovano posto gli *operatori di canale* (o *moderatori* nelle chat rooms), il cui compito principale è quello di effettuare un vero e proprio controllo sulle interazioni in corso fra gli utenti. Gli operatori/moderatori hanno tra l’altro il potere di cacciare



(nel gergo di IRC *kiccare*<sup>6</sup>) gli utenti più indisciplinati, ad esempio quelli che generano fenomeni di *flame*<sup>7</sup> o di *flooding*<sup>8</sup>. Il comportamento deviante di questi utenti provoca, così come accade nella realtà, un aumento delle comunicazioni a loro indirizzate da parte degli altri chatter tese a ricondurlo entro le norme del gruppo accompagnato da un minore livello di popolarità (Schachter, 1951), nonché ad atteggiamenti negativi nei suoi confronti (Miller et al., 1987; Sherif, 1984). Anche i frequentatori abituali delle varie room occupano una posizione di rilievo nelle scale gerarchiche di questi ambienti. Parallelamente a quanto accade nei gruppi sociali non mediati, le persone con status elevato interagiscono più frequentemente con gli altri e ricevono un maggior numero di comunicazioni da parte degli altri membri del gruppo (Thibaut, 1950; Kelley, 1951).

Le chat rooms a cui partecipano abitualmente un cospicuo numero di utenti ingenerano spesso vere e proprie

---

<sup>6</sup> Dal verbo inglese *to kick*, calciare.

<sup>7</sup> Accesa discussione online.

<sup>8</sup> Ripetizione continua e ossessiva di un messaggio, spesso di contenuto volgare e offensivo, da parte di un utente.

*comunità virtuali*<sup>9</sup>, tanto strette da possedere abitudini, gerghi e convenzioni che possono anche sfociare in forme di conoscenza interpersonale e intergrupale nella vita reale<sup>10</sup>.

2. *Instant messenger*. Gli Instant Messenger, cioè i software di messaggistica istantanea, sono una via di mezzo tra i programmi di chat veri e propri e i client di posta elettronica, capaci di offrire le funzionalità più avanzate di entrambi. Ecco quindi spiegato il successo degli Instant Messenger: far comunicare simultaneamente gli utenti connessi, rilevando e segnalando quali sono online e quali no. Connettendosi al server principale cui fa capo il proprio servizio di messaggia l'individuo si rende automaticamente disponibile, se lo desidera<sup>11</sup>, a tutti gli utenti che posseggono il suo contatto.

---

<sup>9</sup> Gruppo di utenti che condividono uno stesso specifico interesse. Per una trattazione completa delle comunità virtuali consultare LEVY, P. (1999), *Cybercultura: gli usi sociali delle nuove tecnologie*, Milano: Feltrinelli.

<sup>10</sup> Un valido esempio può essere costituito dalla comunità degli utenti di Digiland-Libero (<http://digiland.iol.it/>), che ha recentemente raggiunto i 6 anni d'età. Oltre all'esperienza virtuale, i membri più attivi della comunità organizzano raduni atti a favorire lo sviluppo dei loro rapporti anche nella vita reale.

<sup>11</sup> L'Instant Messenger fornito da MSN consente di dichiarare uno stato di connessione al sistema diverso da quello reale. Per cui un utente collegato può anche apparire disconnesso, o più semplicemente lontano dalla postazione (*non al computer*).

Nella maggiorparte dei casi, infatti, ogni utente non è visibile a tutti gli altri una volta connesso: solo coloro che avranno ricevuto il suo “permesso” potranno “spiarlo” virtualmente.

Ogni utente ha il potere di accettare o rifiutare le richieste di contatto da parte degli altri prima di conversare con loro: ad esempio un utente può permettere di farsi raggiungere da un individuo che già conosce nella vita reale, oppure da un internauta a lui sconosciuto ma di cui trova simpatico, a primo impatto, il nickname o la scheda che lo descrive. Le relazioni che si creano in questa modalità di chat tendono ad essere più intime rispetto a quelle che nascono tramite IRC e web chat rooms per tre ragioni.

Innanzitutto in un contesto dove la possibilità di conversazione fra due utenti è subordinata al loro consenso reciproco i contatti sono percepiti come più preziosi, e quindi ciascun individuo tende a spendere di più dal punto di vista socio-emotivo e a raccontare aspetti privati della propria persona.

In secondo luogo le conversazioni di tipo uno-a-uno, rispetto a quelle multi-a-molti tipiche delle chat rooms, aumentano la percezione di prossimità fisica<sup>12</sup>, fattore che favorisce la nascita delle relazioni (Festinger, Schachter e Back, 1950).

Infine una conversazione meno disordinata rispetto alle chat rooms, in quanto è più facile in questa modalità controllare gli enunciati dell'unico altro interlocutore e avvicinarsi nel turno di parola<sup>13</sup>, rende la conversazione virtuale più prossima a quella reale. L'utente ha quindi l'impressione di conversare faccia a faccia con il proprio interlocutore, in misura maggiore rispetto a quanto accade in IRC e chat rooms.

3. *Mud*. MUD è l'acronimo delle parole inglesi *Multi User Dungeon*, in quanto i primi siti di questo tipo sono stati costruiti sulla falsariga del gioco di ruolo *Dungeons and Dragons*. Si tratta di territori immaginari nei quali la realtà

---

<sup>12</sup> L'Instant Messenger di MSN permette anche collegamenti audio e di video-conferenza oltre al tradizionale servizio di messaggia istantanea.

<sup>13</sup> L'Instant Messenger di MSN visualizza il messaggio "L'utente X sta componendo il messaggio" mentre l'interlocutore digita sulla propria tastiera.

virtuale è organizzata sulla base di un testo che mescola numerosi ingredienti per creare un forte senso di appartenenza e di comunità fra gli utenti, che sono chiamati *giocatori* proprio in virtù delle origine ludiche del sito. Creatività e fantasia sono al servizio di uno spazio virtuale interamente costruito testualmente che gli utenti possono esplorare e modificare in qualsiasi momento utilizzando solamente le parole digitate. Qui possono inoltre incontrare altri utenti, i quali si auto-descrivono sempre soltanto con l'utilizzo della parola scritta, creando identità fittizie fluide e dinamiche, sempre modificabili. Strettamente connessi ai MUD, ma differenziati per quanto riguarda lo scopo, sono i *MOO* e i *MUSH*. I *MOO* (*MUD Object Oriented*) hanno uno scopo sociale, in quanto simili alle conversazioni contemporanee. Alcuni *MOO*, invece, si sono specializzati verso applicazioni di tipo professionali ed educativi, come ad esempio *MediaMOO*, una comunità online per la ricerca nell'ambito della comunicazione (Logorio e Mininni, 1997; Bruckman, 1999<sup>14</sup>; Wallace, 1999).

---

<sup>14</sup> Cfr. BRUCKMAN, A. (1999), *MediaMOO: A professional Community for Media Reserchers*, disponibile online all'indirizzo <http://www.cc.gatech.edu/fac/Amy.Bruckman/MediaMOO/>.

I MUSH (*Multiuser Shared Hallucination*), per concludere, rappresentano veri e propri giochi di ruolo in rete dallo scopo ludico avventuroso, nei quali i giocatori uccidono mostri e malfattori e si eliminano anche fra di loro.

### 2.3 *Il linguaggio delle chat :-)*

Come già anticipato nei paragrafi precedenti, le caratteristiche tecniche della chat rendono necessarie strategie comunicative atte a superare i vincoli posti del mezzo. La natura quasi esclusivamente testuale delle chat mina le sue possibilità espressive, come ipotizzava Short (1976): una conversazione ridotta ad uno scambio di semplici enunciati fra due interlocutori risulterebbe povera, in quanto priva di tutti gli aspetti non verbali della comunicazione. Non è questo, però, l'unico ostacolo da superare: un ambiente sincrono come quello della chat necessita strategie linguistiche tese a favorire uno scambio rapido di messaggi fra gli interlocutori, in quanto la velocità contribuisce senza dubbio a rafforzare nei chatters la percezione di quell'immediatezza distintiva della comunicazione naturale (Bonaiuto, Buffone, Castellana, 2002).

Per quanto riguarda il primo aspetto la mancanza della presenza fisica, quindi della mimica e della gestualità, non permette di cogliere le giuste sfumature e i significati al di là delle parole. A tal fine gli interlocutori adottano stratagemmi finalizzati a trasmettere gli aspetti non verbali della comunicazione, quali punteggiatura, emoticons e vocalizzazioni:

a) *Punteggiatura*. L'uso della punteggiatura è tipicamente riconducibile a una valenza di comunicazione non verbale in quanto modula l'intonazione con cui leggere le frasi scritte, alterandone in modo espressivo il carattere:

***Esempio 1***

A [12.09.09]: *lei ha l'incredibile potere di instupidirmi*

A [12.09.19]: *(e non sto scherzando)*

B [12.09.37]: *xke dici cosi?*

® A [12.09.42]: *xkè è vero!!!*

***Esempio 2***

A [11.28.14]: *conosci Asch*

® B [11.28.24]: *Asch???*

A [11.29.17]: *Solomon Asch*

→ B [11.29.28]: *che ha fatto???*

***Esempio 3***

A [20.55.43]: *grazie nn dovevi*

B [20.55.54]: *DEVO*

A [20.55.58]: *ma smettila*

A [20.56.01]: *nn devi nulla*

B [20.56.23]: *invece si*

→ A [20.56.28]: *???*

Con il particolare uso dei punti interrogativi nell'esempio

3 il soggetto da forma testuale ad un comportamento

non verbale riconducibile allo stupore e/o all'incomprensione. Non intende perciò dire qualcosa, ma riproduce con questa strategia una reazione fisica non verbale all'enunciato del suo interlocutore. Rilevante anche l'utilizzo delle parentesi tonde (esempio 1), usate da molti chatters per rafforzare, con un'altra affermazione, l'enunciato precedente.

b) *Emoticon*. Le emoticon (*emotion* + *icon*) sono combinazioni variabili di simboli, presenti sulla tastiera di un normale personal computer, il cui risultato grafico richiama, di volta in volta, espressioni di emozioni differenti. Possono sia comparire da sole in un turno di parola, e quindi sostituirsi ad un comportamento non verbale, sia accompagnate da un enunciato, modulando idealmente l'intonazione.

***Esempio 4***

® A [14.28.35]: *carina tua sorella! ;-)*

A [14.28.35]: *haha*

® B [14.28.45]: *bè ha preso dal fratello ;-)*

B [14.28.50]: *no.... per fortuna sua no*

→ A [14.28.50]: *:-)*



**Esempio 5**

A [18.51.19]: *beh tu la conosci dal vivo e puoi dire se la foto rispecchia o no la realtà*  
B [18.51.30]: *molto più carina dal vivo*  
→ A [18.51.41]: ;-)

c) *Vocalizzazioni*. La ripetizione della stessa vocale, o più in generale di uno stesso carattere alfabetico, è molto utilizzata dagli internauti. Può riprodurre un'intonazione di sorpresa oppure accentuare affermazioni di approvazione o di contrasto.

**Esempio 6**

A [14.16.34]: *se mi avessi chiesto "ti piace il peperoncino?"*  
® A [14.16.46]: *ti avrei detto siiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiii*  
→ B [14.16.44]: *ahhhhhhhh*

**Esempio 7**

A [14.18.13]: *il buon Dio ti ha fatto nascere nel posto sbagliato*  
® B [14.18.13]: *siiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiii*  
® B [14.18.22]: *lo sooooooooooooo*  
B [14.18.29]: *ma ha inventato gli aerei*

Nei sistemi di chat online il carattere maiuscolo ha un significato ben preciso: oltre ad enfatizzare quello che viene detto, riproduce comunemente un innalzamento del volume della voce.

**Esempio 8**

A [12.57.41]: *bè?*  
A [12.57.41]: *è andata bene?*  
B [12.57.53]: *28*  
® B [12.57.56]: *HO FINITOOOOOOOOOO!*  
A [12.58.15]: *bravoooooooooooooooooooo*

**Esempio 9**

A [10.56.25]: svegliato presto per lo studio? o hai tradito le tue aspettative?

B [10.56.36]: 8.30

B [10.56.41]: me la sono cavata bene

→ B [10.56.57]: ma sto procedendo cmq MOLTO lentamente

Altro fenomeno abbastanza tipico delle chat è il ricorso ai suoni onomatopeici, che in alcuni casi possono sostituire le emoticon per rappresentare alcuni stati emotivi.

**Esempio 10**

A [12.54.47]: capito cmq che combini in internet? oggi sei un pò occupato no :-)

B [12.55.18]: sai noi bei ragazzi siamo sempre molto ricercati

® B [12.55.20]: ahahahahah

**Esempio 11**

A [13.08.04]: nn ho le batterie

A [13.08.08]: della fotocamera

A [13.08.13]: e io quelle che ti mancano

A [13.08.21]: devo ancora scaricarle

→ B [13.08.32]: ufffffffffffffff

Tutti questi espedienti hanno un grande valore espressivo e informativo dal momento che sono tese a riprodurre le sfumature e i continui cambiamenti d'intonazione o di volume della voce, aumentando in questo modo l'intelligibilità di pensieri, stati d'animo e sentimenti.

Per quanto riguarda il secondo aspetto gli interlocutori, consci del valore della velocità di scrittura, ricorrono a diversi espedienti, tra cui l'abbreviazione delle parole, la sostituzione di alcune parole

attraverso numeri e simboli, l'utilizzo di acronimi e puntini di sospensione.

**Esempio 12**

A [13.28.38]: *ma dai andrà tutto bene*

B [13.28.55]: *spero*

® B [13.29.05]: *merc allora si gioca!!*

A [13.29.10]: *si dai si puo fare*

**Esempio 13**

® A [20.06.49]: *qnt potrò riposare, 15,20 giorni?*

B [20.07.01]: *credo di si*

→ B [20.07.16]: *+ o -*

**Esempio 14**

A [20.47.10]: *sai una cosa?*

B [20.47.21]: *no dimmi*

® A [20.47.28]: *secondo me 6 stata proprio brava*

Un'altra tendenza, infine, è quella di abbreviare le parole digitate semplificando alcuni gruppi consonantici in un'unica lettera foneticamente simile. Il fenomeno è particolarmente rilevante per il gruppo consonantico *ch*, spesso abbreviato con la lettera *k*, e per la preposizione *per*, ormai sostituita quasi sistematicamente dalla *x*. Lo stesso fenomeno si verifica anche quando la sillaba *per* fa parte di una parola, come ad esempio *sperare*, spesso contratto in *sxare*. Talvolta le due trasformazioni si fondono: è il caso della parola *perché*, spesso contratta in *xkè*.

**Esempio 15**

A [13.08.02]: *scusa se sono di poche parole*

A [13.08.02]: *è che sto un po' incasinata*

® B [13.08.13]: *ma no anch'io dovrei stare a studiare x domani....*

**Esempio 16**

A [19.50.48]: *seguirai?*

→ B [[19.50.54]: *si certo ke seguirò*

**Esempio 17**

A [14.51.05]: *:-(*

B [14.52.09]: *che faccino triste*

B [14.52.28]: *dovrei avercelo io il faccino triste*

→ A [14.53.11]: *faccio il faccino triste xkè so cosa vuol dire...*

**Esempio 18**

® A [13.21.43]: *madò ke casino psicologia*

B [13.21.49]: *hai fatto il test?*

A [13.22.00]: *no lo devo fare*

B [13.22.10]: *dove la fai?*

® A [13.22.11]: *xò sto studiando adesso*

A [13.22.19]: *psicologia*

Molti di questi espedienti linguistici stanno entrando lentamente nell'uso comune. Anche altri media utilizzano alcune abbreviazioni ormai standard (si pensi agli *sms* della telefonia cellulare), come *cmq* per comunque, *qnd* per quanto e *qnt* per quanto.

Una trattazione a parte meritano alcune abbreviazioni e acronimi tipici del mondo di internet e delle chat. Alcune di queste sono nate negli ambienti virtuali del già citato *IRC*: si tratta di acronimi che sintetizzano con pochi caratteri espressioni spesso utilizzate durante le conversazioni virtuali. Validi esempi possono

essere *a/s/l?*, acronimo di *age, sex and language?*, tipica domanda di esordio nelle stanze di chat anglofone per chiedere all'altro interlocutore età, sesso e lingua parlata; *morf?*, abbreviazione della "domanda fatidica" delle chat *male or female?*, ovvero "maschio o femmina?"; *lol*, infine, è l'acronimo di *laughing out loud*, cioè "sto ridendo a crepapelle".

Anche le chat italiane, dopo essere state per un po' di tempo soggette all'influenza terminologica operata dai più collaudati ambienti di conversazione sincronica americani, hanno sviluppato un proprio campionario di abbreviazioni e acronimi tipici. Oltre al classico *m o f?*, molto simile al corrispondente anglosassone, va citato l'ampio utilizzo della formula *da dove dgt?*, abbreviazione della domanda *da dove digiti?*.

#### 2.4 "Face to face" vs. comunicazione in chat: differenze strutturali.

Dal punto di vista conversazionale la CMC e le chat hanno dato vita ad una sorta di ibrido: si è sviluppata, infatti, una nuova forma di conversazione che avviene in tempo reale, attraverso un linguaggio prettamente scritto (Werry, 1996). La fusione tra oralità e scrittura,

caratteristico delle conversazioni in ambienti di chat, trasforma non solo il linguaggio, ma anche le stesse modalità di interazione fra i soggetti, che non sono e non possono essere le stesse della comunicazione faccia a faccia (Condon e Cech, 1996).

Lo studio condotto da Bonaiuto, Buffone e Castellana (2002) si propone di descrivere la struttura conversazionale propria dei testi realizzati in chat, spiegando le caratteristiche tecniche che influenzano l'interazione ed evidenziando le differenze con le modalità tipiche della comunicazione faccia a faccia.

Innanzitutto i software non permettono di visualizzare i caratteri man mano che vengono digitati durante la composizione di un messaggio; questo può essere letto sui monitor degli altri interlocutori collegati in rete solo dopo che chi lo ha composto ha premuto il tasto *invio*. In questa situazione l'interlocutore può non essere consapevole che anche l'altra persona sta scrivendo: si può assistere pertanto a fenomeni di *scrittura simultanea* (Bonaiuto, Buffone e Castellana, 2002). Come evidenziato da più ricercatori (Condon e Cech, 1996; Vallis, 2001), questo limite fa venir meno una delle regole fondamentali delle conversazioni faccia a faccia, ovvero

l'avvicendamento dei turni di parola durante l'interazione: mentre nelle conversazioni faccia a faccia è di norma che parli una persona per volta con un numero limitato di sovrapposizioni (Sacks, Schegloff e Jefferson, 1974), nei sistemi di chat la scrittura simultanea riduce i vincoli posti agli interlocutori in questo senso. L'effetto di questa situazione anomala è quello dell'*autoselezione indipendente e parallela*: “ogni interlocutore può prendere parola in modo parallelo e indipendente, senza rispettare necessariamente il turno dell'altro né assicurarsi che questi abbia terminato di parlare” (Bonaiuto, Buffone e Castellana, 2002: 105).

La *scrittura simultanea e l'autoselezione indipendente e parallela* hanno effetti interessanti sulle interazioni. In primo luogo nelle conversazioni in chat non sempre si riscontra la contiguità tra enunciati fisicamente vicini, che è tipica della conversazione naturale, dove solitamente ad un turno di parole ne corrisponde un altro dal contenuto pertinente e logicamente conseguente. Ad una prima lettura la conversazione avvenuta attraverso il sistema di chat può apparire

disordinata: due enunciati in realtà direttamente collegati possono trovarsi fisicamente lontani<sup>15</sup>.

**Esempio 19**

- (D1) A [18.38.10]: *hai sentito per caso quella tua amica che deve fare l'esame lunedì?*  
(D2) B [18.38.25]: *dici angela?*  
(R1) B [18.38.29]: *mmm no l'ho vista solo ieri*  
(D3) B [18.38.31]: *perchè?*  
(R2) A [18.38.34]: *si*  
B [18.38.36]: *(anzi... l'altro ieri)*  
(R3) A [18.38.47]: *perchè oggi il prof non ha ancora esposto l'elenco e volevo sapere se sapeva qualcosa...*  
A [18.38.55]: *ok fa nulla*

La conversazione ha inizio con la prima domanda (D1), a cui l'interlocutore risponde con una richiesta di specificazione della persona in oggetto (D2). L'interlocutore B, poi, decide di rispondere a (D1) senza che A gli fornisca l'informazione richiesta, e chiede spiegazioni circa la motivazione della prima domanda (D3). Solo in seguito compaiono a video la risposta a (D2) e a (D3).

L'esempio 19 mostra anche come nelle conversazioni attraverso chat la contiguità tra i turni di un medesimo *topic*<sup>16</sup> è spesso assente. La possibilità di mantenere aperti parallelamente più topic spinge gli interlocutori ad essere ridondanti, richiamando di volta in volta l'enunciato a cui si stanno riferendo, ripetendone ad esempio le parole.

---

<sup>15</sup> In analisi della conversazione si definiscono come *coppia adiacente* due enunciati il cui secondo è logicamente conseguente al primo. Esempi di coppie adiacenti sono *saluto/saluto*, *domanda/risposta*, *complimento/minimizzazione*.

<sup>16</sup> Si definisce *topic* una sequenza minima, costituita da almeno tre turni consecutivi di discorso monotematico, non prodotti da un unico parlante.



### **Esempio 20<sup>17</sup>**

A [12.48.18]: *però se li rappresentiamo di notte la difficoltà del secondo si nota di più*

(D1) B [12.48.49]: *difficoltà a fare cosa? A pescare?*

A [12.49.13]: *il primo è comodo nel suo letto a dormire, il secondo fa degli sforzi per rimanere sveglio e pescare, ma tutto questo però gli giova*

B [12.49.39]: *ok*

(D2) B [12.50.01]: *e gli sforzi, come li rappresentiamo?*

(R1) A [12.50.06]: *la difficoltà è nella voglia che ha il secondo di dormire tuttavia rimane sveglio*

(D3) B [12.50.30]: *bevendo caffè?*

(R2) A [12.50.57]: *gli sforzi possiamo rappresentarli con una nuvoletta anche per il secondo questa volta però con un letto*

B [12.51.12]: *carina come idea!*

(R3) A [12.51.15]: *Certo l'idea del caffè è carina*

In questo esempio risulta lampante che, per collegare enunciati fisicamente distanti ma collegati sequenzialmente, l'interlocutore A riprenda un termine della domanda di B per rispondere. Alla luce di questa caratteristica Renkema sostiene che in chat, a differenza delle conversazioni faccia a faccia, è possibile saltare continuamente da un argomento all'altro (Renkema, 1993). Per questo motivo più topic rimangono aperti anche quando ne vengono introdotti altri completamente nuovi: mentre in una conversazione faccia a faccia gli interlocutori hanno una memoria a breve termine di ciò che viene man mano detto, gli enunciati prodotti in chat rimangono visibili nella finestra di dialogo per un certo tempo, e alcune volte gli interlocutori

---

<sup>17</sup> L'esempio è tratto dal saggio *La struttura conversazionale della comunicazione scritta via chat-line*, a cura di Marino Bonaiuto, Cristina Buffone ed Elio Castellana, pag. 108, tratto da BONAIUTO, M. (A cura di) (2002), *Conversazioni virtuali: come le nuove tecnologie cambiano il nostro modo di comunicare con gli altri*, Milano: Alf@net.

hanno la possibilità di scorrere il testo per rivedere l'intera conversazione (Werry, 1996).

Nelle sessioni di chat l'eventuale presenza di pause percepite come particolarmente lunghe è attribuita al comportamento dell'interlocutore. Questo è ancora più vero con l'aumento della velocità e della stabilità di connessione a cui stiamo assistendo: in queste situazioni la risposta dell'interlocutore è attesa in tempi ragionevoli, e il ritardo di questa non è quasi mai imputata alla velocità e alla stabilità di connessione. Il mancato arrivo dei messaggi potrebbe quindi portare alla produzione di enunciati di sollecito, in quanto il soggetto li invia perché percepisce l'interlocutore come silente.

***Esempio 21***<sup>18</sup>

*A [12.15.07]: ok. Ho un'idea per rappresentare il lupo*

*B [12.15.13]: dimmi tutto*

*B [12.16.12]: ma quant è lungo?*

® *B [12.16.29]: ci sei?*

*B [12.16.43]: oooooooooohhh?*

*A [12.16.55]: possiamo far rivedere l'ultima scena dello spot di prima, poi compare la scritta "dieci anni dopo", e si vede lo stesso ragazzo più invecchiato e con molti meno capelli che rifà la stessa cosa in un altro bar con un'altra donna, poi la scritta "il lupo..."*

---

<sup>18</sup> L'esempio è tratto dal saggio *La struttura conversazionale della comunicazione scritta via chat-line*, a cura di Marino Bonaiuto, Cristina Buffone ed Elio Castellana, pag. 101, tratto da BONAIUTO, M. (A cura di) (2002), *Conversazioni virtuali: come le nuove tecnologie cambiano il nostro modo di comunicare con gli altri*, Milano: Alf@net.

In alcuni casi, come nell'esempio 21, il "silenzio" dell'altro è dovuto alla digitazione di un messaggio troppo lungo. In mancanza di segnali che indicano che l'altro sta scrivendo un messaggio, l'interlocutore può erroneamente interpretare il silenzio come assenza di questo. Al fine di ovviare a questo inconveniente gli interlocutori possono decidere di segmentare lo stesso turno in più sottounità, caratterizzate da una continuità che le lega l'una all'altra.

***Esempio 22***

*A [18.39.37]: come stai messa?*

*B [18.40.09]: ora ho finito di ripetere i due libri di teoria, mi faccio un pò di appunti e domani visconti.. poi domenica di nuovo todo da capo*

*A [18.40.35]: io sto conciato male*

*A [18.40.42]: sto iniziando a tentare l'ultima chance*

*A [18.40.48]: ovvero i miei famosi schemi*

*B [18.40.59]: dai tanto il voto non è importante*

La frammentazione del turno di parola può essere vista come strategia utilizzata dagli interlocutori fondamentalmente per due motivi: innanzitutto per evitare all'altro delle attese troppo lunghe, ma soprattutto per dargli una sensazione di continuità del flusso comunicativo. In questo modo l'interlocutore dà all'altro continue conferme della propria presenza nella conversazione, evitando eventuali impasse e rendendo più fluida l'interazione.

Parallelamente alle discussioni faccia a faccia, nelle conversazioni virtuali scritte gli interlocutori non possono fare a meno

di esprimere tutto ciò che trascende le mere parole scritte (Menges, 1996). Per questo motivo, come già ampiamente discusso nel paragrafo precedente, i chatters adottano una serie di strategie al fine di emulare elementi paralinguistici e mimica facciale, ovvero quel vasto campionario di segni propri della comunicazione non verbale che la limitata larghezza di banda impedisce di trasmettere per via naturale.

Gli espedienti prosodici e paralinguistici mostrano lo svilupparsi in rete di una forma di oralità scritta, capace di coniugare l'immediatezza dell'oralità con la permanenza della scrittura, all'interno di quello che sembra essere un vero e proprio nuovo registro linguistico. Se nella vita reale scrittura e oralità sono facilmente distinguibili, in Internet sembra esserci una mescolanza dei due elementi. Anche se il linguaggio utilizzato in chat può sembrare più ricco del previsto bisogna tener conto di una caratteristica molto importante: gli elementi non verbali della comunicazione in rete vengono nella maggior parte dei casi inviati coscientemente. Un sorriso può sfuggire inavvertitamente durante una conversazione faccia a faccia, ma una faccina sorridente deve essere digitata

deliberatamente per raggiungere il destinatario nelle conversazioni in chat.

### *2.5 La costruzione del Sé online*

Gli ambienti di conversazione virtuale rappresentano una sorta di teatro, un palcoscenico dove gli interlocutori possono mettere in scena i loro personaggi (Laurel, 1991).

Molti autori, quando si parla di identità online, non fanno a meno di citare il caso di *Julie* (Turkle, 1996; Wallace, 1999; Roversi, 2004).

Nel 1985 lo psichiatra Alex Graham inscena, su un newsgroup di New York frequentato soprattutto da donne, il personaggio di Julie, in seguito ad una conversazione online con una donna che l'aveva scambiato per un'altra donna. Graham rimase sbalordito dalle modalità della conversazione online, dal grado di intimità che facilmente si riusciva a raggiungere in questi ambienti: decise così di continuare a fingersi donna per poter conoscere meglio questo mondo.

Julie era una donna anziana e disabile: in seguito ad un incidente stradale era rimasta paralizzata e costretta a vivere su una sedia a rotelle. Questo alibi consentiva allo psichiatra di dimostrare l'esistenza di Julie solo tramite la sua presenza in Rete, in quanto nessuno si sarebbe mai aspettato che una persona del genere potesse avere una vita sociale. Durante le sue conversazioni virtuali Julie ha la possibilità di mostrare alle altre partecipanti del newsgroup la sua forte personalità, la sua sensibilità e la sua saggezza, tutte qualità che la rendono subito popolare: in poco tempo conquista la fiducia di molte altre donne che non esitano a confidarle le loro pene più profonde, ricevendone in cambio consigli e sostegno. Ad un certo punto il gioco comincia a farsi pesante: le relazioni si fanno così profonde che alcune delle sue amiche manifestano il desiderio di incontrare Julie di persona. Conscio del fatto che la mascherata era sul punto di essere scoperta, Alex Graham invia un messaggio sul newsgroup dicendo che Julie è stata ricoverata in ospedale in gravissime condizioni, firmandosi come marito della donna. A seguito di questo annuncio, il "marito" viene sommerso inaspettatamente da testimonianze di affetto e simpatia per la moglie. Non mancano offerte di sostegno economico e nomi di specialisti in grado di aiutarla. Molte donne vogliono sapere in quale ospedale è ricoverata Julie, per poterle

inviare fiori e lettere. Lo psichiatra fornisce il nome dell'ospedale dove lui stesso lavora e una persona telefona per avere conferma dell'indirizzo. L'ospedale risponde che tra i suoi ricoverati non c'è alcuna paziente che si chiama Julie Graham.

A differenza del mondo reale, dove ad corpo corrisponde un'identità, in Rete abbiamo la possibilità di presentare un'immagine di noi stessi che prescinde sia dai vincoli di ruolo che quotidianamente occupiamo nella vita reale, sia dai vincoli inerenti alla nostra fisicità. Nulla ci impedisce, negli ambienti virtuali, di essere ciò che vorremmo essere o diventare, di dare forma a uno dei nostri *Sé possibili* (Markus e Nurius, 1986). Anche se alcuni giudicano questo comportamento come un inganno da condannare senza esitazione, molti internauti vedono la comunicazione via computer come ambito ideale per trasformarsi, per dar vita a ciò che, per varie ragioni, non possono essere nella vita reale: costruiscono, in altre parole, quella che si può definire *identità virtuale*. Naturalmente non si tratta sempre di invenzioni ex-novo circa il Sé, di travestimenti dell'identità reale: molto spesso l'identità virtuale si basa semplicemente sull'idealizzazioni di alcuni tratti dell'identità, o sull'esibizione di alcune caratteristiche piuttosto che altre.

Questo processo di autocostruzione dell'identità è favorito dal fatto che gli ambienti della CMC sono percepiti come *terreni di gioco* (Roversi, 2004) che consentono alle persone di sperimentare nuove modalità di interazione e nuove forme di presentazione del Sé. Gli utenti sfruttano la condizione di anonimato tipica delle chat per manipolare, smontare e ricomporre a loro piacimento i pezzi principali della loro identità reale. Un utente davanti allo schermo si trasforma nella regina di Biancaneve: guardandosi allo specchio (o, per meglio dire, nello schermo) mette in risalto gli aspetti a suo giudizio più piacevoli della propria persona, e confida nel fatto che gli altri interlocutori li notino e apprezzino. Così come accade nella normalità, anche online gli interlocutori mirano a ridurre al minimo le differenze fra ciò che credono di essere e il modo in cui gli altri li percepiscono: con la differenza che, mentre nella vita reale una discrepanza fra come ci si vede e come si è visti può portare a tristezza o delusione, nei mondi virtuali è facile virare, cambiare modalità di presentazione, al fine di adattarsi alle aspettative dell'altro e aumentare la propria autostima. Per cui anche online la presentazione del Sé e le modalità di identificazione da parte degli altri utenti sono negoziate e plasmate mano a mano che procede il dialogo fra gli interlocutori.



La possibilità di nascondersi dietro l'anonimato e di fornire solo quelle informazioni circa la propria identità individuale e sociale, nonché circa il proprio aspetto fisico, che si vogliono volontariamente comunicare, consente di immergersi in una pluralità di scelte altrimenti preclusa nella vita reale.

L'esempio più evidente è dato dalla possibilità di mostrare un Sé migliore di quello della vita reale operando una sorta di *abbellimento virtuale* delle proprie caratteristiche fisiche e/o sociali (Roversi, 2004). Non è detto che tutti i chatters attuino strategie di questo tipo: alcuni possono ritenere più opportuno presentarsi semplicemente per quello che si è.

Entrare in una chat significa, quindi, esporsi ad un contesto in cui nulla circa gli altri è certo, prevedibile e affidabile: quando si "parla" con un soggetto per la prima volta non si sa mai con chi si ha a che fare.

Mentre in un contesto reale instaurare una relazione con una persona in una condizione del genere è impensabile, nel mondo delle chat rooms gli utenti sono consapevoli del fatto che non si può

confidare nell'affidabilità e nell'attendibilità dell'altro. In altri termini, in questi ambienti viene a mancare, a primo impatto, il sentimento della *fiducia* (Roversi, 2004). Questa viene conquistata pian piano, quando vengono aperti altri canali di comunicazione più personali che consentono di verificare più a fondo la verità degli interlocutori (e-mail, telefono, scambio di foto o conoscenza reciproca nella vita reale) o più semplicemente quando il rapporto in chat si protrae nel tempo, permettendo a ciascuno dei soggetti di acquisire più informazioni sull'altro.

Le prime interazioni sugli utenti si basano quindi non sulla fiducia, ma sulla *fede*: bisogna prendere per vero quanto viene detto e confidato. Essere increduli significa semplicemente non possedere il requisito minimo per poter aprire un dialogo con gli altri presenti.

### 2.5.1 *Nickname e pseudonimi*

La scelta del nickname è il primo passo da effettuare per costruire la propria identità in Rete. In alcuni sistemi di chat, dove è necessaria la registrazione al servizio, esso consente all'individuo di essere riconosciuto nel tempo dagli altri come entità fissa. In queste situazioni la scelta del nick può rappresentare un vero e proprio

battesimo virtuale, indispensabile per non essere più un “signor nessuno” ed entrare a far parte di una comunità virtuale. La scelta del nickname è dunque una scelta importante, in quanto deve rispecchiare in qualche modo, gusti personali, tratti di personalità o aspirazioni dell’utente<sup>19</sup>.

Uno studio di Bechar-Israeli<sup>20</sup> ha individuato, nella vasta gamma di nickname possibili, una serie di categorie ricorrenti. Queste categorie, come la stessa autrice commenta, sono piuttosto fluide: non di rado gli utenti decidono di battezzarsi con un nick includibile in più categorie, in modo tale da fornire agli altri diverse informazioni già a primo impatto.

Dal punto di vista quantitativo, la ricerca di Bechar-Israeli attesta che la strategia di gran lunga più utilizzata risulta essere quella di battezzarsi con un nick che rimanda a un tratto del carattere o della persona, o comunque un soprannome che riconduca a qualche

---

<sup>19</sup> A questo proposito può essere interessante verificare sul campo cosa spinge i chatters a scegliere un determinato nickname. All’indirizzo <http://digiland.libero.it/forum/viewtopic.php?t=181791> è possibile consultare un forum il cui topic è “Ho scelto questo nickname perché”.

<sup>20</sup> Cfr. BECHAR-ISRAELI, H. (1995), *From <Bonehead> TO <cLeNhEAd>, nicknames, play and identità on Internet Relay Chat*, consultabile all’indirizzo internet <http://www.ascusc.org/jcmc/vol1/issue2/bechar.html>

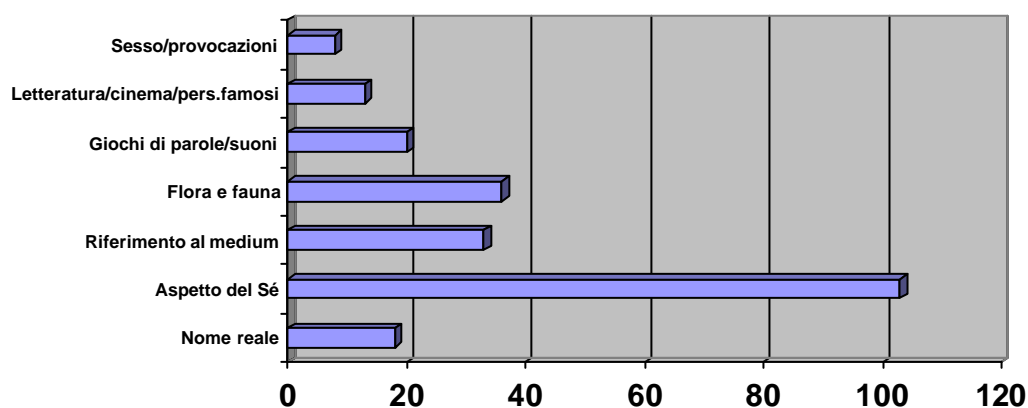
informazione specifica sull'identità (collocazione geografica, età o nome proprio).

**Tabella 1** Tipologia dei nickname utilizzati dagli utenti italiani delle chat room

favole, film, spettacoli televisivi o letterari	Dea_ARTEMIDE, nefertari.f, ulisse20003, capitan.nemo, DR:JEKYLL_O_MR.HYDE
flora e fauna	puma_rosso, blackwolf2002, RanocchiaAzzurra, micina2000_r, GABBIANO_LV, laguna_verde
personaggi famosi	CharlesRay, britneyspears1, benaffleck, bonovox
oggetti inanimati di vario tipo	ciambellinaalmiele, tappodadamigiana, cioccolata, Arsenico
un tratto del carattere o della persona	Babyseria, sognante_f, pensatrice, brunasensuale, teneronedgl03, BelloTenebroso
certi Paesi o città	chico_barese, misslondon, pugliesina
Età	antoinetta1984, Giacomo78, alexa82
una relazione	affascinante_sposato, sposato.for.sposata
una tecnologia informatica	microchip, SonDesktop, SmartCard
un metacommento del medium	Donna_senza_nicK, cisono5, E_SE_FOSSI_VERO
un gioco linguistico o tipografico	@_@, ^_^, F3d3riK0
Suoni	TamTam.Wooooow, Ahahaha
allusioni sessuali	cerco_porcelline, sexx_machine, fatinasexy
nomi propri	Simona20040, sono_eliana, Albertodgl
Provocazioni	S_A_T_A_N_I_K, OsamaBinLaden

**Fonte:** Adattamento da H.Bechar-Israeli, *From "Bonehead" to "cLoNehEAd"*

**Tabella 2:** Occorrenze dei nickname divisi in categorie omogenee



**Fonte:** H.Bechar-Israeli, *From "Bonehead" to "cLoNehEAd"*

### 2.5.2 *Genere e mutamenti di genere*

L'aneddoto di Julie Graham è stato utile per introdurre il complesso argomento della costruzione del Sé online. Sotto un'ottica più precisa il caso dello psichiatra americano è riconducibile ad un fenomeno non raro negli ambienti di conversazione sincronica, ovvero quello del mutamento di genere o *gender-switching*. Può capitare infatti di imbattersi in chat in una ragazza che si dichiara “sexy e disponibile”, interagire con questa e, proprio sul più bello, scoprire che si tratta soltanto di un burlone in cerca di chatters ingenui e creduloni. La questione è in realtà molto più complessa del semplice tentativo di ingannare gli altri sul proprio genere. E' una questione che rimanda, innanzitutto, al concetto di genere come costruzione culturale distinta e indipendente dal sesso biologico, concetto che in Rete trova le opportunità per essere vissuto da un numero ampio di persone.

Il genere è, congiuntamente all'età, l'aspetto più rilevante dell'identità sociale in Rete, specie nelle chat. In un contesto caratterizzato da una carenza cronica di informazioni sulle persone, è spesso routine da parte dei chatters chiedere per prima cosa all'interlocutore sconosciuto sesso ed età piuttosto che il nome. Da

queste categorie, per quanto generiche, gli utenti delle chat regolano il proprio comportamento verso gli altri e basano le proprie aspettative.

La sessualità in Rete è però qualcosa di diverso: gli utenti hanno la possibilità, garantiti dall'anonimato e favoriti dall'assenza della fisicità, di sperimentare sensazioni, emozioni e relazioni da un punto di vista "altro". Ad esempio un uomo, vivendo relazioni sociali con un'identità femminile, può prendere atto del paternalismo e dell'ipocrisia con cui spesso vengono accolte le parole di una donna presso il pubblico maschile; per una donna assumere un genere maschile può significare il coraggio di sperimentare forme di relazione non vincolate dagli stereotipi sulla sua natura, che le impongono dolcezza e sottomissione per essere catalogata come "ragazza per bene" (Paccagnella, 2000).

Tuttavia il ricorso al mutamento di genere non è sempre finalizzato allo sperimentalismo. Spesso questa strategia è utilizzata per puri fini funzionali: ad esempio l'uomo può fingersi donna per attirare maggiormente su di sé l'attenzione degli altri<sup>21</sup>, mentre una donna può fingersi uomo semplicemente per poter chattare

---

<sup>21</sup> *"Le domande poste da pseudonimi femminili hanno una percentuale di risposta molto più elevata di quelle poste da pseudonimi maschili o neutri"* (Paccagnella, 2000: 95).

tranquillamente senza essere continuamente importunate da attenzioni non richieste.

### 2.5.3 *Schedato per voi: i profili.*

Alcuni sistemi di chat, soprattutto quelli più diffusi e frequentati, offrono la possibilità di collegare al proprio nick una scheda, un *profilo*, contenente informazioni inerenti alla propria persona, reale o virtuale che sia. I profili rappresentano quindi un'offerta addizionale di informazioni sul chatter, al fine di alleviare il più possibile la sensazione di incertezza e di vuoto conoscitivo nei suoi interlocutori. I profili disponibili nelle diverse comunità online prevedono generalmente sempre gli stessi item, salvo leggere differenze riscontrabili da una comunità all'altra.

La scheda raffigurata nella figura 1 può rappresentare il prototipo di profilo ideale offerto dai vari servizi di chat disponibili online. La scheda contiene innanzitutto una breve lista di dati sociodemografici circa l'utente, a cui è possibile allegare un'immagine.

**SPAZIO  
PER LA  
FOTO**

**▶ dolcekicca83**

**Sesso:** F **Età:** 20  
**Nazione:** Italia  
**Reg:** Lombardia  
**Prov:** Milano  
**Città:** milano

Invia un messaggio

Guarda la fotogallery

Contatta su Cupido

L'utente è in chat!

Vai al sito web

Contatta via email

Ascolta la sua voce

Contatta con SMS

Casella vocale

Utente non attivo

Questa scheda viola i termini e le condizioni d'uso di Digliand? [Segnalacelo!](#)

**Tre cose che mi piacciono:**

- musica
- calcio
- coccole

**Tre cose che odio:**

- alcool
- gli egoisti
- i falsi

**Vorrei in regalo:**

- Un sacco di... baci
- Un peluches enorme!
- Una serata romantica

**Mi descrivo:**

sono una coccolona.....dolce e spero simpatica  
 fisicamente bionda, occhi scuri, 1.65, formosa!!

**Diario personale:**

L'utente non ha un **diario personale** ...

**Ultime visite:**

👤 <a href="#">poeta</a>	👤 <a href="#">maoneo</a>
👤 <a href="#">torello84</a>	👤 <a href="#">andyinthesky</a>
👤 <a href="#">fragolino44</a>	👤 <a href="#">Roddick.81</a>

**Figura 1:** Profilo di un partecipante della comunità Digliand-Libero

La seconda sezione del profilo è indicativa dei gusti del soggetto: nel caso specifico i partecipanti della comunità di Digiland-Libero possono scegliere liberamente ciò che dichiarano di amare/odiare, mentre i tre oggetti della voce “vorrei in regalo :” sono selezionabili da una lista di item appositamente predisposta. La terza parte del profilo



è, invece, a totale discrezione dell'utente: qui è previsto uno spazio in cui l'internauta può scrivere tutto ciò che ritiene più opportuno. Può descrivere più approfonditamente se stesso, oppure può più semplicemente invogliare gli altri a chattare con lui. La quarta ed ultima sezione include le ultime persone che hanno visitato il profilo di questo chatter.

I profili possono essere utilissimi per formarsi delle prime impressioni su un utente sconosciuto senza alcuna fatica: invece di ricorrere alle classiche strategie di approccio, basta un semplice click per disporre di notizie salienti circa un soggetto. Possono inoltre costituire delle spinte motivazionali per entrare in dialogo con una persona: prendendo come spunto la struttura del profilo esaminato come esempio, informazioni circa la provenienza del chatter, o circa la sua età, possono spingere un utente della sua stessa area geografica o della sua stessa fascia d'età a contattare il soggetto "schedato". Allo stesso modo la foto di un individuo di bella presenza può motivare chi guarda il profilo a contattare il proprietario, così come la somiglianza delle preferenze circa gli oggetti preferiti/odiati. Conoscere anche le caratteristiche degli utenti che hanno visualizzato in precedenza

questo profilo può inoltre essere utile per farsi un'idea del tipo di persona con cui quella interessata di solito interagisce.

Il profilo può rappresentare una sorta di vetrina, in cui il chatter mette in mostra tutto ciò che ritiene opportuno per destare interesse negli altri, vero o falso che sia. Tutte le strategie trattate sin ora, dall'abbellimento virtuale al gender-switching, non solo sono attuabili anche per mezzo dei profili, ma ne traggono addirittura vantaggio: a parità di abilità nella costruzione di un'identità virtuale molto distante da quella reale, quella supportata da un profilo ben congeniato risulta più credibile.

In tutte le comunità che offrono la possibilità di supportare l'identità virtuale con un profilo la sua compilazione resta comunque non obbligatoria: chi non ha voglia di scoprirsi più di tanto, o chi è semplicemente pigro, può sempre astenersi da questa pratica, anche se incorre nel rischio di risultare meno popolare, e quindi meno contattato, di chi invece decide di compilarlo.

#### *2.5.4 La fisicità virtuale: gli avatar.*

Gli avatar costituiscono un valido esempio di come la CMC sia in grado di supportare i Sé ideali degli internauti. Alcune chat bidimensionali o tridimensionali offrono ai chatters la possibilità di costruire online la propria fisicità virtuale tramite immagini più o meno dettagliate che hanno lo scopo di sintetizzare graficamente gli aspetti salienti del loro aspetto fisico. Anche in questo caso, naturalmente, nulla assicura che la costruzione dell'avatar da parte di un utente rispecchi la realtà: se da un lato un chatter può creare la propria fisicità virtuale sulla base di quella reale solo per entrare a far parte di una comunità che interagisce in ambienti digitali di tipo bidimensionale o tridimensionale, dall'altra parte può essere un'ulteriore strategia per chi desidera abbellirsi virtualmente, semplicemente per aumentare la propria popolarità o le proprie possibilità di interazione con gli altri.

#### *2.6 I rapporti significativi e le amicizie profonde...*

##### *2.6.1 nella vita reale...*

Le persone non possono vivere da sole: è ormai un fondamento della nostra cultura la concezione di persona come entità in continua tensione verso l'altro. Ogni individuo necessita della presenza

dell'altro per affermare la propria specificità, la propria natura, la propria dimensione. La sua esistenza non può che prescindere dalle sue relazioni con gli altri. La concezione di uomo come animale sociale esprime più di ogni altra l'impossibilità di scindere dalla natura umana il suo bisogno vitale di intessere relazioni di ogni tipo.

Lo studio delle relazioni come condizione sine qua non del genere umano ha interessato da sempre filosofi, sociologi, antropologi, esperti in comunicazione e psicologi. In particolar modo la psicologia sociale ha cercato di dare risposte razionali agli interrogativi circa la definizione di *relazione significativa* e i fattori che ne favoriscono in primo luogo la nascita, e in seguito la loro stabilità e permanenza nel tempo.

Secondo il modello teorico proposto da Kelley e Thibaut (1978), una relazione è significativa quando si basa su una forte interdipendenza fra i partner, dove per interdipendenza bisogna intendere la capacità di ciascun partner di influenzare l'altro in più contesti. Inoltre, affinché si possa parlare di relazione significativa, è necessario che tale influenza reciproca caratterizzi l'interazione da molto tempo. Le relazioni significative con le altre persone sono forse

le esperienze più coinvolgenti della nostra vita. Innamorarsi, avere dei buoni amici, andare d'accordo coi propri genitori, figli e fratelli sono cose estremamente importanti per tutti noi. Avere buoni rapporti con gli altri è ritenuto dalla maggior parte delle persone più fondamentale per la propria felicità di qualsiasi altra cosa nella vita (Campbell, Converse e Rodgers, 1976; Forgas, 1985).

Diverse teorie cercano di spiegare quali sono i motivi che spingono l'uomo a cercare con così tanta insistenza il rapporto con l'altro.

Secondo alcuni teorici (Forgas, 1985) la compagnia degli altri è in se stessa remunerativa e rinforzante. E' possibile che la nostra storia evolutiva ci abbia portati a considerare le altre persone come fonte di esperienze positive piuttosto che negative. Questa "esperienza di apprendimento" viene poi generalizzata a tutti i contatti sociali potenziali.

Secondo la *teoria del confronto sociale* (Festinger, 1954) la compagnia degli altri è necessaria in quanto, in mancanza di criteri oggettivi, essa costituisce una sorta di metro di giudizio in base al

quale è possibile valutare se stessi. Sotto quest'ottica la presenza dell'altro è importante perché il concetto del Sé che ciascun individuo interiorizza è frutto della mediazione fra le sue convinzioni circa la sua personalità e il modo in cui questa è percepita dagli altri.

La *teoria dello scambio sociale*, invece, suggerisce che l'uomo cerca la compagnia delle persone perché può ottenere ricompense e soddisfazioni maggiori collaborando con gli altri piuttosto che restando da solo. La presenza dell'altro, in questo caso, è funzionale al mero raggiungimento degli scopi individuali dell'uomo. Infine gli studi di Schachter motivano la ricerca del contatto con l'altro come strategia che le persone più ansiose attuano per ridurre, in alcune situazioni critiche, il loro stress emotivo (Schachter, 1959).

Restano a questo punto da spiegare quali sono i fattori che favoriscono la nascita delle relazioni. Le condizioni che portano alla interazione fra persone devono essere individuate in primo luogo nell'ambiente sociale e fisico.

Il primo e più intuitivo fattore è quello della *prossimità fra le persone* (Festinger, Schachter e Back, 1950): quanto più le persone

hanno possibilità di contatto, tanto è più probabile che queste decidano di instaurare fra di loro legami di amicizia. L'esperienza ci insegna che è molto probabile che rapporti di questo genere si creino, ad esempio, fra condomini (come appurato dall'esperimento di Festinger), fra compagni di scuola o fra colleghi di lavoro. La prossimità fisica e funzionale fra le persone, intesa come probabilità di avere contatti, comporta l'*aumento della familiarità* fra queste.

Zajonc (1968) parla, a questo proposito, di effetto di *mera esposizione*: aumentando la frequenza di esposizione ad uno stimolo (nel caso specifico delle relazioni, ad una persona) rende quest'ultimo più prevedibile e rassicurante, favorendo quindi l'associazione fra questo e un atteggiamento positivo.

D'altro canto due persone fisicamente vicine non necessariamente instaureranno un rapporto significativo: se così fosse non si potrebbero spiegare i vari casi in cui vicini di casa, colleghi di lavoro o due individui facenti parte dello stesso gruppo amicale vivono, nonostante la loro vicinanza, rapporti conflittuali e negativi.

Per andare d'accordo, ed eventualmente investire in una relazione significativa, un altro fattore fondamentale è la *percezione di somiglianza* fra i partner. Questo aspetto, che evidenze empiriche hanno dimostrato essere meno determinante rispetto alla prossimità fra i partner (Newcomb, 1961), è stato soggetto a due letture quasi simmetriche.

Byrne (1971) parla di *legge dell'attrazione*: gli individui percepiscono gli altri attraenti quando questi condividono le loro stesse opinioni. L'attrazione è in un certo senso collegata all'autostima: gli individui ricevono dagli altri il sostegno necessario per ritenere validi i loro punti di vista.

Rosenbaum (1986), invece, formula la *legge della repulsione*: gli individui non sarebbero attratti dalle persone con opinioni simili alle loro, ma sicuramente non lo sono da quelle con opinioni troppo diverse.

Il terzo fattore che entra in gioco nella fase di avvio delle relazioni è quello relativo alla *bellezza fisica* del partner. Le persone di bella presenza sono meno sole, più popolari, hanno maggiori abilità



sociali e più esperienza sessuale delle persone meno attraenti (Feingold, 1992). La bellezza fisica è stereotipicamente collegata ad altre qualità positive della persona, per cui da una persona gradevole fisicamente ci si aspettano solo comportamenti apprezzabili. Si parla, in questo caso, di *profezia che si autoavvera*: le persone attraenti hanno molte probabilità di ricevere feedback positivi da parte degli interlocutori, e ciò rafforza la loro competenza sociale (Garcia et al., 1991)

Dal momento dell'incontro fra due persone all'avvio di una relazione significativa intercorre una fase in cui assume grande importanza lo scambio delle informazioni su di sé. L'apertura all'altro (*self-disclosure*) non è solo una condizione necessaria per raggiungere una conoscenza reciproca approfondita, ma contribuisce anche alla percezione di attrazione reciproca. Le persone che si aprono più facilmente, infatti, sono più apprezzate di coloro che lo fanno meno; le persone tendono ad aprirsi maggiormente con coloro dai quali sono attratte; infine aprirsi ad una persona induce un maggiore apprezzamento di quest'ultima (Collins e Miller, 1994), L'avvio di questo scambio di informazioni intime è riconducibile ad una

tendenza individuale; infine l'iniziativa di uno dei due partner tende a indurre reciprocità nell'altro (Palmonari, Cavazza e Rubini, 2002).

### 2.6.2. ...e nelle chat

Dopo aver ampiamente descritto i fattori che determinano la nascita delle relazioni nei contesti reali, possiamo soffermarci su quello che, invece, accade negli ambienti virtuali.

In maniera piuttosto intuitiva possiamo facilmente supporre che le chat, insieme a tutti gli altri strumenti della CMC, costituiscano luoghi dove le caratteristiche intrinseche del mezzo favoriscono in modo anche piuttosto consistente la formazione di forti legami d'amicizia e il loro perdurare nel tempo.

La semplicità con cui le relazioni significative vengono strette all'interno dei contesti della CMC è da ricercare nell'intersezione fra i fattori che agevolano la costituzione di queste nella vita reale e le specificità tecniche del mezzo, che da limiti strutturali si trasformano in vere e proprie risorse.

1. *Prossimità vs. frequenza di intersezione.* Le chat annullano le distanze fisiche fra gli utenti. Vicini di casa o distanti

migliaia di chilometri, per interagire via CMC gli interlocutori compiono sempre e comunque la stessa azione: digitano sulla tastiera davanti ad uno schermo. La vicinanza fisica di una persona si traduce, pertanto, nella frequenza con cui questa si incontra in rete (Wallace, trad it., 2000). Frequentare la stessa chat, e parteciparvi attivamente, corrisponde a quello che nella vita reale è trascorrere del tempo nello stesso ambiente, per esempio la scuola o il luogo di lavoro. Gli Instant Messenger, da questo punto di vista, favoriscono questa sensazione di vicinanza “mediata”: queste applicazioni consentono di crearsi una lista di amici composte da tutti i contatti con cui abbiamo già interagito (cfr. par. 2) e di essere sempre aggiornati in tempo reale su chi di loro è collegato nel momento in cui anche noi ci colleghiamo.

2. *Attrazione fisica vs mancanza di contatto visivo.* Nella vita reale il grado di piacevolezza fisica di un individuo, la cosiddetta bella presenza, è in grado di influenzare le aspettative che gli altri hanno nei suoi confronti. Tutti gli aspetti del Sé ecologico (bellezza, modo di vestirsi, di muoversi, di atteggiarsi) possono influire sulla prima

impressione che viene formulata verso un soggetto. Se ci lasciassimo condizionare sempre da questa è evidente che tutte le persone che non rientrano nella nostra rappresentazione mentale di “bell’aspetto” verrebbero automaticamente tagliate fuori dalle nostre prospettive. I soggetti meno sicuri della propria piacevolezza fisica, nonché tutti coloro che preferiscono farsi giudicare da altri fattori che non siano quello meramente esteriore, giudicano più ideale l’ambiente delle chat per costituire rapporti significativi con gli altri proprio a causa della limitata larghezza di banda del mezzo. Non essere giudicati dall’apparenza, inoltre, può contribuire a rendere il soggetto, meno schiavo della propria immagine, più disinibito.

3. *Apertura all’altro.* L’anonimato e il minore autocontrollo possono favorire il rapido svilupparsi di forme di intimità tra gli utenti in quanto questi, meno condizionati da vincoli sociali e timori reverenziali verso l’altro legati ad attitudini personali (per esempio la timidezza), negli ambienti della CMC si comportano in maniera più disinibita. Persone che forse non si sarebbero mai degnate di uno sguardo sono più propense a raccontare aspetti del Sé privato che, in contesti

reali, avrebbero difficilmente svelato a persone non percepite come simpatiche.

4. *Il potere alle opinioni.* L'anonimato e la testualità tipica degli ambienti di chat rendono più salienti i contenuti della comunicazione. Sono questi a rendere interessante e attraente un interlocutore, mentre gli aspetti fisici e sociali passano totalmente in secondo piano. In questo contesto risulta più facile “dire la propria”. Risulta quindi più semplice scoprire quanto c'è di simile a me nell'altro a livello di opinioni, di atteggiamenti e di pensiero.

La facilità con cui si costituiscono i legami di amicizia online è da ricondurre al fatto che, così come accade per la sperimentazione del Sé, gli ambienti virtuali risultano luoghi ideali per la sperimentazione dei rapporti significativi (Wallace, 1999). I rapporti di amicizia online, anche se possono rivelarsi molto intensi, comportano costi più bassi dal punto di vista socio-emotivo, in quanto complessivamente sono minori le risorse del Sé che vengono messe in gioco. Ciò fa sì che costituire una relazione online sia percepita come cosa molto più semplice, così come interrompere un rapporto per iniziarne un altro non è visto come esperienza così difficoltosa come nella realtà.

## CAPITOLO TERZO

### LA PAROLA AI CHATTERS

#### *3.1 Obiettivi ed ipotesi: perché un'indagine sulle chat?*

L'analisi degli ambienti della comunicazione mediata da computer è stata foriera di una lunga serie di modelli teorici di carattere socio-psicologico, i quali hanno messo in evidenza gli aspetti caratteristici di questi “mondi virtuali” e le loro ripercussioni sulle interazioni e sui rapporti fra utenti che vi si creano all'interno. In particolar modo nell'ultimo paragrafo del precedente capitolo è stato posto l'accento sulle differenze che intercorrono fra gli aspetti che favoriscono la nascita delle relazioni nella “vita reale” e quelli che, invece, ne incoraggiano lo sviluppo negli ambienti di chat.

La trattazione teorica delle relazioni significative in chat ha voluto evidenziare come, se da un lato gli individui hanno in qualche modo superato i limiti intrinseci del mezzo escogitando stratagemmi e rielaborandone il linguaggio - si parla, in questo caso, di ricorso all'*oralità scritta* (Bonaiuto, Buffone e Castellana, 2003) - dall'altro lato le caratteristiche del mezzo influenzano la percezione dell'altro e i rapporti con questo. L'anonimato e la testualità delle chat sembrerebbero in grado di semplificare e velocizzare i normali

processi che, nella vità reale, portano all'instaurazione di rapporti di amicizia intimi. Questa ipotesi è stata dimostrata anche in laboratorio: lo studio condotto da Lee Bian Hian<sup>1</sup> sui rapporti mediati da computer ha evidenziato che il grado di intimità fra due individui che interagiscono in chat aumenta molto più velocemente rispetto a quanto accade nelle interazioni faccia a faccia, e questo è ancora più vero quando gli individui hanno maggiori possibilità di incontrarsi, così come già postulava la teoria *hyperpersonal* (Walther, 1994).

Questo lavoro, invece, cerca di ottenere risposte all'interrogativo "Cosa favorisce il formarsi delle relazioni in chat?" direttamente dalla *voce scritta* degli utenti, senza ricorrere ad alcuna simulazione di laboratorio. Una strategia investigativa di questo tipo permette innanzitutto di conoscere gli *atteggiamenti* degli internauti verso le amicizie che nascono online: sarà quindi possibile effettuare una prima divisione fra chi vede la chat come *paradiso delle amicizie*, luogo ideale per conoscere e instaurare rapporti stretti con le persone, e chi invece giudica questi ambienti come *palcoscenici della finzione*,

---

<sup>1</sup> Cfr. BEE HIAN, L. (2004), *Getting to know you: exploring the development of relational intimacy in Computer-mediated Communication.*, consultabile all'indirizzo internet <http://www.ascusc.org/jcmc/vol9/issue3/detenber.html>

dove ciò che più conta è *presentarsi altro* per come si vorrebbe essere e non *presentarsi-all-altro* per come si è.

Saranno le *argomentazioni* utilizzate dagli utenti a svelare quali sono le *motivazioni* che orientano i loro atteggiamenti, positivi o negativi che siano, verso le amicizie nate nei contesti virtuali; sarà quindi possibile verificare quali sono, a detta dei chatters, le caratteristiche degli ambienti di chat che più favoriscono/impediscono lo sviluppo di relazioni significative, in modo da trovare riscontri con la proposta teorica analizzata sinora.

Un'analisi più approfondita delle affermazioni dei chatters, per concludere, svelerà il loro grado di *coinvolgimento* nelle interazioni mediate da computer: l'uso di particolari marcatori del discorso, che in maniera figurata avvicinano l'oggetto del discorso all'interlocutore, l'adozione di tecniche di *embrayage*<sup>2</sup> piuttosto che di *débrayage*<sup>3</sup> e il ricorso a *metafore* sono propri di un individuo pienamente coinvolto nelle pratiche della chat e nei suoi risvolti interpersonali. D'altronde lo

---

<sup>2</sup> Per tecniche di *embrayage* si intendono quelle strategie enunciative utilizzate dal parlante per evidenziare il suo coinvolgimento verso ciò che dice. Esporre un argomento parlando in prima persona è un valido esempio di *embrayage*.

<sup>3</sup> Per tecniche di *débrayage* si intendono quelle strategie enunciative utilizzate dal parlante per sottolineare la validità oggettiva di ciò che dice. Esporre un argomento parlando in terza persona è un valido esempio di *débrayage*.



stesso ricorso, come strategia argomentativa, alle esperienze personali può essere indicativo del grado di coinvolgimento dell'individuo nei rapporti interpersonali in chat.

### 3.2 *La raccolta dei dati*

I dati necessari allo svolgimento dell'indagine sono stati raccolti utilizzando uno degli strumenti della comunicazione online a cui si è già accennato in questo lavoro: il *forum* di discussione.

La natura di questo strumento permette di simulare, in contesti mediati, un'intervista di gruppo<sup>4</sup>: così come accade nella *real life*, infatti, tramite un forum è possibile scoprire quello che gli utenti che decidono di rispondervi pensano, sentono o sanno circa l'argomento in oggetto di discussione. Gli utenti, inoltre, hanno la possibilità di leggere le risposte degli altri, citarne una ed esprimerne il parere su questa o rivolgersi direttamente a chi ha "preso parola" per chiedere spiegazioni, per contestare, appoggiare o integrare la sua visione. I partecipanti hanno l'occasione di ascoltarsi/leggersi l'un l'altro e di essere quindi sollecitati verso nuove intuizioni o a sviluppare più chiaramente le proprie idee (Baldassarre, 2000).

---

<sup>4</sup> Per una trattazione completa del metodo dell'*intervista di gruppo* consultare MORGAN, D.L. (1998), *Focus Groups as Qualitative Research*, Newbury Park: Sage.

Il significato di ciò che viene espresso dai soggetti è la risultante di un processo di negoziazione fra i partecipanti, i quali mettono in gioco le loro conoscenze e le loro opinioni sull'oggetto in discussione al fine di far prevalere la propria visione su quella degli altri. La scelta del forum come strumento per raccogliere i dati necessari all'indagine è stata dettata anche da una ragione più squisitamente pratica: l'argomento in questione necessitava soggetti che possedevano esperienze dirette della CMC, e in particolar modo delle chat e delle relazioni di amicizia che possono nascere in questi ambienti. Il reclutamento di "opinionisti" effettuato tramite il forum ha permesso di ottenere risposte da individui effettivamente interessati e coinvolti nell'argomento *amicizie online*, il che ha positivamente influito sulla qualità e sulla pertinenza degli interventi, in molti casi sorprendentemente ricchi ed emblematici.

Il forum è stato aperto nelle pagine della community di *Digiland-Libero*<sup>5</sup>, comunità virtuale fra le più *popolate* del nostro Paese. La scelta non è stata casuale: a questo forum può accedere soltanto chi è registrato alla comunità, che fra i suoi servizi prevede, oltre al forum, un consistente sistema di chat rooms. E' molto

---

<sup>5</sup> Consultabile su <http://digiland.libero.it/forum/viewtopic.php?p=923940&highlight=#923940>

probabile quindi che gli individui che sono intervenuti al forum hanno avuto in precedenza qualche esperienza in chat.

Il post<sup>6</sup> che apre il forum è il seguente:

Ciao ragazzi, mi chiamo Lino, sono uno studente in scienze della comunicazione c/o l'Università degli Studi di Bari...

Sono prossimo alla Laurea Triennale... Ho scelto come argomento, per la mia tesi in Psicologia della Comunicazione, le Chat Line e i rapporti interpersonali... Ho bisogno di conoscere le vostre opinioni e magari anche le vostre esperienze sulle amicizie in chat.

Siete liberi di dirmi tutto ciò che volete... Ripeto la domanda:

*COSA PENSI DELLE AMICIZIE IN CHAT?*

Rispondetemi in tanti!!!!

Ciao Lino

L'approccio diretto e in prima persona mira ad ottenere, da parte dei soggetti, risposte ugualmente dirette e personali: non interessavano risposte dettate da criteri di desiderabilità sociale, da attese valutative o trattazioni stereotipate dell'argomento, ma argomentazioni valide e personali, frutto dell'esperienza dei soggetti. La piena libertà accordata agli interessati vuole essere un'ulteriore spinta a raccontare, senza alcuna limitazione, la propria esperienza. Si è cercato di rendere saliente l'operato dei soggetti, presentando il progetto a cui avrebbero aderito rispondendo al quesito ed esortandoli alla collaborazione. Tutto ciò è stato predisposto affinché i soggetti

---

<sup>6</sup> Per *post* si intende un messaggio lasciato su un forum.

percepissero la loro partecipazione simile ad uno scambio di opinioni *fra amici*, e non come un *esame*, al fine di non condizionarne la spontaneità degli interventi: non a caso non è stato fatto cenno ad alcun giudizio di valore in merito all'oggetto in questione.

Tramite il forum istituito su Digiland sono state raccolte, nel giro di 3 giorni<sup>7</sup>, 19 testimonianze: per comodità di analisi le integrazioni di alcune risposte, scaturite dall'interazione avvenuta fra chi ha partecipato al forum, sono state accorpate con l'intervento originale.

### *3.3 La metodologia applicata: l'analisi del discorso*

La natura discorsiva dei dati raccolti attraverso il forum di *Digiland-Libero* e gli obiettivi iniziali dell'indagine hanno reso necessario l'adozione di strategie di tipo qualitativo per effettuare l'analisi dei contributi dei soggetti. Non si è voluto soltanto quantificare i pro e i contro sull'argomento oppure semplicemente misurare gli aspetti delle interazioni in chat più percepiti dai soggetti, ma si è cercato di andare oltre: dalle dichiarazioni dei soggetti si è voluto inferire il grado di coinvolgimento degli internauti verso gli

---

<sup>7</sup> Dal 14 al 17 settembre 2004.

ambientati di chat e soprattutto verso i rapporti di amicizia nati in questi contesti virtuali. Per meglio valutare questi aspetti le risposte degli utenti sono state analizzate utilizzando la tecnica dell'Analisi del Discorso, concentrando l'attenzione sulle modalità con cui i soggetti organizzano e presentano la loro visione del fenomeno (Mantovani e Spagnolli, 2002; Mazzara, 2002; Spagnolli, 2003; Mininni, 2003).

L'*Analisi del Discorso* (AD) è un metodo di analisi che studia il modo in cui le espressioni sono organizzate in un discorso e la sua conseguente funzione comunicativa. A differenza delle precedenti strategie di analisi, che studiavano le produzioni linguistiche a livello semantico o sintattico, l'AD fa dipendere il significato di ciò che viene detto dai parlanti dalla funzione pragmatica che svolge nel contesto in cui è prodotta: in definitiva cerca di spiegare perché, fra tante opzioni possibili, il parlante decide di esprimersi in un certo modo piuttosto che un altro. L'AD rende il riferimento al contesto un elemento fondamentale nella costruzione del significato, e fa derivare semantica e sintassi dagli usi del linguaggio. Questo perché non sempre è possibile risalire ad un significato certo di una espressione (livello semantico), così come un'espressione formalmente corretta ma dai

molteplici significati può essere ambigua in un determinato contesto (livello sintattico).

L'AD è una tecnica di ricerca per l'interpretazione soggettiva, procedurale e qualitativa della struttura profonda della comunicazione (Annese e Mininni, 2002; Mininni, 2003):

1. *Soggettiva* perché questa analisi rende saliente la possibilità che diversi ricercatori, anche se posti dinanzi allo stesso ambito discorsivo disponendo degli stessi strumenti concettuali d'analisi, possono raggiungere risultati differenti. Questa possibilità non è un punto debole, bensì un vero e proprio punto di forza.
2. *Procedurale* perché, non osservando la produzione linguistica dall'esterno ma ponendosi nella stessa ottica del parlante, mira ad analizzare il processo di attribuzione di significato piuttosto che il suo esito.
3. *Qualitativa* perché, secondo la prospettiva gestaltica, il livello d'analisi si sposta dai singoli elementi che compongono il senso al discorso, che diventa l'unità di base della comunicazione.

Una volta chiarito l'obiettivo dell'indagine, che nel caso qui in esame consiste nel verificare l'atteggiamento e il grado di coinvolgimento dei soggetti verso le amicizie in chat, e raccolti i dati necessari per l'analisi che si intende compiere, l'AD prevede una fase di studio dei testi tesa a individuare gli aspetti più ricorrenti nelle produzioni discorsive che hanno rilevanza per gli interrogativi di partenza. E' questa la fase in cui l'occhio del ricercatore deve focalizzare la sua attenzione, ad esempio, sulle *metafore*<sup>7</sup> presenti nelle produzioni linguistiche dei soggetti, sui *marcatori*<sup>8</sup> del discorso oppure, più in generale, sul programma discorsivo, narrativo o argomentativi, utilizzato dal parlante per esporre la sua opinione. A questo punto occorre elaborare delle ipotesi capaci di far comprendere il senso di tali regolarità, "*mostrando la coerenza interna tra le congetture proposte e le conferme provenienti dai segmenti discorsivi*" (Mininni, 2003: 77). Nell'ultima fase viene redatto il testo che presenta i risultati della ricerca, illustrando con uno stile letterario le tematiche emerse dall'analisi e la congruità di queste con la proposta teorica iniziale.

---

<sup>7</sup> "Meccanismo cognitivo-linguistico che, attivando un ragionamento analogico tra ambiti concettuali diversi così da realizzare una transazione di contesti, mira a rinnovare la categorizzazione della realtà, fisica e sociale." (Mininni, 2003: 99).

<sup>8</sup> Particolari metafore di *orientamento* che posizionano "fisicamente" il parlante rispetto all'oggetto in discussione.

### *3.4 I risultati dell'indagine: il chatter-pensiero*

Le risposte dei chatters al quesito hanno ben definito la loro visione generale sugli ambienti di chat e sui rapporti di amicizia online. Ovviamente non è stato riscontrato un pensiero unico, ma sono state rivelate alcune precise tendenze, ovviamente affiancate da posizioni orientate verso direzioni diverse. Le stesse distinzioni possono valere anche per i diversi modi di esprimere le opinioni riscontrate in fase di analisi delle produzioni testuali dei soggetti. Così come preannunciato all'inizio, i risultati dell'indagine verranno analizzati sotto diversi punti di vista.

#### *3.4.1 Atteggiamenti*

In linea di massima l'atteggiamento verso la chat e i rapporti che si creano fra gli utenti risultano positivi. Un risultato di questo tipo era prevedibile, considerando il contesto in cui l'indagine è stata svolta, in quanto la registrazione ai servizi di Digiland-Libero rende disponibile l'accesso sia al forum che alle chat rooms: era molto probabile che la domanda posta agli utenti del forum riscuotesse l'interesse di chi le chat le vive con più frequenza. Non sono mancati comunque i pareri contrari.



Una buona fetta di utenti non percepisce *alcuna differenza fra il mondo reale e quello delle chat*. Nelle 19 dichiarazioni analizzate questo aspetto emerge in maniera piuttosto lampante in 8 casi, in quanto sono gli stessi chatters a mettere sullo stesso piano i due mondi. Ogni soggetto, però, giustifica questa visione in maniera diversa:

Alcuni utenti pongono l'amicizia come *valore universale*: più che annullare le differenze fra mondo reale e mondo virtuale, questa visione pone sullo stesso piano i rapporti che nascono nei contesti reali a quelli che, invece, nascono in chat. Questi utenti considerano la chat come un modo alternativo per avvicinarsi alle persone, facendo comunque presente che la possibilità di frequentare nella vita reale una persona incontrata in chat rende l'amicizia più forte.

***Estratto 1***

Un'amicizia è un'amicizia che sia nata via lettera o via chat o dal vivo, certo sono tipi diversi di amicizia e si hanno rapporti diversi anche per il fatto che c'è un tipo di frequentazione diversa e in chat non c'è il condizionamento che magari si può avere da un rapporto dal vivo. Un amico è un amico e sia in chat che nella vita reale si può rimanere delusi o trovarsi bene. Cmq credo che un amico resti sempre un amico e non ci sia molta differenza (anche se un po' ce n'è) tra amico reale o amico trovato in chat anche se il conoscersi dal vivo rende l'amicizia più forte visto che si condividono insieme esperienze di vita reali... (Soruaam)

Altri utenti mettono in risalto una generale *diffidenza verso l'altro*, a prescindere dal contesto in cui si entra in contatto con le altre

persone. Secondo questi utenti la chat e il mondo reale non hanno differenze sostanziali in quanto reputano possibile restare delusi di una persona appena conosciuta sia in contesti reali che in contesti virtuali. Ritorna in questo caso il concetto di *fede* come elemento determinante per validare i rapporti online (v. cap.2 par.5): chi è falso online, chi mente circa la propria identità, sarà certamente una persona falsa anche nella vita reale.

***Estratto 2***

[...] 1 XSONA SE SI RIVELA FALSA IN KST MONDO LO E' ANKE NELLA REALTA'...E FA MALE ALLA STESSA MANIERA ..ALMENO X ME E' KOSI'...  
(Chrilly)

***Estratto 3***

cosa penso delle amicizie nate in chat?  
che ce vole culo anke li .... se ce l'hai te trovi ad essere affiancato da persone meravigliose che si possono trasformare in amici reali o potrebbero rimanere solo parole scritte o meravigliose voci legate a un filo del telefono .... se nn hai culo puoi trovare anche quello/a che te fa star male ....  
(nalya)

***Estratto 4***

LEGGI LA MIA RISPOSTA KE AVEVO DATO IN KUESTO SONDAGGIO.....

RIPETO SE 1 XSONA E' FALSA KUA LO E' ANKE FUORI....

KREDI KE 1 XSONA POSSA REGEGRE BUGIE X MOLTI ANNI KUA?? .....MA KE KAVOLO SPARI

(Chrilly)

Altri utenti, invece, percepiscono i due mondi uguali nei rapporti, preferendo quelli virtuali per conoscere gente perché, date le caratteristiche del mezzo, risulta in questo contesti più semplice. In questo caso le chat sono viste come ambienti sicuri, che donano *sicurezza di Sé* agli utenti più timidi nella vita reale.

### ***Estratto 5***

io penso che in chat si incontrano delle persone con cui è bello parlare di tutto senza nascondersi nulla, magari questo dopo un po che ci si parla assieme.. 😊...x me poi è stato particolarmente, oltre che divertente ❤️😊, utile, poichè ho riiniziato a chattare nel periodo + brutto della mia vita..., ma oltre questo x quanto riguarda l'amicizia, penso anche che probabilmente, molte persone, tipo me, che nn hanno molti amici o quasi nessuno, kesso x motivi di timidezza imbranataggine o semplicemente xkè sono un po orsi, riescono invece in una chat a superare questi ostacoli, ed ad esprimersi piu liberamente.

1 volta scrissi un post in cui dicevo che la chat è kome la vita reale, si ride si scherza, ci si arrabbia, ci si emoziona, avolte qualcuno si innamora, propio come la vita reale...che magari qualcuno nn ha mai vissuto veramente fino in fondo.

(franz70)

Gli altri utenti che hanno manifestato un atteggiamento positivo verso la chat vedono questa solo ed esclusivamente come un *mezzo* utile per conoscere persone nuove. In alcuni casi, queste persone fanno esplicitamente notare che la persona deve affrontare l'esame della conoscenza nel mondo reale per poter essere investito della qualifica di amico.

### ***Estratto 6***

allora.. cosa penso delle amicizie in chat... sono particolari. Quando conosci per la prima volta una persona in chat capisci subito se è il caso di andare avanti o mollare lì. Ci si può inventare tutte le personalità possibili ed immaginabili, ma penso che prima o poi quella reale esca sempre. Conoscere qualcuno solo attraverso internet ti dà un vantaggio in più. Si va oltre l'aspetto fisico, la "prima impressione". Parli con persone che forse non avresti mai considerato nella tua vita, scopri nuovi mondi, certe volte si cresce. Certo se ne incontrano di tipi strani, pervertiti, o semplicemente strani, e bisogna stare molto attenti soprattutto se s vuole andare oltre la semplice chattata. Io posso dirti che uno dei miei più cari amici l'ho conosciuto su internet e grazie a lui e sempre su internet ho incontrato la persona + importante e speciale della mia vita. Una bella fortuna :) La chat ti offre inoltre la possibilità di nasconderti, di non essere costretta a dire tutto di te, di come stai, di come ti senti... e questo è un vantaggio... e poi... non so... ci si sente anche più liberi di dire ciò che si vuole, anche

cose che di persona non si ha il coraggio di rivelare. Tutto ciò che costruisci in chat avrà cmq un riscontro nella realtà.

Altro vantaggio a mio parere è conoscere gente di fuori, stranieri, entrare in contatto con la loro cultura e anche perfezionarsi nella conoscenza della loro madrelingua.

beh penso che possa bastare qui :)

ciao

Sam

(Blueseas)

### ***Estratto 7***

internet è uno strumento valido, se usato bene. puoi fare tante cacate con internet, ma puoi cavarne anche delle grandi cose.

una persona "deficiente" (dove x deficienza intendo la mancanza di qualcosa) utilizzerà male internet e di conseguenza la chat line: la utilizzerà come tappabuchi dei suoi vuoti sociali o di pensiero; un mezzo di comunicazione mirato solo al raggiungimento di quello che può costituire un sovversivo per la sua vita.

a me piace relazionare con la gente: riesco a far amicizia ovunque ce ne sia l'opportunità. e con questo non intendo dire che ho bisogno di altri amici.

dunque penso: se stando in una piazzetta si riesce ad avvicinare un perfetto sconosciuto, magari con la scusa di una sigaretta, che possa dar luogo ad una conversazione, xkè la chat line dovrebbe esser vista come un mezzo più perverso?

allo stesso modo avvicino uno sconosciuto, allo stesso modo lo avvicino xkè esteticamente può interessarmi (nella fattispecie della chat ci sarebbe la foto), e, dopo averlo avvicinato, allo stesso modo è il fattore "personale" a prevalere: il tono della sua conversazione.

x me la chat è un MEZZO per conoscere gente che non ho ancora avuto il piacere di conoscere personalmente. x me la chat è stato un mezzo x conoscere gente che tutt'ora frequento.

è dovere di ognuno di noi coltivare un rapporto umano, che abbia anche solo delle belle premesse.

non importa come ci viene regalato: cogliamolo al volo e basta, xkè se ne vedono pochi davvero!

(Giuliapreincipe)

I detrattori delle chat mettono invece in risalto i *limiti tecnici del mezzo* e le loro *conseguenze*. La limitatezza della larghezza di banda, e quindi l'impossibilità di trasmettere alcune informazioni di carattere non-verbale, non servirebbe adeguatamente un sentimento tanto alto come l'amicizia. Inoltre l'anonimato e la mancanza di regole sociali

da rispettare avrebbe due effetti negativi su chi chatta: da un lato gli utenti delle chat sarebbero destinati alla solitudine, in quanto tenderebbero a preferire gli ambienti virtuali come luogo di socializzazione fittizio per superare facilmente i propri tabù derivanti da timidezza ed insicurezza. D'altro canto conoscere persone di cui non si sa nulla e che giocano a sembrare piuttosto che ad essere può essere addirittura pericoloso per l'utente che si è fidato.

***Estratto 8***

Ritengo che i contatti via rete siano di fatto dei contatti fra una persona e se stessa, o meglio fra una persona e la propria proiezione. Manca il suono, l'immagine, l'odore, il contatto, direi anche il sapore, cioè tutto quello che è semplicemente umano, ed è questo il vero problema per cui nel 99% dei casi quando due persone si incontrano rimangono deluse. Inoltre il vero guaio è che questo sistema facilita enormemente la possibilità di incontro e invoglia le persone (soprattutto i timidi e le persone chiuse) ad utilizzarlo, proprio per la sua facilità, come unico sistema, rendendole incapaci di instaurare rapporti, io dico "normali", si potrebbe dire "naturali" con gli altri e può quindi relegarli alla solitudine. Saluti.

(Uomonormale7)

***Estratto 9***

L'amicizia in chat??? certo che no. Credo che il valore dell'amicizia sia il più importante di tutti e nn si può limitare ad uno schermo ed una tastiera. Certo è un mezzo di comunicazione rapido veloce semplice; magari anche un mezzo x conoscere gente nuova ma l'amicizia è un'altra cosa... ha bisogno di un sacco di cosa che la chat non ti dà, nn ti può dare x ovvi motivi. L'amicizia vive di noi e non di uno schermo!!!

Ciao lino... in bocca al lupo

(ginadigomma)

***Estratto 10***

La gente non si conosce assolutamente in questo modo e ne sono fermamente convinto. In questo modo....si conosce solo un pezzo....e precisamente quello che vorremmo essere....

(cupidononesiste)

### 3.4.2 *Caratteristiche della chat*

Il senso comune è portato a credere che l'unico aspetto saliente degli ambienti di chat sia la totale assenza di ogni riferimento all'aspetto fisico degli utenti, e che sia questa la molla principale che facilita le interazioni in questi contesti virtuali. Leggendo le parole degli utenti, invece, risulta chiaro come la caratteristica che più orienta l'atteggiamento positivo nei confronti della chat sia la percezione del *distacco* dalla vita quotidiana. La mancanza di vincoli oggettivi rende gli utenti più disinibiti, favorisce le confessioni private più intime, fa esplorare campi del proprio Sé altrimenti inesplorati in contesti normali. La spinta ad aprirsi di più verso l'altro coinvolge l'interlocutore in una spirale in cui anch'esso tenderà a concedersi di più, e quindi a risultare più "simpatico".

#### ***Estratto 11***

certo è facile nascondersi dietro un nick e fingere di essere ki si vuole ..ma essendo + difficile essere sicuri della sincerità di ki sta dall'altra parte del monitor rende le vere amicizie a mio avviso + solide di quelle reali..oltretutto il distakko ke apparentemente crea il monitor rende + liberi di raccontare tutto di sfogarsi..anke a volte il non conoscere le persone di cui si parla da parte dell'interlocutore favorisce gli sfoghi personali ke alla fine venendo ascoltati trovano terreno fertile x aiutarci a superare alcune situazioni.

(sweetbizkit)

#### ***Estratto 12***

caro amico mio secondo me l'amicizia in chat serve a sicuramente a conoscere nuova gente.è vero che c'è gente che utilizza questo oggetto solo per sfogare in qualche modo la propria perversione sessuale ma tanti altri la utilizzano sicuramente al fine di ampliare le proprie conoscenze e xkè no scrivere qualcosa che magari di persona nn si riesce ad esporre...se poi chattando si scoprono tante cose comuni magari può nascere una amicizia

bella o qualcosa di più.in bocca al lupo per l'indagine.la tua amica  
carmelita. 😊  
(Carmelita84)

### 3.4.3 *Come lo spiego? Le strategie argomentative*

Sono diverse le strategie argomentative utilizzate dai chatters per difendere i loro punti di vista. Da un lato vi è la tendenza a far valere la propria opinione elencando una serie di espressioni che ne validano la correttezza. Dall'altro lato gli atteggiamenti vengono supportati citando *casi personali*.

Una strategia molto diffusa nei chatters è quella di elencare una serie di elementi che sostengono la loro opinione, preceduti però da un elemento in contrasto introdotto con un *marcatore di relazione* (certo, sicuramente) o con un *attenuatore* (forse, è vero che). Tutte queste strategie mirano a rendere *credibile* il discorso, è valgono sia nel caso in cui l'atteggiamento verso l'oggetto del discorso è positivo:

#### ***Estratto 13***

certo è facile nascondersi dietro un nick e fingere di essere ki si vuole ..ma essendo + difficile essere sicuri della sincerità di ki sta dall'altra parte del monitor rende le vere amicizie a mio avviso + solide di quelle reali...oltretutto il distakko ke apparentemente crea il monitor rende + liberi di raccontare tutto di sfogarsi..anke a volte il non conoscere le persone di cui si parla da parte dell'interlocutore favorisce gli sfoghi personali ke alla fine venendo ascoltati trovano terreno fertile x aiutarci a superare alcune situazioni.  
(sweetbizkit)

#### ***Estratto 14***

caro amico mio secondo me l'amicizia in chat serve a sicuramente a conoscere nuova gente. è vero che c'è gente che utilizza questo oggetto solo per sfogare in qualche modo la propria perversione sessuale ma tanti altri la utilizzano sicuramente al fine di ampliare le proprie conoscenze e xkè no scrivere qualcosa che magari di persona nn si riesce ad esporre...se poi chattando si scoprono tante cose comuni magari può nascere una amicizia bella o qualcosa di più.in bocca al lupo per l'indagine.la tua amica carmelita. 😊

(Carmelita84)

sia quando è negativo:

#### ***Estratto 15***

L'amicizia in chat??? certo che no. Credo che il valore dell'amicizia sia il più importante di tutti e nn si può limitare ad uno schermo ed una tastiera. Certo è un mezzo di comunicazione rapido veloce semplice; magari anche un mezzo x conoscere gente nuova ma l'amicizia è un'altra cosa... ha bisogno di un sacco di cosa che la chat non ti dà, nn ti può dare x ovvi motivi. L'amicizia vive di noi e non di uno schermo!!!

Ciao lino... in bocca al lupo

(ginadigomma)

Sul versante narrativo, invece, ampio spazio è dato alle *esperienze personali*. In maniera più o meno esplicita e precisa raccontare la propria vicenda supporta le tesi dei soggetti, i quali nel caso di opinione positiva faranno ampi cenni ad esperienze positive, anche dettagliate. Nel caso di opinione negativa, i soggetti possono accennare a qualche caso in cui un'amicizia in chat è stata fonte di problemi. In nessun caso sono presenti contemporaneamente esperienze positive e negative.

#### ***Estratto 16***

x me le amicizie di chat esistono e quelle "vere" sono molto forti.. vedi me e claudia ❤️

(sweetbizkit)



### ***Estratto 17***

IN KUESTO MONDO HO KONOSCIUTO XSONE KE NN SAPREI PIU' FARNE A MENO FANNO PARTE DI ME...DELLA MIA KUOTIDIANITA'... LA MIA DOLCISSIMA AMORA AZZURRA KONOSCIUTA ANKE DI XSONA.... ❤️ E KE E' STATA LA 1 XSONA KE HO KONOSCIUTO IN KST CHAT.... ❤️ LA SUA FRAGILITA' E' UNIKA...E IO NN SMETTERO' MAI DI LASCIARLE LE MIE MANI... 🌹👉👈

POI C E' ROSSELLA MIA SORE' VIRTUALE MA KE LA KONSIDERO KOME KUELLE VERE KE HO....E' IL MIO SOLE KE SA FAR RISPLENDERE SEMPRE I SUOI RAGGI IN ME ❤️

POI ANDANDO IN ORDINE HO KONOSCIUTO IL MIO ANGELO DI NOME ROSA... ❤️ LEI E' LA MIA ANKORA... IL MIO DIARO...LA BOTTIJA A FORMA DI KUORE KE BATTE X I MIEI PENSIERI...LA MIA META'.... ❤️ LA MIA ALA DEX



POI HO KONOSCIUTO KATERINA... ❤️ ARRIVATA NELLA STANZA X KASO ...DAPPRIMA STAVA SEMPRE ZITTA ...SEMBRAVA SEMPRE AVER PAURA DI DISTURBARE...MA IN SILENZIO SI E' KONKUISTATA IL SUO POSTO KOME AMIKA NEL MIO KUORE... ❤️ SE L ASKOLTI DI SFUGGITA NN SEMPRE SI KAPISCE KE LA SUA SENSIBILITA' E FRAGILITA' STA' NEI SUOI SILENZI... ❤️ LA PAZZOIDE DI AYLÀ.... 🍷❤️ KE AL POMERIGGIO KUANDO CI RITROVIAMO HAHAHAHAHAHHAHA SI SALVI KI PUO'...

SI' INSOMMA....X ME L AMICIZIA HA 1 SIGNIFIKATO IMPORTANTE.... (Chrilly)

### ***Estratto 18***

Molte volte si va anche oltre le amicizie infatti io sono fidanzata da + di un anno con un ragazzo conosciuto qui... devo ringraziare questo mondo per tante cose...per aver conosciuto persone veramente straordinarie e per aver conosciuto il mio amore...

(Auroras77)

### ***Estratto 19***

stavo per mandare all'aria un matrimonio per le chat.....o meglio...per chi era "dall'altra parte".

(cupidononesiste)

## ***3.4.4 Coinvolgimento***

Il coinvolgimento dei soggetti nelle chat e nelle amicizie che vi nascono è l'ultimo punto d'analisi. Sono tanti gli indicatori che ci permettono di misurare il livello di coinvolgimento di un utente in base alle risposte date. Un primo segnale di forte coinvolgimento è dato dall'utilizzo, anche in contesti diversi da quello delle chat, di tutte le strategie iconiche e linguistiche proprie di questi ambienti. Un

forte utilizzo di abbreviazioni e di emoticon è tipico di chi ha fortemente interiorizzato questa modalità di linguaggio.

### ***Estratto 20***

ciao lino, io penso che in chat si incontrano delle persone con cui è bello parlare di tutto senza nascondersi nulla, magari questo dopo un po che ci si parla assieme.. 😊...x me poi è stato particolarmente, oltre che divertente ❤️ 😊, utile, poichè ho riiniziato a chattare nel periodo ± brutto della mia vita..., ma oltre questo x quanto riguarda l'amicizia, penso anche che probabilmente, molte persone, tipo me, che nn hanno molti amici o quasi nessuno, kesso x motivi di timidezza imbranataggine o semplicemente xkè sono un po orsi, riescono invece in una chat a superare questi ostacoli, ed ad esprimersi piu liberamente.

1 volta scrissi un post in cui dicevo che la chat è kome la vita reale, si ride si scherza, ci si arrabbia, ci si emoziona, a volte qualcuno si innamora, proprio come la vita reale...che magari qualcuno nn ha mai vissuto veramente fino in fondo.

👉auguri x la tesi  
(franz70)

### ***Estratto 21***

Ciao lì,

le amicizie in chat le reputo kome quelle reali, forse si ha ± la possibilità di nascondersi però se qlc inizia un'amicizia kon correttezza, perkè pensare ke sia finta solo perkè nn è iniziata in un pub o tra i banki di scuola ma per via etere?

Qui ho konosciuto tante persone, ovviamente le amicizie instauratesi hanno una portata diversa kosì kome nella realtà ma la gioia di aver trovato ki a km di distanza ti pensa, ti fa sentire parte integrante della sua vita, ke ti kiede aiuto... e ke se sei triste o altro, nn ti manda via, o peggio nn ti kiede di fingere perkè pur volendo, se ne accorgeerbbe da kome scrivo... e poi quando entrano dentro di te.... nn c'è ± distinzione... cominci a voler bene e questo ti akkompagna sempre, a pc acceso e a pc spento...

Nel mio cuore ci sono le persone ke okkupano un posto speciale, nn le nomino perkè lo sanno perkè di loro nn ne farò mai a meno perkè altrimenti sarei una persona a metà... 🍷

(classis)

### ***Estratto 22***

DI KUEST ARGOMENTO CI SAREBBE DA PARLARNE ALL INFINITO....  
CHATTO DA 3 ANNI E MEZZO...MI PIACE CHATTARE... 🌹  
PARLARE....ASKOLTARE....RIDERE.... 😊KOSA KE MI RIESCE MOLTO BENE ....  
😊VISTO KE NELLA MIA TASTIERA LE LETTERE KE KONSUMO SEMPRE  
PRIMA SONO LE HAHAHAHAHA 🤪  
KREDQ KE IN KUESTQ MONDO TANTO MAGIKQ SI POSSANO INSTAURARE  
DEI LEGAMI AFFETTIVI NN DA POKO... 🌹

ESATTAMENTE KOME FUORI...LE AMICIZIE KUA POSSONO RIVELARSI FALSE O VERITIERE....DURATURE NEL TEMPO... ❤️  
1 XSONA SE SI RIVELA FALSA IN KST MONDO LO E' ANKE NELLA REALTA'...E FA MALE ALLA STESSA MANIERA ..ALMENO X ME E' KOSI'...  
KONSIDERO KUESTO MONDO PARTE DI ME...

L'utilizzo di *deissi* denotano maggiore prossimità con l'oggetto in discussione. In particolare l'utilizzo dei pronomi personali, di aggettivi dimostrativi o di alcuni avverbi enfatizzano il senso di coinvolgimento di alcuni utenti verso i contesti virtuali. Specie quando si parla di chat come *mondi paralleli*, vi è a volte la tendenza di usare l'aggettivo dimostrativo *questo*, o gli avverbi *qui*, *qua*, *dentro*. Le strategie di *embrayage* svolgono altrettanto efficacemente la stessa funzione.

### ***Estratto 23***

le amicizie in chat le reputo kome quelle reali, forse si ha + la possibilità di nascondersi però se qlc inizia un'amicizia kon correttezza, perchè pensare ke sia finta solo perchè nn è iniziata in un pub o tra i banki di scuola ma per via etere?

Qui ho konosciuto tante persone, ovviamente le amicizie instauratesi hanno una portata diversa kosì kome nella realtà ma la gioia di aver trovato ki a km di distanza ti pensa, ti fa sentire parte integrante della sua vita, ke ti kiede aiuto... e ke se sei triste o altro, nn ti manda via, o peggio nn ti kiede di fingere perchè pur volendo, se ne accorgeerbbe da kome scrivo... e poi quando entrano dentro di te... nn c'è + distinzione... cominci a voler bene e questo ti akkompagna sempre, a pc acceso e a pc spento...

Nel mio cuore ci sono le persone ke okkupano un posto speciale, nn le nomino perchè lo sanno perchè di loro nn ne farò mai a meno perchè altrimenti sarei una persona a metà... 🍷

(classis)

### ***Estratto 24***

DEL RESTO LA PUREZZA DI 1 XSONA LA KONOSCI DAI SUOI OKKI... E KUA DENTRO LA PUOI RIKONOSCERE NN DA KUEGLI STESSI OKKI VISIVI MA DA KUELLI DELL ANIMA... ❤️

(Chrilly)

Il ricorso alle *metafore* può essere un altro valido criterio per inferire sul grado di coinvolgimento degli utenti verso le chat. Dalle analogie proposte dai soggetti tra le chat e le amicizie e ambiti concettuali diversi possiamo rinvenire atteggiamenti positivi/negativi degli utenti e, ancora una volta, prossimità o distanza di questi nei confronti delle chat.

***Estratto 25***

lo skermo è un essere inanimato, comincia ad animarsi perchè siamo noi ke lo facciamo vivere....  
(Classis)

***Estratto 26***

POI C E' ROSSELLA MIA SORE' VIRTUALE MA KE LA KONSIDERO KOME KUELLE VERE KE HO...E' IL MIO SOLE KE SA FAR RISPLENDERE SEMPRE I SUOI RAGGI IN ME ❤️ POI ANDANDO IN ORDINE HO KONOSCIUTO IL MIO ANGELO DI NOME ROSA... ❤️ LEI E' LA MIA ANKORA... IL MIO DIARO...LA BOTTIJA A FORMA DI KUORE KE BATTE X I MIEL PENSIERI...LA MIA META'... ❤️ LA MIA ALA DEX 🌟  
(Chrilly)

***Estratto 27***

Le Chat: Sono come....le malattie.....basta proteggersi.....  
(cupidononesiste)

Inoltre possiamo sfruttare le caratteristiche tecniche dello strumento utilizzato per l'indagine, il forum, per evincere che chi è maggiormente coinvolto dalle chat tende ad intervenire maggiormente nella discussione, a valutare le opinioni proposte dagli altri, a sollecitare spiegazioni, integrazioni, specie quando l'intervento chiamato in causa discosta, completamente o solo per alcuni aspetti, dal suo atteggiamento. E' emblematico il caso di Chrilly: il soggetto

che ha evidenziato il maggior grado di coinvolgimento in base a quanto detto finora è anche il quello che più interviene all'interno del forum, spesso con toni polemici nei confronti degli altri, o solo semplicemente per valutare le dichiarazioni dei suoi compagni d'indagine.

**Estratto 28**

TREMITO 🗣️🗣️ INFATTI CIO' KE HAI MENZIONATO TU NN E' AMICIZIA MA KOJONAGGINE E FALSITA' ALLO STATO PURO... 🗣️🗣️ IL TEMA E' AMICIZIA.....OVVIO KE SE UNO MENTE... 🗣️ NN POTRA' ESSERE CERTO AMIKO 🗣️

**Estratto 29**

GIULIA MOLTO BELLA DAVVERO LA FRASE FINALE... 🙌🌹🌹🌹

**Estratto 30**

🗣️ XKE' KREDI KE SE AVESSI INKONTRATO NEL REALE L ALTRA .... NN AVRESTI POTUTO MANDAR LO STESSO A MONTE IL MATRIMONIO???

VOTO = 0 🗣️🗣️🗣️🗣️ RITENTA

### 3.5 Conclusioni: vari modi di intendere una chat

L'analisi dei risultati dell'indagine ci permette di concludere questo lavoro con un preciso disegno di come gli utenti si pongono dinanzi alle chat. Sulla base di un continuum che va da un atteggiamento completamente positivo ad uno completamente negativo nei confronti del mondo virtuale possiamo suddividere gli utenti in quattro fasce:

1. *Utenti che vedono la chat come un mondo ideale.* Questa categoria evidenzia un forte coinvolgimento verso le chat e

verso le amicizie di chat tale da supportare l'idea che, per loro, questa sia una dimensione a parte, un mondo ideale ove l'unica cosa saliente è costituita dai rapporti fra anime, pensieri e parole. In particolar modo è evidenziato il valore alto delle amicizie online, capaci di eliminare le distanze e di far sentire ciascun utente meno solo e più considerato. Gli utenti che hanno questa visione hanno mostrato un atteggiamento di difesa qualora altri soggetti invalidassero il loro modello di riferimento o anche solo uno dei suoi aspetti. Preferiscono parlare del loro mondo utilizzando strategie di tipo narrativo, col fine di amplificarne le emozioni suscitate.

2. *Utenti che vedono le chat come specchio del mondo reale.*

Gli utenti di questa categoria sono convinti che le stesse regole che organizzano i rapporti nel mondo reale siano alla base di quelli che possono nascere nelle chat. La fede nella sincerità dell'altro è la parola d'ordine di questi utenti: chi mente online certamente sarà falso anche in contesti reali. Sono consapevoli dei limiti del mezzo e dei loro inconvenienti, ma questi diventano tali se e solo se la persona che sta dall'altra parte dello schermo è così

meschina da approfittarsene. Chiamati ad esporre la loro opinione sul mezzo, il loro discorso mescola sapientemente argomentazioni e esperienze personali, mentre non c'è traccia di espressioni che denotano alto coinvolgimento verso questi mondi.

3. *Utenti che vedono le chat come funzionali al mondo reale.*

Sono questi gli utenti che vedono le chat solo ed esclusivamente come *mezzo*. Come tale, la chat è un ottimo viatico per la conoscenza di nuove persone, ma ciò non basta: il nuovo aspirante amico deve necessariamente essere sondato anche nella vita reale. Si è consci del fatto che le caratteristiche tecniche della chat possono occultare alcuni aspetti della personalità dell'altro, anche se questa non ne è consapevole. La costruzione del loro discorso riguardo le chat è quasi totalmente ancorato alle argomentazioni.

4. *Utenti che vedono le chat come distorsioni del mondo reale.*

Le chat sono facili strumenti di inganno: ognuno può essere ciò che vuole, perciò i rapporti che vi si creano non sono rapporti fra persone ma rapporti fra immagini di persone.

Inoltre le caratteristiche tecniche della chat, economizzando le spese emotive necessarie per avvicinare l'altro, rendono socialmente pigri gli utenti, e ciò favorirebbe processi di desocializzazione e di isolamento che interesserebbero soprattutto i soggetti che hanno più difficoltà a socializzare. I discorsi di questi utenti sono chiaramente argomentativi, e mirano tutti ad enfatizzare le caratteristiche tecniche del mezzo a dispetto di quelle di chi chatta.



## CONSIDERAZIONI FINALI

### CHATTO O NON CHATTO? QUESTO E' IL PROBLEMA

Questo lungo viaggio è finalmente giunto al termine. Ho concluso il terzo capitolo presentando quelli che sono, secondo la mia analisi, i modi in cui un sempre più numeroso gruppo di persone percepisce l'universo-chat. Ma quale sarà la visione vera? Chi è nel giusto? Chi sbaglia completamente? Parafrasando un vecchio detto popolare, concedetemi questo gioco di parole: la verità sta... nel *mezzo!*

Io penso che la chat (e, allargando il campo, internet in generale) sia un mezzo di comunicazione, e come tale è, parafrasando McLuhan (1964), un'estensione dei nostri sensi, in quanto ci permette di "guardare immagini" e "ascoltare suoni" fisicamente molto distanti da noi. Fatta questa dovuta introduzione aggiungo subito che Internet/le chat sono un'immagine della realtà, una mediazione di questa, e non una realtà percepita direttamente dai nostri sensi. Per cui un rapporto di amicizia legata solo ed esclusivamente all'ambiente chat è, a mio avviso, un'immagine, una mediazione, anche perchè è a sua volta un rapporto fra immagini di individui, fra individui mediati,

individui che riflettono in uno specchio magico l'immagine che vogliono dare di se stessi, e non la propria.

Ma demonizzare a priori la chat non riecheggerà in qualche modo un errore di valutazione tipico dell'uomo contemporaneo, che consiste nel cadere nella trappola del cosiddetto *determinismo tecnologico*? Questa visione ipotizza lo sviluppo della tecnologia come causa dello sviluppo storico e sociale; è questa l'ipotesi a cui si fa riferimento quando il diffondersi di Internet e delle chat viene fatto salire sul banco degli imputati come indiziato numero uno, presunto colpevole di “diminuizione dei contatti sociali”, “deindividuale” e “desocializzazione”. Sappiamo però che in realtà non è così, perché qualsiasi mezzo, anche il più potente, non ha una forza pervasiva tale da condizionare miliardi di persone ad un livello così intimo. E' necessario che il sistema sociale che accoglie un nuovo mezzo di comunicazione sia pronto a farlo. E' probabile che il rapido sviluppo di Internet e degli strumenti ad esso collegati sia l'ultima fase di un processo di evoluzione altrettanto rapido dei mezzi di comunicazione, avvenuto nel XX secolo, che ha dato sempre più valore alla *velocità* della comunicazione, rendendola sinonimo di *qualità*.

Concludo asserendo che la chat è un ottimo strumento per entrare in contatto con mondi e persone nuove, ma che per parlare di amicizia è necessario far sbocciare il fiore di questo sentimento nel mondo reale, trapiantandovi il seme che nasce dall'incontro virtuale. L'amicizia, come tutti i sentimenti, deve necessariamente vivere in un contesto senza mediazioni "tecnologiche". Non è una rappresentazione, è la vita.

## BIBLIOGRAFIA

BECHAR-ISRAELI, H. (1995), *From <Bonehead> to <CloNehEAd>: Nicknames, Play and Identity on Internet Relay Chat*. Journal of Computer Mediated Communication, disponibile su <http://www.ascusc.org/jcmc/vol1/issue2/bechar.html>

BEE HIAN, L. (2004), *Getting to know you: exploring the development of relational intimacy in Computer-mediated Communication*. Journal of Computer Mediated Communication, disponibile su <http://www.ascusc.org/jcmc/vol9/issue3/detenber.html>

BELLINO, F. (1997), *Persona e ragionevolezza*, Bari: Levante editori.

BELLONI, M. C. (2002), *La comunicazione mediata*, Roma: Carocci.

BONAIUTO, M. (A cura di) (2002), *Conversazioni virtuali: come le nuove tecnologie cambiano il nostro modo di comunicare con gli altri*, Milano: Guerini e associati.

BOSNA, E.; TRISCIUZZI, L.; BOSNA, C. (2003), *Profili di psicopedagogia del linguaggio e della comunicazione*, Bari: Editrice Proto.

DEFLEUR, M. L. ; BALL-ROKEACH S. J. (1989), *Theories of mass communication*, (5th ed.), New York: Longman (ed. it. a cura di N. Rizzi, tr. it. di B. Fenati, *Teorie delle comunicazioni di massa*, Bologna 1995: Il mulino).

FORGAS, J. P. (1985), *Interpersonal behaviour: the psychology of social interaction*, Sidney, Oxford: Pergamon Press (tr. it. *Comportamento interpersonale: la psicologia dell'interazione sociale*, Armando 1989: Roma).

GALIMBERTI, C.; RIVA, G. (1997), *La comunicazione virtuale. Dal computer alle reti telematiche: nuove forme di interazione sociale*, Milano: Guerini.

HIMANEN, P. (2001), *The hacker ethic and the spirit of the information age*, New York: Random house (tr. it. di F. Zucchella. *L'etica hacker e lo spirito dell'età dell'informazione*, Feltrinelli 2001: Milano).

JAKOBSON, R. (1963), *Essais de linguistique générale*, Parigi: Minuit (tr. it, *Saggi di linguistica generale*, Feltrinelli 1985: Milano).

LIGORIO, M. B. (2002), *Guida alla comunicazione virtuale*, Napoli: Idelson-Gnocchi Editori.

MANTOVANI, G. (1995), *Comunicazione e identità : dalle situazioni quotidiane agli ambienti virtuali*, Bologna: Il Mulino.

MANTOVANI, G. (1995), *L'interazione uomo-computer*, Bologna: Il Mulino.

MANTOVANI, G.; SPAGNOLLI A. (A cura di) (2003), *I metodi qualitativi in psicologia*, Bologna: Il Mulino.

METITIERI, F.; MANERA, G. (1997), *Incontri virtuali: la comunicazione interattiva su Internet*, Milano: Apogeo.

MAZZARA, B. (A cura di) (2002), *Metodi qualitativi in psicologia sociale*, Roma: Carocci.

MCLUHAN, M. (1964), *Understanding media; the Extensions of Man*, New York: New American Library (tr. it. di E. Capriolo *Gli strumenti del comunicare: Mass media e società moderna*, Milano 2002: Net).

MININNI, G. (2000), *Psicologia del parlare comune*, Bologna: Grasso.

MININNI, G. (A cura di) (2002), *Virtuale.com; la parola spiazzata*, Napoli: Idelson-Gnocchi Editori.

MININNI, G. (2003), *Il discorso come forma di vita*, Napoli: Guida.

PACCAGNELLA, L. (2000), *La comunicazione al computer*, Bologna: il Mulino.

PALMONARI, A.; CAVAZZA, N.; RUBINI M. (2002), *Psicologia sociale*, Bologna: il Mulino.

PRAVETTONI, G. (2002), *Web psychology*, Milano: Guerini e Associati.

ROVERSI, A. (2000), *Chat line: luoghi ed esperienze della vita in rete*, Bologna: il Mulino.

ROVERSI, A. (2004), *Introduzione alla comunicazione mediata da computer*, Bologna: il Mulino.

SPAGNOLLI, A. (2003), *Analisi del discorso*, dispensa disponibile sul sito <http://weblearn.psy.unipd.it/>.

TROIANO, M.; PETRONE, L. (2001), *Chat: incontri e scontri dell'anima*, Roma: Editori riuniti.

TURKLE, S. (1996), *Life on the screen: Identità in the Age of the Internet*, New York: Simon and Schuster (tr. it. di B. Parrella, *La vita sullo schermo. Nuove identità e relazioni sociali nell'epoca di Internet*, Milano 1997: Apogeo).

WALLACE, P. (1999), *The psychology of the internet*, Cambridge: Cambridge University Press (tr. it. di F. Delucchi, *La psicologia in Internet*, Milano 2000: Raffaello Cortina Editore).

## TITOLI DI CODA

Sono tante le persone che devo ringraziare... C'è chi mi ha dato tanto, c'è chi mi ha dato anche solo un briciolo del suo tempo, ma senza il loro apporto di certo non sarei quello che sono ora:

Alla prof..ssa Amelia Manuti  
che con grande disponibilità mi ha sopportato/supportato in questi ultimi mesi

Ai miei genitori  
loro mi sopportano da una vita...

A Loredana  
per essere stata la musa ispiratrice di questo lavoro e per il suo aiuto inaspettato

Alla mia famiglia intera  
che riesce a farmi sentire grande

A Peppo, Gaetano, Tonino  
fratelli, non amici

A Vanny, Carmen, Stefy, Giusy  
perchè se non ci fossero bisognerebbe inventarle

A Iaia  
per le bellissime illustrazioni e per l'altrettanto bellissima amicizia

Ad Angelo  
per avermi fatto pervenire tre preziosissimi libri direttamente da Siena

A Daniela  
dimostrazione vivente che le amicizie in Rete possono anche esistere...

A Samy  
una persona speciale che forse ho scoperto troppo tardi

Ad Annita  
sia perché lei c'era all'inizio di questo viaggio,  
sia perché si impara molto anche dalle storie finite male

A Davide, CiCravina, Valerio, Willy, Marina, Fonsino, Squalo, Tommy,  
Pistrikkio, Anna, Santacruz, Valentina, Rocco (a cui noi vogliamo tutti bene),  
Gino, Gabriele, Ernesto, Francafca, Ale, Alessia, Roby, Roberta,  
Claudio, Mariana, UGnor, Pinto, Andrea Buono, Dott. Guerra,  
Mudù, Gianfranco, Papazzuott, Zacca Zacca, Ale Stella, Egidio  
perché gli amici nella vita bisogna saperli scegliere... ed io sono stato fortunato

A Emilia, Enzo, "to deep" Savio, Saria, Simona, Agostina, Mimma, Tiziana, Silvio, Vale,  
Lorenzo, Dario, Mariangela Fiore, Alessandro, Annina, Antonella, Angela De Vincenziis, Sissi,  
Angela Accettura, Claudio, Valeria, Schirone, Francesca, Vittoria, Stefano, Viviana, Antonio,  
Corrado, Maria Luisa, Don Vito, LadyMary, Milena, Pacuccia, Claudia, Stefania, Narraccio,  
le Gemelle Del Vecchio, Lisa, Benny, Mariangela Lattarulo, Carmela, Carmen, Emma, Marco,  
Miriam, Andrea, Alberto, Lello, Marco, le Charlie's Angels (MariaGrazia, Antonella e Valentina)  
ottimi colleghi, ma soprattutto ottimi amici

A Pino, Claudia, Sante, Michele, Grazia, Maria Elena, Silvia  
È stato bello studiare (e far finta di studiare) insieme a voi in Corsano

A sweetbizkit, soruam, chrilly, texas8, clasiss, Azzurraa71, nalya, franz70,  
uomonormale7, bluesea, ginadigomma, cupidononesiste, sary91, il.poeta.guerriero,  
L.AngeloDalleAliNere, Auroras77, Tremito\_d\_amore, Carmelita84, giuliaprencipe  
Non solo presenze virtuali, ma aiuti concreti per la mia tesi

A Dio  
il più importante di tutti... Se 24 anni fa non gli fosse  
balzato in testa di farmi nascere ora di certo non sarei qui