

4. Gli uomini parlano come le donne? L'italiano e le differenze di genere su Facebook

Martina Anfuso

4.1. Uomini e donne: due lingue diverse?

Uomini e donne parlano due lingue diverse? Gli studi condotti nell'ambito delle differenze linguistiche di genere sembrano confermare questa ipotesi. Tuttavia, non si può fare a meno di notare che la ricerca in questo campo non è rimasta del tutto immune agli stereotipi e ai pregiudizi. Inoltre, sono ancora molte le domande in sospeso: le differenze linguistiche di genere esistono davvero? Se sì, quali sono? È vero che gli uomini dicono più parolacce e che le donne usano più formule di cortesia?

Un altro aspetto da considerare è che la maggior parte delle conoscenze che abbiamo sull'argomento sono frutto dell'analisi di testi scritti o orali. Tuttavia, grazie ai nuovi mezzi di comunicazione, ogni giorno "digitiamo" una quantità impressionante di testi; che si tratti di un tradizionale SMS, di un commento sui social o di un messaggio in chat, la comunicazione digitale è diventata talmente diffusa da modificare l'italiano stesso. Per questo motivo, i testi digitali costituiscono una fonte d'informazione preziosa sulle scelte linguistiche di uomini e donne. In questo articolo analizzerò le differenze emerse dal confronto di commenti di uomini e donne pubblicati su Facebook, cercando di scoprire se si tratta delle stes-

se caratteristiche emerse dalla ricerca sui testi scritti e orali o se il contesto virtuale determina nuovi tratti distintivi.

4.2. Un po' di storia: sono le donne a parlare un'altra lingua?

Più che sulle differenze linguistiche tra donne e uomini, finora la ricerca si è concentrata principalmente sulle deviazioni della lingua delle donne da quella degli uomini. L'italiano degli uomini veniva considerato una sorta di modello, un valore assoluto mai messo in discussione e sempre adatto a misurare le scelte linguistiche delle donne. Del cosiddetto "registro femminile" venivano messe in risalto le varie forme di sottomissione, le spie di incertezza, l'imprecisione del contenuto delle frasi, le richieste di conferma, la maggiore cortesia, la maggiore emotività, un maggior uso della paratassi a sfavore dell'ipotassi e la mancanza di assertività. Si parlava persino di "difetto di pianificazione" nella produzione linguistica delle donne, che veniva considerata meno efficace rispetto a quella degli uomini. Secondo Grazia Attili e Laura Benigni, tale difetto è da attribuirsi al fatto che, mentre parlano, le donne vengono distratte dalle aspettative che gravano su di loro, finendo per dedicare parte dei loro sforzi a curare la propria immagine sociale agli occhi dell'interlocutore, a discapito dell'efficacia comunicativa.

In quello che possiamo considerare il primo studio sulle differenze linguistiche di genere, Robin Lakoff ha individuato i cosiddetti "indici di femminilità", ovvero una serie di tratti distintivi della lingua delle donne:

- lessico relativo alla moda, alla cucina e all'arredamento;
- intensificatori vuoti sul piano semantico ("divino, meraviglioso, straordinario" ecc.);
- maggiore tendenza a esprimere sentimenti ed emozioni rispetto agli uomini;
- uso di espressioni cortesi ed eufemistiche;
- attenuazione della forza assertiva dell'enunciato attraverso l'uso di verbi modali e modulatori ("una specie di, tipo, più o meno" ecc.).

Intorno agli anni '90 si assiste a un'inversione di paradigma: lo stereotipo della donna sottomessa viene negato e vengono messe in risalto le caratteristiche positive della comunicazione femminile,

tra le quali una maggiore disponibilità alla cooperazione, un maggior coinvolgimento, la disponibilità alla negoziazione e la capacità di ascolto e interazione con l'interlocutore. Al contrario, vengono evidenziate le caratteristiche negative della lingua degli uomini, ad esempio la competitività e una certa dose di aggressività.

Secondo un recente studio condotto nel 2016 e basato su un campione di pubblicazioni di uomini e donne estrapolato da Facebook, le donne sarebbero molto più affabili nei confronti dell'interlocutore rispetto agli uomini, ma non per questo meno assertive. Inoltre, le donne parlano più spesso di amici, famiglia e vita sociale, mentre gli uomini giurano, si arrabbiano di più e discutono di oggetti piuttosto che di persone.

4.3. Perché internet?

Dal momento che sono pochi gli studi che si sono occupati delle differenze linguistiche di genere nel contesto della comunicazione digitale, ho pensato che sarebbe stato interessante scoprire come internet influisce sul comportamento linguistico di uomini e donne. Per questo motivo ho scelto Facebook come fonte dalla quale reperire il materiale per la mia ricerca. In poche parole, ho confrontato una grande quantità di post e commenti scritti da uomini e donne su Facebook, cercando di capire se ci fossero delle differenze linguistiche dovute al genere di chi scrive. Naturalmente, prima di passare all'analisi di queste possibili differenze, è utile fare almeno un breve accenno alle caratteristiche generali di quello che Giuseppe Antonelli definisce "italiano digitato".

4.3.1. Ma su internet si scrive o si parla?

Come è facile immaginare, l'italiano scritto ha delle caratteristiche molto diverse da quello parlato, un po' come se si trattasse di due lingue diverse. Nella Tabella 4.1. qui sotto, provo a schematizzare le principali differenze.

Italiano parlato	Italiano scritto
1) Si condivide il contesto spazio-temporale con l'interlocutore	1) Chi legge può trovarsi in un luogo e in un momento diversi da quelli in cui è stato scritto il testo
2) Si possono usare i gesti o altri elementi extralinguistici per comunicare	2) È impossibile comunicare attraverso elementi extralinguistici
3) C'è un maggior grado di implicitezza perché il parlante e l'oratore condividono delle conoscenze (pregresse o legate alla situazione comunicativa)	3) C'è un alto grado di esplicitezza, realizzata attraverso una sintassi più complesse strutturata
4) Si fa maggior uso di deittici, cioè forme linguistiche, come avverbi, pronomi, verbi, per interpretare le quali occorre necessariamente fare riferimento al contesto comunicativo	4) I deittici compaiono ma, dato che manca un contesto comunicativo comune, viene esplicitato il "quando e il dove" a cui sono ancorati
5) Uso di un lessico comune e meno ricercato	5) Il lessico è ricco e vario
6) C'è un minor grado di coesione, cioè si indeboliscono i legami sintattici che tengono unito il testo	6) C'è un alto grado di coesione

Tabella 4.1. – Differenze tra l'italiano scritto e orale

E l'italiano digitato? Si avvicina di più all'italiano scritto o a quello parlato? La risposta è che ha ereditato un po' da entrambi.

4.3.2. *Comunicazione digitale: servizi sincroni e asincroni*

Il modo in cui le caratteristiche dello scritto e del parlato si mescolano nei testi digitali dipende dal contesto nel quale sono inseriti. Su internet esistono due tipi di contesti virtuali nei quali si producono testi scritti: i servizi sincroni e quelli asincroni. I servizi sincroni sono caratterizzati da un'interazione in tempo reale (chat, SMS, messaggistica istantanea ecc.), mentre in quelli asincroni gli interlocutori possono interagire in momenti successivi, come ad esempio nella

posta elettronica, nei forum, nei blog ecc. A grandi linee, i testi di servizi sincroni assomigliano di più all'italiano parlato, mentre quelli di servizi asincroni si avvicinano all'italiano scritto.

Inoltre, occorre sottolineare che i testi telematici, sia dei servizi sincroni che di quelli asincroni, sono "fluidi". Questo vuol dire che non appartengono ad alcun genere testuale consolidato, di conseguenza gli scriventi procedono per tentativi ed errori e solo le soluzioni più efficaci si stabilizzano nel tempo costruendo nuovi standard.

4.3.3. Facebook: servizio sincrono o asincrono?

La maggior parte dei social network funziona come aggregatore di messaggi che provengono da scriventi diversi: il singolo può rivolgersi al singolo oppure al pubblico dei suoi amici o followers, mentre i destinatari hanno di norma la possibilità di rispondere. Come ci spiega Massimo Prada, i social possono essere definiti un servizio "semisincrono", una sorta di via di mezzo tra i servizi sincroni e quelli asincroni. Ad esempio, nel caso dei commenti di Facebook, l'interazione tra gli utenti assomiglia a una conversazione vera e propria, ma non avviene in tempo reale come nella messaggistica istantanea. Tra l'altro, oltre ai commenti, Facebook offre la possibilità sia di pubblicare i cosiddetti "post" (che per struttura assomigliano un po' ai testi pubblicati sui forum) sia di chattare in tempo reale.

4.3.4. L'italiano dei social

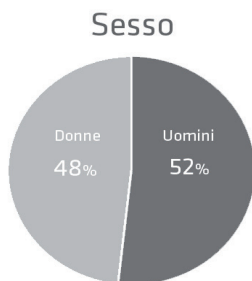
Quali sono le caratteristiche dell'italiano "social"? Per cominciare, è frequente l'uso di tachigrafie, cioè di parole abbreviate ("cmq, nn, cn" ecc.), dei tradizionali ideofoni ("ahahahahaha, ah ah ah..." ecc.), di alcune rese che riproducono caratteristiche della pronuncia, come il prolungamento delle vocali ("amoreeee!") o l'uso del maiuscolo per esprimere un particolare tono di voce ("ho detto BASTA!"). Sono comuni anche gli addensamenti di punti esclamativi e interrogativi ("ma cosa fai?????") e l'uso degli emoticon per riprodurre le espressioni facciali. Il lessico, invece, è generalmente informale ed espressivo, con uso frequente del dialetto, espressioni colorite, genericismi, giovanilismi ("ehi raga!") e parole prese in prestito da altre lingue, soprattutto dall'inglese.

4.3.5. Gli italiani su Facebook

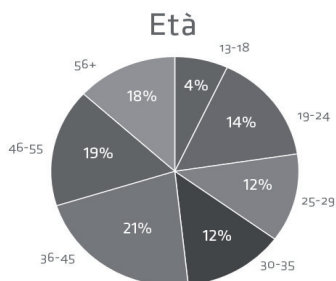
Chi sono gli utenti di Facebook in Italia? Il Grafico 4.1. qui sotto, pubblicato dall'osservatorio di Vincos.it, ci mostra i dati relativi agli utenti italiani a luglio 2018, quando ho svolto la mia ricerca. Come si può notare, la percentuale di uomini e donne è pressoché identica, mentre la fascia di età con la quota di utenti più alta è quella compresa tra i 36 e i 45 anni.

facebook in Italia

31 milioni attivi mese
29 milioni mobile mese
25 milioni attivi giorno
24 milioni mobile giorno



credits: Vincenzo Cosenza vincos.it



luglio 2018

source: www.facebook.com/ads

Grafico 4.1. – Utenti italiani di Facebook a luglio 2018

4.4. Un approccio quantitativo: la linguistica dei corpora

È possibile stabilire a colpo d'occhio se un commento su Facebook è stato scritto da un uomo o da una donna? Beh, verrebbe da dire che basterebbe dare un'occhiata alla quantità di cuoricini, bacetti e fiorellini per stabilirlo! In realtà, non è esattamente così. Per rispondere a questa domanda, ovviamente, sarà necessario analizzare un grande numero di testi, in modo da individuare delle tendenze di fondo che vanno oltre lo stile della singola persona

che scrive. Di conseguenza, per stabilire quali sono (se esistono) le differenze linguistiche tra uomini e donne al di là degli aspetti grafici (che analizzeremo in seguito), può essere utile un approccio quantitativo. Ed è qui che la linguistica dei corpora viene in nostro soccorso.

Si tratta, in sostanza, di utilizzare mezzi informatici per indagare raccolte di testi sufficientemente grandi (chiamati “corpora”) da permettere di notare delle tendenze linguistiche di fondo che altrimenti potrebbero sfuggire al singolo ricercatore o non risultare dall’analisi di un numero limitato di testi. In pratica, il computer ci aiuta a capire se esistono differenze rilevanti dal punto di vista numerico tra le caratteristiche presenti in testi scritti da uomini da una parte e da donne dall’altra. Per esempio, la lunghezza media delle frasi è diversa nei due gruppi? L’uso dei tempi verbali o le scelte lessicali differiscono? E in che modo? È evidente che queste differenze sono significative solo se emergono dal confronto di un gran numero di testi prodotti da un gran numero di autori e autrici, altrimenti potrebbero essere frutto del caso o di preferenze individuali.

4.4.1. Metodi e limiti della ricerca

Prima di costruire i due corpora da analizzare (uno per gli uomini, uno per le donne), ho stabilito alcuni parametri da rispettare. Innanzitutto, occorre che i corpora non fossero troppo piccoli e che entrambi avessero lo stesso numero di parole. Ho raccolto testi scritti da uomini fino a raggiungere circa 150.000 parole, ripetendo poi la stessa operazione per le donne. Per quanto riguarda invece la lunghezza dei singoli testi, ho inserito solo quelli tra le 30 e le 400 parole, in modo che non fossero né troppo brevi, né troppo lunghi. Se siete utenti di Facebook, saprete che sono due i tipi di testi che si possono incontrare scorrendo sull’home page: post e commenti. Ho scelto di includere entrambe le tipologie nei corpora, cercando però di bilanciare la loro presenza allo stesso modo nell’una e nell’altra raccolta, per evitare che eventuali differenze potessero influenzare i risultati.

Era inoltre necessario che l’argomento di discussione fosse più o meno lo stesso nei due corpora, per non rischiare che l’analisi rivelasse poi differenze emerse dovute alla diversità degli argomenti trattati e non al genere dell’autore. Tuttavia, trovare così tanti testi tutti sullo stesso argomento risultava complicato, dato che i temi

trattati su Facebook sono i più disparati. Ho aggirato questo ostacolo scegliendo un'ampia gamma di argomenti di discussione che fossero trattati sia dagli uomini che dalle donne; insomma, qualcosa che non fosse di interesse quasi esclusivo né degli uomini (per es., il calcio o i motori), né delle donne (per es., il trucco, la moda ecc.). I testi sullo stesso argomento sono stati tratti dai cosiddetti "gruppi", che nel mondo di Facebook possiamo paragonare a dei "salotti virtuali" dove gli utenti si confrontano su temi specifici.

Argomento	Numero di parole	
	Donne	Uomini
Politica	10.037	10.328
Scienza	9.937	10.256
Cinema e serie tv	9.999	10.213
Animali domestici	10.453	10.243
Esoterismo e fenomeni paranormali	5.560	5.047
Sesso	5.025	5.011
Gruppi per single	9.991	10.335
Religione	5.127	4.964
Filosofia	9.887	9.912
Giardinaggio	4.989	5.010
Arte	4.964	5.033
Consulenze legali	10.087	10.144
Storia	4.900	6.451
Viaggi	10.046	10.027
Attualità	4.992	5.047
Libri	5.304	5.045
Forma fisica	7.308	5.105
Alimentazione	5.316	6.976
Gruppi di autoaiuto	10.044	6.760
Cucina	5.213	5.020
Psicologia	4.922	5.006

Tuttavia, l'argomento non era l'unica variabile che poteva inquinare i risultati. Anche la provenienza geografica, l'età e il livello di istruzione incidono molto sulla lingua che ciascuno di noi utilizza. Purtroppo, non è stato possibile tenere conto dell'età degli utenti, dato che quasi nessuno rende pubblica quest'informazione su Facebook. Al contrario la provenienza geografica era visibile nella maggior parte dei casi, anche se non in tutti. Questo mi ha dato la possibilità di bilanciare la raccolta dei dati, seppur parzialmente.

	Regioni settentrionali	Toscana	Centro Italia	Regioni meridionali
Donne	337	81	158	246
Uomini	363	107	181	341

Tabella 4.3. – Provenienza geografica di alcuni utenti

La Toscana è stata considerata separatamente perché le caratteristiche linguistiche dei parlanti toscani si differenziano da quelle del resto del centro Italia. Come potete notare, fortunatamente il numero di utenti del nord e del sud sono abbastanza bilanciati. Infine, purtroppo non ho potuto tener conto del grado di istruzione degli utenti, dato che quest'informazione raramente viene condivisa su Facebook.

4.5. Gli strumenti

Per analizzare i due corpora ho utilizzato *TaLTaC²*, un software in grado di individuare sia le parole singole che i segmenti ripetuti, cioè sequenze di parole che compaiono nello stesso ordine più volte (per es., “c’era una volta”) e di calcolarne la frequenza, cioè il numero di volte che compaiono nel corpus. Inoltre, fornisce informazioni utili sull’assetto lessicale dei corpora, ad esempio ciò che in linguistica viene definita la “ricchezza lessicale”, cioè il rapporto tra numero di parole diverse e il numero di parole totale: per es., nella frase “io so che tu sai che io so” ci sono 8 parole in totale, ma solo 5 diverse perché alcune si ripetono. Un altro indicatore della ricchezza lessicale è la percentuale di hapax legomena (cioè di parole che compaiono una volta sola) rispetto al numero di parole diverse.

Oltre a *TaLTaC²*, ho utilizzato anche i software *Bran* e *AntConc*: il primo per ottenere i dati sulla distribuzione delle parti del discorso nei due corpora (il numero di aggettivi, sostantivi, verbi ecc.) e la densità lessicale (il rapporto tra parole piene e parole vuote nei due corpora) e il secondo per verificare il contesto in cui una singola parola viene utilizzata. Il contesto d'uso è determinante, in quanto la stessa parola in contesti diversi può cambiare di significato oppure appartenere a categorie grammaticali distinte: "questo" può essere un aggettivo dimostrativo o un pronome; "letto" può essere un nome o un participio passato ecc.

Infine, ho utilizzato *Corrige!*, una piattaforma online di analisi automatica dei testi, che mi ha permesso di ottenere un resoconto ortografico (cioè una lista di errori di battitura, parole imbarazzanti, errori di punteggiatura ecc.) e un'analisi della leggibilità dei testi, ovvero la facilità con cui questi possono essere capiti dalla popolazione italiana. Oltre a confermare i dati ottenuti dagli altri software, *Corrige!* mi ha quindi permesso di rispondere ad alcune domande interessanti: è vero che gli uomini dicono più parolacce? Chi commette più errori di ortografia e punteggiatura?

4.6. Risultati dell'analisi automatica

Nei paragrafi successivi analizzerò nel dettaglio i dati emersi dalle analisi automatiche effettuate con i software di cui abbiamo parlato. In particolare, mi concentrerò prima sui calcoli automatici, ovvero i dati numerici ottenuti grazie ai software, per poi procedere successivamente ad analizzare il lessico dei due corpora dal punto di vista sia quantitativo sia qualitativo, cercando di fornire un'interpretazione dei dati.

4.6.1. Ricchezza e densità lessicale

Il Grafico 4.2. qui sotto ci permette di stabilire quale tra i due corpora presenti un lessico più vario.

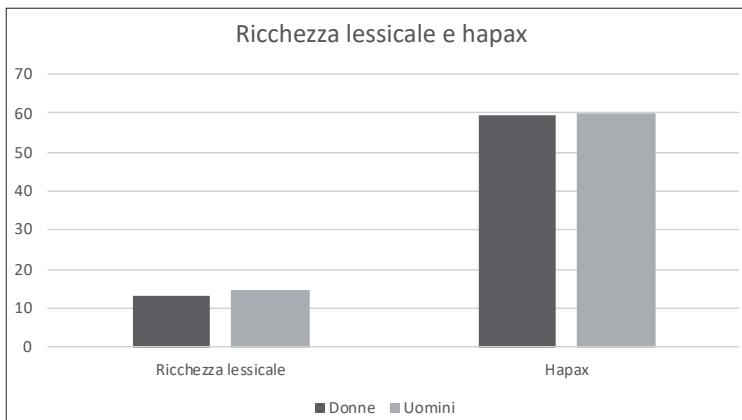


Grafico 4.2. – Ricchezza lessicale e hapax

Come si può notare, sia la ricchezza lessicale che la percentuale di hapax sono superiori nel corpus degli uomini; questo ci fa pensare che gli uomini usino un numero maggiore di parole diverse che si ripetono meno nei testi. Possiamo dunque concludere che gli uomini usano un lessico più vario rispetto alle donne? È difficile affermarlo con assoluta certezza, dato che le differenze sono piuttosto contenute. Vedremo più avanti cosa ci dicono sul lessico i dati ricavati dagli altri software e da *Corrige!*.

Il grafico 4.3. qui sotto ci mostra un altro parametro di complessità del testo, ovvero la densità lessicale. Come abbiamo già accennato (cfr. § 4.5.), si tratta del rapporto tra parole piene e parole vuote. Le “parole piene” (o “forti”), sono le parole portatrici di significato, mentre le “parole vuote” (o “deboli”), sono le parole grammaticali che non hanno un significato ma che sono indispensabili per costruire il discorso, come le preposizioni, gli articoli ecc.

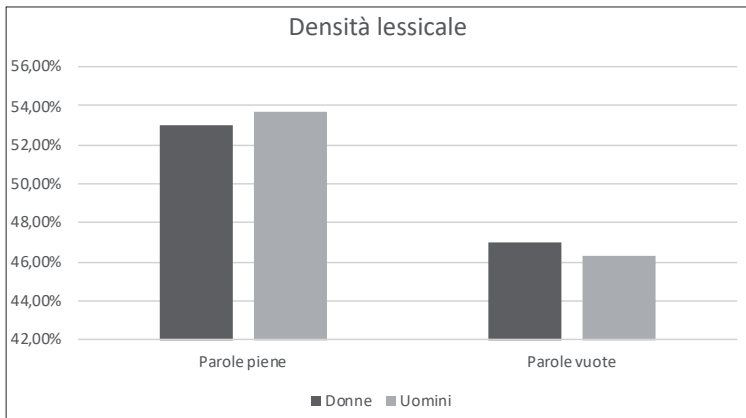


Grafico 4.3. – Densità lessicale

Come si può notare, il corpus degli uomini è caratterizzato da più parole piene e meno parole vuote. In teoria, un testo in cui le parole piene sono in maggioranza rispetto a quelle vuote risulta più denso semanticamente, cioè veicola più significato rispetto a un testo composto per la maggior parte di parole vuote. La conclusione è dunque che gli uomini sembrano usare una lingua un po' più complessa delle donne per quanto riguarda ricchezza e densità lessicale.

Oltre alla densità lessicale è interessante analizzare anche la distribuzione delle singole parti del discorso all'interno dei corpora. Con parti del discorso intendiamo quelle individuate dalla grammatica tradizionale: aggettivi, verbi, sostantivi, articoli, pronomi ecc. Questo parametro è fondamentale perché ci permette di fare alcune considerazioni importanti sulle scelte linguistiche degli utenti.

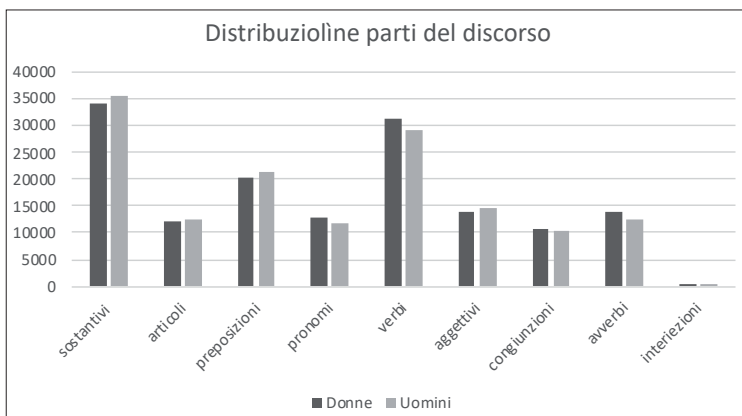


Grafico 4.4. – Distribuzione delle parti del discorso

Come si può notare nel Grafico 4.4., nel corpus delle donne ci sono più pronomi, verbi, avverbi e qualche congiunzione in più rispetto agli uomini. D'altra parte, sembra che gli uomini preferiscano i sostantivi ai verbi e, di conseguenza, usino più aggettivi, articoli e preposizioni. La preponderanza dei sostantivi rispetto ai verbi nel corpus degli uomini potrebbe essere spiegata con un fenomeno che in linguistica viene chiamato "nominalizzazione". Si tratta della trasformazione di un verbo in un nome ed è tipica dei testi scritti e dei registri più alti; ad esempio, se dico "il mio pagamento" piuttosto che "io pago", sto dicendo la stessa cosa, ma il registro è diverso. Questa potrebbe essere la ragione per cui gli uomini usano più sostantivi. D'altra parte, la preponderanza di verbi è invece tipica dell'oralità e dei registri più bassi, ma indica anche un minor grado di astrazione.

4.6.2. Leggibilità e vocabolario di base

Come abbiamo già detto, *Corrige!* è in grado di misurare la leggibilità, ovvero quanto un testo è facile da leggere e comprendere. Per misurare la facilità di lettura di un testo, *Corrige!* sfrutta l'indice di leggibilità *Gulpease*, calcolato in base alla lunghezza di parole e frasi. Secondo questo indice, più sono brevi le frasi e le parole, più il testo risulta comprensibile.

	Donne	Uomini
Indice di leggibilità	62	58
Lunghezza media delle parole	4,66 lettere	4,78 lettere
Lunghezza media delle frasi	15,58 parole	17,79 parole

Tabella 4.4. – Indice di leggibilità e lunghezza di parole e frasi

Come si può notare, le parole e le frasi degli uomini sono più lunghe rispetto a quelle delle donne; questo rende i testi degli uomini più difficili da leggere, con un indice di leggibilità mediamente più basso rispetto a quello delle donne (58 vs 62).

Un altro parametro sul quale si basa la comprensibilità di un testo è il calcolo del Vocabolario di Base. Come riportato sul sito www.corrige.it, il Vocabolario di base della lingua italiana (VdB) è un elenco di circa 7.000 parole che rappresenta la porzione della lingua italiana usata e compresa dalla maggior parte della popolazione. In particolare, le parole del VdB sono classificate in tre livelli:

- Vocabolario fondamentale: le parole più frequenti in assoluto della nostra lingua;
- Vocabolario di alto uso: parole molto frequenti, anche se molto meno di quelle del vocabolario fondamentale;
- Vocabolario di alta disponibilità: un insieme di parole che, pur essendo quasi del tutto assenti nella lingua scritta, sono a tutti note. Per esempio “forbici, abbronzare” ecc.

Come illustrato alla Tabella 4.5. qui sotto, sembra che le donne utilizzino più parole che fanno parte del vocabolario di base in generale, e questo rende il loro lessico più comprensibile rispetto a quello degli uomini. Anche le parole della fascia “fondamentale” sono più numerose nel corpus delle donne, mentre gli uomini preferiscono quelle di “alto uso”, che sono un po’ più ricercate.

Livello del VdB	DONNE			UOMINI		
	Parole	% parole	%parole sul VdB	Parole	% parole	%parole sul VdB
Fondamentale	127.043	83,71	93,07	123.217	82,26	92,32
Alto uso	74.98	4,94	5,49	8.310	5,55	6,23
Alta disponibilità	1.966	1,30	1,44	1.938	1,29	1,45
Totale parole VdB	136.507	89,95	100,00	133.465	89,10	100,00
Non presente in VdB	15.256	10,05	---	16.331	10,90	---

Tabella 4.5. – Incidenza del Vocabolario di Base

4.6.3. Occhio agli errori!

Grazie al “resoconto ortografico”, *Corrige!* ci permette di scoprire gli errori contenuti nei corpora. Sembra che siano le donne a scrivere più correttamente, dato che gli errori individuati sono 471 nel corpus degli uomini e 398 nel corpus delle donne. Per quanto riguarda invece gli errori di punteggiatura, sembra che siano le donne a commetterne di più: 3.935 contro i 3.501 degli uomini. Tuttavia, a prescindere da queste differenze, ho notato che il numero di errori è elevato in entrambi i corpora. Come si spiega quest'apparente ignoranza delle regole grammaticali e ortografiche? Come abbiamo già detto al § 4.3.2., i testi digitali sono “fluidi”; questo vuol dire che gli autori non hanno un genere testuale preciso a cui attenersi e a volte dimenticano persino che stanno scrivendo, dato che le modalità comunicative su Facebook assomigliano a quelle di una conversazione orale.

4.6.4. *Faccine ed emoticon*

Prima di caricare i testi su *TaLTaC²* per l'analisi, ho dovuto eliminare tutti gli emoticon per non causare errori nel programma. Mentre eseguivo questa operazione, però, ho avuto modo di confrontare il loro uso da parte delle donne e degli uomini. I risultati sono stati indiscutibili: gli emoticon usati dalle donne erano moltissimi e tra i più disparati (gattini, fiorellini, cuoricini di ogni tipo), mentre quelli degli uomini erano in netta minoranza e molto meno fantasiosi. Ma perché alle donne piacciono tanto gli emoticon? Una possibile risposta a questa domanda è che le donne cerchino di fare ciò che farebbero in una conversazione orale. Lo studio di Attili e Benigni lascia pensare che le donne sfruttino di più il linguaggio del corpo e i mezzi extralinguistici quando intrattengono una conversazione con qualcuno. Dato che gli emoticon non sono altro che un sostituto delle espressioni facciali e della gestualità, risultano fondamentali per stabilire una connessione emotiva con l'interlocutore e per trasmettere il messaggio in maniera più efficace.

4.7. Parole da uomini, da donne o... di entrambi?

Dopo avere commentato i dati quantitativi che è possibile estrarre in maniera automatica grazie ai software che ho utilizzato, proseguiamo con l'analisi qualitativa del lessico dei corpora. Poiché *TaLTaC²* fornisce la lista delle parole presenti nel corpus ordinata in base alla loro frequenza, dal confronto è possibile stabilire quali parole usano più spesso uomini e donne nelle loro conversazioni su Facebook. Inoltre, il software ci dice quali parole compaiono solo in uno dei due corpora e quali invece in entrambi. Questa funzione mi ha permesso di fare una distinzione tra parole esclusive, cioè quelle usate solo dagli uomini o dalle donne, e parole comuni, cioè usate da entrambi i gruppi. Le stesse operazioni possono poi essere applicate anche alle liste dei segmenti ripetuti, cioè dei gruppi di parole che compaiono spesso insieme, come "carta di credito" o "a prescindere dal fatto che"; in questo modo possiamo scoprire se ci sono espressioni idiomatiche, perifrasi o locuzioni più tipiche di un gruppo rispetto all'altro.

4.7.1. Gli argomenti delle donne

Tra le parole esclusive ho scelto di prendere in considerazione tutte quelle che si ripetono un minimo di 4 volte, anche se in alcuni casi che mi parevano particolarmente emblematici ho selezionato anche quelle con frequenza pari a 3.

Passando in rassegna le parole esclusive delle donne, ho notato la presenza di parole come “amiche” (16 volte), “fidanzato” (6), “sposo” (5), così come i riferimenti a effusioni romantiche (“baci”, 4) e ad altre “questioni sentimentali” come, ad esempio, “corna” (4). Da questi esempi sembrerebbe evidente una certa predilezione per argomenti come i sentimenti e le relazioni interpersonali, supposizione confermata anche dal fatto che anche altre parole simili (“figli, marito, mamma” ecc.), sebbene presenti in entrambi i corpora, sono molto più usate dalle donne, come si vede alla Tabella 4.6.

	Frequenza donne	Frequenza uomini
figli	65	23
cuore	52	38
marito	50	11
mamma	48	20
famiglia	51	29
divorzio	20	8
mantenimento	15	4

Tabella 4.6. - Parole comuni associate a sentimenti e relazioni

Nei discorsi delle donne emerge dunque una chiara tendenza a parlare del nucleo familiare, caratteristica che non ho riscontrato nel corpus degli uomini. Confermano questa ipotesi anche certi segmenti esclusivi delle donne, come “mio marito” (che compare 26 volte) o “mio compagno” (15 volte). Tra le parole e i segmenti esclusivi degli uomini, al contrario, non ho trovato nulla di significativo collegato alle relazioni sentimentali, con l’eccezione del segmento “mia moglie”, che si ripete ben 19 volte, anche se sempre meno di “mio marito” (come abbiamo appena visto, 26 volte nel corpus delle donne).

Un'altra caratteristica che ho avuto modo di osservare è che, tra le parole esclusive delle donne, ricorrono aggettivi qualificativi riferiti agli stati d'animo e alle emozioni, mentre nel corpus degli uomini non compaiono queste parole, nemmeno nella loro forma maschile o plurale (Tabella 4.7.).

	Frequenza
nervosa	7
delusa	7
perplessa	5
felicissima	5

Tabella 4.7. - Parole esclusive delle donne associate alle emozioni

A differenza del corpus degli uomini, ricorrono inoltre alcune parole associate alla salute mentale, ad esempio "antidepressivo" (4), "psicofarmaci" (8), "psicoterapeuta" (5) e "psicologo": quest'ultima parola, pur essendo comune a entrambi i corpora, figura 14 volte nel corpus delle donne e solo una in quello degli uomini. Bisogna inoltre notare che le donne non sembrano interessate solo alla salute mentale, quanto alla salute fisica in generale, come dimostra la frequenza di parole esclusive come "ospedali" (6), "trombosi" (4), "reflusso" (4), "colon" e "reni" (5); lo stesso dicasi dei segmenti esclusivi, come "effetti collaterali" (8) "problemi di salute" (6). Del resto, anche le parole comuni tendono a confermare questa passione per la medicina delle donne (Tabella 4.8.).

	Frequenza donne	Frequenza uomini
medico	50	18
cura	35	12
malattia	35	17
salute	29	14
terapia	19	6
farmaci	19	10

Tabella 4.8. - Parole comuni associate alla salute

Sempre nel campo della medicina, le donne sembrano prediligere argomenti come il concepimento e la gravidanza. Questo è dimostrato, ad esempio, dal fatto che tra le parole esclusive delle donne la più frequente in assoluto è “pillola” che, da un controllo delle concordanze, fa sempre riferimento alla pillola contraccettiva (Tabella 4.9.).

	Frequenza donne
pillola	22
testosterone	8
aborto	7
vaginale	6
contrazioni	4
ovaio	4
spermatozoi	4
embrione	4
ginecologa	3
feto	3

Tabella 4.9. - Parole esclusive delle donne associate alla gravidanza e al concepimento

Per concludere, possiamo confermare che uno dei temi prediletti dal mondo femminile è la dieta. Dato che la forma fisica era uno degli argomenti di discussione selezionati per la ricerca, le parole che appartengono a questo campo semantico figurano in entrambi i corpora. Tuttavia, non ho potuto fare meno di notare alcune differenze: mentre le donne usano parole riguardanti il dimagrimento e il peso, gli uomini sembrano più inclini a parlare della massa muscolare (Tabelle 4.10. e 4.11.).

	Frequenza
obesità	5
dimagrita	5
Dukan	4
anoressia	3

Tabella 4.10. - Parole esclusive delle donne associate alla forma fisica

	Frequenza
pesi	11
allenamenti	8
palestra	7

Tabella 4.11. - Parole esclusive degli uomini associate alla forma fisica

4.7.2. Gli argomenti degli uomini

Sin dal primo sguardo mi sono subito resa conto che le parole degli uomini avrebbero raccontato tutta un'altra storia. Relazioni sentimentali? Emozioni? Neanche l'ombra. Al contrario, la politica sembra andare per la maggiore: tra le parole esclusive più usate ho trovato "Hitler" (10), "Mussolini" (7), "opposizione" (16), "socialismo" (5), "fascismo" (5), "senato" (4), "renzismo" (4). Dato che la politica era uno degli argomenti selezionati, anche le donne usano parole che fanno riferimento a questo tema. Tuttavia, come possiamo notare, il numero di occorrenze è di gran lunga superiore nel corpus degli uomini (Tabella 4.12.).

	Frequenza donne	Frequenza uomini
sinistra	8	97
politica	28	55
destra	8	24
PD	9	25
partito	13	26
Berlusconi	11	23

Tabella 4.12. - Parole comuni associate alla politica

Interessante anche l'uso esclusivo, da parte degli uomini, di parole associate alla guerra, ad esempio "militare" (7) e "soldato" (5) e di altre parole assenti dal repertorio delle donne, come "competizione" (4) e "omicidio" (4).

Non mancano poi, tra le parole esclusive, i riferimenti ad alcune discipline scientifiche (Tabella 4.13.), ma anche se osserviamo le

parole comuni, sembra che effettivamente siano gli uomini a preferire le conversazioni sulla “scienza” (61 vs. 19) in generale e su alcuni settori specifici (Tabella 4.14.).

	Frequenza uomini
matematica	10
metafisica	6
biologia	5
algoritmo	4

Tabella 4.13. – Parole esclusive degli uomini associate alle discipline scientifiche

	Frequenza donne	Frequenza uomini
scienza	19	61
cinema	8	37
filosofia	25	52
fisica	19	39
storia	80	96

Tabella 4.14. – Parole comuni associate alla scienza e ad alcune discipline scientifiche

Anche l’economia e il lavoro sembrano riscuotere un certo successo, come dimostrato dall’uso di sostantivi come “globalizzazione” (7), “tariffe” (4), “finanza” (4), alcuni aggettivi, ad esempio “industriali” (6) e “commerciali”, e nomi di professioni, come “magistrato” (5), “ricercatori” (5) e “carrozziere” (5).

Un’altra peculiarità delle parole esclusive degli uomini è la presenza di sostantivi e aggettivi relativi alla geografia e ai viaggi, ad esempio nomi di paesi e città, “Norvegia” (6), “Vienna” (4), “Europa” (5) e parole più generali, come “viaggiatore” (6), “occidente” (5), “internazionali” (4). Questa passione degli uomini per il “mondo” (113 uomini vs 74 donne) è confermata anche da alcune parole comuni (Tabella 4.15.).

	Frequenza donne	Frequenza uomini
mondo	74	113
Italia	47	68
terra	31	50
Europa	6	17

Tabella 4.15. – Parole comuni associate alla geografia

4.7.3. Le parole comuni

Nei paragrafi precedenti abbiamo già avuto modo di vedere alcune parole ed espressioni utilizzate dagli uomini e dalle donne per riferirsi ad alcuni campi semantici specifici. Un'analisi più approfondita delle parole comuni ci permette di avere un'idea più chiara delle differenze tra i due gruppi. Questa volta ho preso in considerazione solo le parole che presentano una differenza tra le frequenze nei due corpora pari o superiore a 10.

4.7.3.1. Le parole comuni più usate dalle donne

La caratteristica che più mi ha colpito di questa categoria è che alcune parole estremamente significative e comuni nelle nostre conversazioni quotidiane (“vita, casa, amore, morte”) sono più utilizzate dalle donne (Tabella 4.16.).

	Frequenza donne	Frequenza uomini
casa	191	122
vita	244	148
amore	98	62
morte	46	35

Tabella 4.16. – Parole più usate dalle donne relative alla vita quotidiana

al cibo sono molto più frequenti nel corpus delle donne (Tabella 4.17.). Questa caratteristica era già emersa durante la raccolta del materiale: mi ero accorta che mentre i commenti e le pubblicazioni degli uomini riguardavano le tecniche culinarie e la professione di cuoco in generale, quelli delle donne erano prevalentemente ricette e scambi di consigli sulla preparazione dei piatti.

	Frequenza donne	Frequenza uomini
zucchero	52	15
farina	24	1
ricetta	27	9
crema	20	2
cozze	17	1
uova	22	9

Tabella 4.17. – Parole più usate dalle donne riferite al cibo

Infine, sia tra le parole che tra i segmenti comuni, ho notato un uso più frequente da parte delle donne di quelli che in linguistica vengono chiamati “genericismi” (parole che hanno un significato generico, riportate nella Tabella 4.18.), caratteristica che potrebbe confermare la tendenza delle donne a essere meno precise nel contenuto delle frasi (cfr. § 4.2.).

	Frequenza donne	Frequenza uomini
persone	169	136
cose	163	137
gente	67	58
una persona	57	45
un uomo	49	24
una donna	37	26

Tabella 4.18. – Genericismi tra le parole e i segmenti comuni

Per concludere, un dato interessante è che le donne sembrano parlare più degli uomini dell'“orgasmo” (22 donne vs 2 uomini), come dimostrano anche gli aggettivi “clitorideo” (3) e “vaginale” (3) riferiti all'orgasmo e presenti solo nel corpus delle donne.

4.7.3.2. Le parole comuni più usate dagli uomini

Scorrendo la lista delle parole comuni, ho notato che tutte le espressioni che si ricollegano in qualche modo alla sfera della logica e del ragionamento sono più frequenti nel corpus degli uomini (Tabella 4.19.).

	Frequenza donne	Frequenza uomini
pensiero	34	71
problema	84	105
soluzione	14	30
ragione	39	55
accordo	43	59
concetto	8	23
idea/idee	43/15	55/30
teoria	10	23
giudizio	4	15
principio	5	15
ipotesi	6	16
logica	8	18
tema	10	20
argomenti	3	12

Tabella 4.19. – Parole comuni associate alla logica

Il resto delle parole comuni più usate dagli uomini riprendeva le stesse caratteristiche di cui abbiamo già parlato nel paragrafo 4.7.2., dove ho trattato le forme esclusive (viaggi, mondo, politica, lavoro ecc.). Tuttavia, ho trovato anche una “chicca” che mi pare assai significativa: anche se forse può sembrare ovvio, pare che, oltre a una certa propensione per il ragionamento, sia comune tra

gli uomini una folle passione per i veicoli: la parola “auto”, nel senso di “automobile”, si ripete infatti ben 44 volte nel corpus degli uomini e solo 14 in quello delle donne.

4.8. Un po' di morfologia

Passiamo adesso all'analisi delle caratteristiche morfologiche dei due corpora. Per quanto riguarda gli uomini, non ho trovato caratteristiche degne di nota. Al contrario, alcune peculiarità del corpus delle donne hanno attirato la mia attenzione, soprattutto l'uso significativamente più frequente di pronomi personali, verbi e aggettivi possessivi alla prima persona singolare (Tabella 4.20.).

	Frequenza donne	Frequenza uomini
ho	1170	753
mi	1258	857
io	796	491
mio	378	237
me	415	288
mia	302	231
ero	79	29
penso	115	68
sento	75	31
so	158	122
faccio	88	58
devo	88	61
capisco	60	33
credo	153	129
riesco	52	28

Tabella 4.20. - La prima persona singolare tra le parole comuni

Le donne sono più egocentriche rispetto agli uomini? Sicuramente emerge una maggiore tendenza a parlare in prima persona rispetto agli uomini, una caratteristica che non era emersa dagli altri studi condotti in questo ambito e che merita di essere approfondita.

Un'altra novità di difficile interpretazione è il maggior uso da parte delle donne di avverbiali di tempo (Tabella 4.21.). Per qualche ragione le donne sembrano essere più inclini a far riferimento al fluire del tempo nelle loro conversazioni.

	Frequenza donne	Frequenza uomini
poi	455	356
ora	235	153
anni	322	258
mai	240	198
già	164	129
dopo	208	176
sempre	363	332
giorno	142	112
spesso	98	69
sera	71	42
ancora	176	148
mese	54	27

Tabella 4.21. – Espressioni di tempo tra le parole comuni

Un'ulteriore caratteristica che ho notato è che le donne ricorrono maggiormente all'uso di pronomi e aggettivi indefiniti. Questo dato è interessante perché possiamo ricollegarlo all'uso di genericismi (cfr. § 4.7.3.1.) e considerarlo un'ulteriore conferma dell'inclinazione delle donne a essere meno specifiche riguardo alle persone e alle situazioni di cui parlano.

	Frequenza donne	Frequenza uomini
qualcuno	119	71
tante	65	22
ogni	196	156
qualcosa	129	92
poco	112	84
tutto	387	362

Tabella 4.22. - Pronomi e aggettivi indefiniti tra le parole comuni

Per concludere con la morfologia, dall'analisi dei dati è emersa anche una preferenza femminile per le forme alterate dei nomi, in particolare per i diminutivi e i vezzeggiativi (Tabella 4.23.). Occorre sottolineare che ho riscontrato questa caratteristica tra le parole esclusive delle donne e non tra le parole comuni; in effetti, nel corpus degli uomini, non compare alcun sostantivo alterato. Anche il primissimo studio di Lakoff aveva messo in evidenza questa caratteristica, mentre in una ricerca piuttosto recente Anna De Marco sosteneva che si trattasse più di uno stereotipo che di reali differenze d'uso.

	Frequenza
giretto	5
oretta	4
bacino	4
femminucce	3
bimba	3

Tabella 4.23. - Sostantivi alterati tra le parole esclusive delle donne

4.9. Stile femminile vs stile maschile

Dopo il lessico e la morfologia, passiamo ad illustrare alcune peculiarità dello stile retorico che differenziano i due corpora che ho analizzato. Una caratteristica stilistica che ho avuto modo di notare nel corpus delle donne è la presenza di iperboli, sia tra le parole che tra i segmenti esclusivi (Tabella 4.24.). Si tratta di una stra-

tegia retorica che ha l'effetto di ingigantire sia gli aspetti positivi che negativi di un concetto, portandoli all'estremo. All'interno degli enunciati le iperboli possono essere utilizzate come intensificatori, per rafforzare un'opinione o un concetto.

	Frequenza donne
terribile	11
angosciante	4
orrore	4
meraviglie	4
è fantastico	4
pazzesca	3
spaventoso	3
incantevoli	3
è straordinario	3

Tabella 4.24. - Iperboli tra le parole e i segmenti esclusivi delle donne

Oltre che per mezzo delle iperboli, le donne tendono a rafforzare gli aggettivi con l'avverbio "molto", come dimostrano i segmenti esclusivi "molto brava" (4), "molto cara" (4) e "molto male" (4).

Passiamo adesso all'uso di ciò che in linguistica è conosciuto come "turpiloquio", che consiste poi nell'uso di quelle che comunemente chiamiamo "parolacce". Come si può notare nelle tabelle 4.25. e 4.26., stando all'analisi di *TaLTaC*² le parolacce sembrano essere leggermente più numerose nel corpus degli uomini, sebbene si tratti di una differenza contenuta.

	Frequenza donne
deficiente	4
corna	4
seghe	4

Tabella 4.25. - Turpiloquio nel corpus delle donne

	Frequenza uomini
deficienti	4
stupidi	4
balle	4
cagare	4
menate	4

Tabella 4.26. – Turpiloquio nel corpus degli uomini

L'analisi lessicale di *Corrige!* ha rivelato dati più significativi sul turpiloquio. Nonostante il numero di “parole imbarazzanti” fosse lo stesso in entrambi i corpora (111), tra queste ultime ho contato 37 parolacce diverse nella lista degli uomini e 28 in quella delle donne. La maggior parte delle parolacce sono presenti in entrambi i corpora, tuttavia alcune di queste sono molto più numerose nel corpus degli uomini (Tabella 4.27.).

	Frequenza donne	Frequenza uomini
cazzata/e	5	10
cazzo/i	13	27
coglione/i	4	10
cretino/i/e	1	5
porca	1	6

Tabella 4.27. – Parolacce più frequenti nel corpus degli uomini

Una precisazione da fare sull'aggettivo “porca” nel corpus degli uomini è che si riferisce cinque volte su sei a una donna particolarmente passionale e solo una volta viene utilizzata nell'espressione “porca troia”. Un'altra particolarità interessante che ho notato è che nella lista delle donne compaiono alcune versioni eufemistiche delle parolacce tradizionali, ad esempio “cacchio” oltre a “cazzo”, “incavolata” insieme a “incazzata”, “rimbecillita” e “rincitrullita” oltre a “rincoglionita”, mentre nella lista degli uomini non figura nulla di simile.

Infine, analizziamo gli strumenti linguistici utilizzati dagli utenti per gestire l'interazione virtuale. Sembra che le donne usino più

frequentemente i cosiddetti “modulatori” (Tabella 4.28.). Si tratta di espressioni che hanno lo scopo di attenuare un’opinione o un concetto, un po’ il contrario di ciò che fanno gli “intensificatori”. Utilizzare i modulatori comporta un duplice vantaggio: da un lato si appare meno presuntuosi e aggressivi nell’interazione, dall’altro si lascia spazio all’interlocutore per controbattere. Sia gli intensificatori che i modulatori aumentano l’efficacia comunicativa degli enunciati, per cui possiamo sicuramente considerarli un punto forte delle abitudini linguistiche delle donne. Una precisazione sul verbo alla terza persona “sembra” che compare nella Tabella 4.28.: da un controllo del contesto d’uso ho notato che veniva utilizzato in espressioni come “a me sembra”, “mi sembra” che, come dicevamo, hanno l’effetto di attenuare la perentorietà degli enunciati.

	Frequenza donne	Frequenza uomini
penso	115	68
sembra	103	67
credo	153	129

Tabella 4.28. – Modulatori tra le parole comuni

In linea con la ricerca in questo campo (cfr. 4.2.), anche dal mio lavoro emerge un uso maggiore delle formule di cortesia e dei saluti da parte delle donne. Tale caratteristica emerge sia dalle parole comuni che dai segmenti esclusivi delle donne (Tabelle 4.29. e 4.30.), mentre nel corpus degli uomini figurano solo i segmenti “sera a tutti” (5) e “chiedo scusa” (5). L’espressione “grazie per avermi accettata” nella Tabella 4.30. fa riferimento al fatto che su Facebook esistono alcuni gruppi “chiusi” che ammettono l’iscrizione su richiesta solo di alcuni utenti.

	Frequenza donne	Frequenza uomini
grazie	222	162
ciao	112	84
scusate	33	21

Tabella 4.29. – Formule di cortesia e saluti tra le parole comuni

	Frequenza donne
vi ringrazio	8
grazie per avermi accettata	6
buona serata a tutti	4
notte a tutti	4

Tabella 4.30. - Formule di cortesia e saluti tra i segmenti esclusivi delle donne

Vista la propensione femminile per l'emozionalità, non mi ha sorpreso particolarmente la presenza di numerose espressioni di empatia nei confronti di altri utenti tra i segmenti esclusivi delle donne (Tabella 4.31.).

	Frequenza donne
ti capisco	11
abbraccio forte	5
io ci sono	5
se hai bisogno	4
ce la farai	4

Tabella 4.31. - Espressioni di empatia tra i segmenti esclusivi delle donne

Per concludere, sono frequenti nel corpus delle donne espressioni volte a dare o sollecitare consigli (Tabella 4.32.); in effetti, già durante la costruzione dei corpora mi ero accorta che le donne tendono a scrivere post per chiedere consigli ad altri utenti (ricevendo commenti per lo più da altre donne!), mentre gli uomini, nella maggior parte dei casi, lo fanno per esprimere un'opinione o commentare i post altrui.

	Frequenza donne
secondo te	8
cosa posso fare	7
fossi in te	5
volevo chiedervi	5
mi aiutate a capire	4
voi che ne pensate	4
consiglio vivamente	4

Tabella 4.32. – Espressioni relative allo scambio di consigli nei segmenti esclusivi delle donne

4.10. Conclusioni: su Facebook gli uomini scrivono e le donne parlano?

Siamo giunti alla fine dell'analisi ed è il momento di tirare le somme. Alcuni dei risultati emersi confermano le ipotesi degli studi che avevamo citato nella breve rassegna iniziale (cfr. § 4.2.). In particolare, per quanto riguarda le donne, sembrano confermate le teorie sulla maggiore genericità del contenuto delle frasi (cfr. § 4.7.3.1.) e sull'uso di modulatori e intensificatori (cfr. § 4.9.). Anche un atteggiamento più affabile nei confronti dell'interlocutore, emerso dallo studio australiano del 2016, risulta confermato dalla mia ricerca, dato che ho riscontrato una maggiore frequenza d'uso di formule di cortesia, saluti ed espressioni di empatia (cfr. § 4.9.). Al contrario, l'uso più frequente della prima persona e i riferimenti temporali rappresentano elementi di novità rispetto alla letteratura sull'argomento, che meriterebbero di essere approfonditi ulteriormente.

Dal punto di vista lessicale, pare che siano gli uomini ad avere un lessico più ricercato e una sintassi più complessa (cfr. § 4.6.1.). La maggiore quantità di sostantivi e aggettivi nel corpus degli uomini ci fa inoltre supporre una propensione verso l'uso dello stile nominale, un tratto tipico dei registri più alti e dello scritto (cfr. § 4.6.1.). Emerge inoltre in maniera abbastanza chiara una contrapposizione tra i due corpora in merito ai temi trattati: da una parte l'emotività e l'interesse per la vita affettiva delle donne e dall'altra la concreta razionalità degli uomini, i quali non sembrano incentrare le proprie conversazioni sulle persone.

Infine, ho notato che alcune differenze tra la lingua degli uomini e delle donne assomigliano a quelle tra italiano scritto e orale (cfr. § 4.3.1.). In particolare, le caratteristiche emerse dal corpus delle donne (il lessico più comune, la prevalenza di verbi rispetto ai sostantivi e agli aggettivi e la sintassi meno complessa) ricordano le caratteristiche dell'italiano parlato, mentre quelle degli uomini (lessico più vario, maggiore complessità sintattica, stile nominale, meno deittici) l'italiano scritto. Questo ci porta a formulare un'ipotesi piuttosto interessante: le donne usano Facebook per "chiacchierare", un po' come se fossero al telefono, mentre gli uomini come un mezzo scritto a tutti gli effetti.