



Open and Interdisciplinary
Journal of Technology,
Culture and Education

Editor

M. Beatrice Ligorio (University of Bari "Aldo Moro")

Coeditors

Stefano Cacciamani (University of Valle d'Aosta)

Donatella Cesareni (University of Rome "Sapienza")

Valentina Grion (University of Padua)

Associate Editors

Carl Bereiter (University of Toronto)

Bruno Bonu (University of Montpellier 3)

Michael Cole (University of San Diego)

Roger Salijo (University of Gothenburg)

Marlene Scardamalia (University of Toronto)

Scientific Committee

Sanne Akkerman (University of Utrecht)

Ottavia Albanese (University of Milan – Bicocca)

Alessandro Antonietti (University of Milan – Cattolica)

Pietro Boscolo (University of Padua)

Lorenzo Cantoni (University of Lugano)

Felice Carugati (University of Bologna – Alma Mater)

Cristiano Castelfranchi (ISTC-CNR)

Alberto Cattaneo (SFIVET, Lugano)

Carol Chan (University of Hong Kong)

Cesare Cornoldi (University of Padua)

Crina Damsa (University of Oslo)

Frank De Jong (Aeres Wageningen Applied University, The Netherlands)

Ola Erstad (University of Oslo)

Paolo Ferri (University of Milan – Bicocca)

Alberto Fornasari (University of Bari "Aldo Moro")

Carlo Galimberti (University of Milan – Cattolica)

Begona Gros (University of Barcelona)

Kai Hakkarainen (University of Helsinki)

Vincent Hevern (Le Moyne College)

Jim Hewitt (University of Toronto)

Antonio Iannaccone (University of Neuchâtel)

Liisa Ilomaki (University of Helsinki)

Sanna Jarvela (University of Oulu)

Richard Joiner (University of Bath)

Kristiina Kumpulainen (University of Helsinki)

Minna Lakkala (University of Helsinki)

Mary Lamon (University of Toronto)

Leila Lax (University of Toronto)

Marcia Linn (University of Berkeley)

Kristine Lund (CNRS)

Giuseppe Mantovani (University of Padua)

Giuseppe Mininni (University of Bari "Aldo Moro")

Anne-Nelly Perret-Clermont (University of Neuchâtel)

Donatella Persico (ITD-CNR, Genoa)

Clotilde Pontecorvo (University of Rome "Sapienza")

Peter Renshaw (University of Queensland)

Vittorio Scarano (University of Salerno)

Roger Schank (Socratic Art)

Neil Schwartz (California State University of Chico)

Pirita Seitamaa-Hakkarainen (University of Joensuu)

Patrizia Selleri (University of Bologna)

Robert-Jan Simons (IVLOS, NL)

Andrea Smorti (University of Florence)

Jean Underwood (Nottingham Trent University)

Jaan Valsiner (University of Aalborg)

Jan van Aalst (University of Hong Kong)

Rupert Wegerif (University of Exeter)

Allan Yuen (University of Hong Kong)

Cristina Zucchermaglio (University of Rome "Sapienza")

Editorial Staff

Nadia Sansone – head of staff

Luca Tateo – deputy head of staff

Francesca Amenduni, Sarah Buglass,

Lorella Giannandrea, Hanna Järvenoja,

Mariella Luciani, F. Feldia Loperfido,

Katherine Frances McLay,

Audrey Mazur Palandre, Giuseppe Ritella

Web Responsible

Nadia Sansone



Publisher

Progedit, via De Cesare, 15

70122, Bari (Italy)

tel. 080.5230627

fax 080.5237648

info@progedit.com

www.progedit.com

qwerty.ckbg@gmail.com

http://www.ckbg.org/qwerty

Registrazione del Tribunale di Bari

n. 29 del 18/7/2005

© 2018 by Progedit

ISSN 2240-2950

Indice

<i>Editorial: Potentialities and risks of digital ubiquity</i> Stefano Cacciamani, M. Beatrice Ligorio	5
<i>Trajectories of knowledge builders – A learning lives approach</i> Ola Erstad	11
<i>Il peer feedback in un corso universitario blended: costruzione di uno schema di codifica</i> Stefano Cacciamani, Vittore Perrucci, Antonio Iannaccone	32
<i>Orchestrazione strumentale per l’inserimento di “Aule Virtuali” a scuola</i> Silvia Mazza, M. Beatrice Ligorio, Stefano Cacciamani	49
<i>Sexting: uno studio esplorativo su adolescenti italiani</i> Roberta Migliorato, Silvia Allegro, Caterina Fiorilli, Ilaria Buonomo, M. Beatrice Ligorio	66
<i>Come incoraggiare Data Security Awareness? Il caso del progetto Edu4Sec.</i> Daniela Frison, Alessio Surian	83
<i>Differenze di genere tra studenti nel linguaggio usato nelle e-mail</i> Maria Grazia Monaci, Laura De Gregorio	108



Differenze di genere tra studenti nel linguaggio usato nelle e-mail

*Maria Grazia Monaci**, *Laura De Gregorio**

DOI: 10.30557/QW000007

Abstract

This research examines gender differences in the linguistic style of Computer Mediated Communication (CMC) in e-mail exchanges. The gender salience of the context was varied by modifying the recipient of the e-mail (male or female) and the assigned topic of discussion (feminine, masculine and neutral). Participants comprised 485 (197F) university students who exchanged e-mails with a fictitious correspondent in the 12 experimental conditions of the design, obtained by crossing the gender of the two correspondents (sender and recipient) with three topics. Results show that women use fewer words, and that kinder and more tentative and emotional language is used when a woman writes to a man and viceversa. In addition, regardless of the recipient, women are more tentative when writing about a 'masculine' topic, and men are more tentative when writing about a 'feminine' topic. Interestingly, men use more emotional language when writing to a woman on a 'masculine' topic. The paper also considers whether the differences observed in English can be found in the Italian language.

* Università della Valle d'Aosta.

Corresponding author: m.monaci@univda.it



Keywords: Computer Mediated Communication (CMC); Gender Differences; Gender Saliency; Linguistic Style; E-mail

1. Introduzione

Lo studio delle differenze di genere nel linguaggio si è recentemente esteso a come uomini e donne comunicano attraverso gli attuali strumenti informatici e telefonici. Una prima ipotesi è che nella CMC (*Computer Mediated Communication*) l'assenza di indizi visivi possa portare a un'uguaglianza di status nelle comunicazioni attraverso Internet (*equalization hypothesis*) (Dubrovsky, Kiesler, & Sethna, 1991), liberandole dall'influenza degli stereotipi di genere. Tuttavia, è stato ipotizzato anche il contrario, che proprio l'anonimato enfatizzi le differenze legate all'appartenenza categoriale, quali quella di genere (Fischer, 2011; Mulac, Giles, Bradac, & Palomares, 2013; Postmes & Spears, 2002). Le comunicazioni via Internet sono raramente anonime, spesso gli interlocutori forniscono il proprio nome e le informazioni contestuali e l'identità individuale vengono usate per fare inferenze su scopi e implicazioni delle interazioni. Questo rimanda alla *gender-in-context hypothesis*, secondo cui l'emergere delle differenze dipenda da caratteristiche del contesto quali l'accessibilità dello stereotipo, come proposto da Turner, Hogg, Oakes, Reicher e Wetherell (1987) nella teoria della categorizzazione del Sé: quando una categoria sociale diventa saliente, gli individui pensano a sé stessi e agli altri più come a esemplari categoriali che come singole individualità e le persone si conformano agli attributi prototipici del gruppo di appartenenza, come l'identificazione con il gruppo femminile o maschile oppure essere tifosi del Milan o dell'Inter durante un derby. In condizioni di scarsa individuazione, le persone fanno in modo di farsi conoscere, rivelarsi, dire cose di sé mediante l'uso di strategie linguistiche (Postmes & Spears, 2002). Anche Herring (2000) sostiene che l'ipotetica uguaglianza indotta dall'anonimato e dalla mancanza di indizi visivi permessa dalla CMC non porti affatto a una diminuzione delle differenze di genere.

Fischer (2011), nella sua rassegna, conclude che le differenze di genere nella CMC restino simili a quelle nelle interazioni faccia a faccia, e in entrambe le modalità comunicative siano elicitate da contesti che evocano gli stereotipi di genere.

Ciò nonostante, almeno in alcuni casi, l'evidenza empirica sembra supportare l'ipotesi della somiglianza di genere (Dindia & Canary, 2006; Hyde, 2005). Uomini e donne appaiono più simili che diversi nel modo di scrivere una e-mail (Colley & Todd, 2002; Palomares, 2008), nel lasciare commenti sui forum online (Guiller & Durndell, 2006), nel rispondere a quiz su Internet (Palomares & Lee, 2010), nel fornire o ricevere supporto dagli amici (Basow & Rubenfeld, 2003), e non emergono differenze nello stile comunicativo e nei richiami alla democrazia in messaggi su argomenti tipizzati per genere (Atai & Chahkandi, 2012).

Diversi autori (Dalampan, 2006; Guiller & Durndell, 2006; Herring, 1996, 2000; Li, 2006) hanno, invece, sottolineato che anche nella CMC vi sarebbero due scopi contrapposti nel linguaggio maschile e femminile, in analogia alla *two culture theory* (Maltz &orker, 1982) che teorizza una differenza comunicativa netta tra uomini e donne: l'orientamento al potere e l'orientamento alla relazione. Il primo sarebbe caratterizzato da aggressività, autoritarismo, fornire informazioni; mentre il secondo da offerta di supporto, empatia nei confronti dell'interlocutore, gentilezza ed educazione.

La teoria di Lakoff (1975) sostiene che le donne usino un linguaggio che riflette lo stereotipo di diffidenza, timidezza, scarsa fiducia in sé che porta all'utilizzo di una globale e convenzionale maggiore cortesia. Esse producono affermazioni attenuate, si giustificano di più, fanno domande, cercano di essere cooperative, poco aggressive, contraddicono il meno possibile l'interlocutore (Huffaker & Calvert, 2005); inoltre, è più probabile che ringrazino, si scusino e usino espressioni di apprezzamento (Kaul & Kulkarni, 2005) e siano più infastidite dalla violazione delle norme della cortesia (Herring, 2000). Un elemento che sembra contraddistinguere il linguaggio femminile da quello maschile è l'utilizzo del *tentative language*, o linguaggio incerto (Dalampan, 2006; Palomares, 2008; Palomeres & Lee, 2010), caratterizzato da elementi qua-

li prese di distanza (*hedge*) come: una sorta di, circa, forse, ecc.; rinunce (*disclaimers*), come “non sono sicuro”, “potrei sbagliami”; domande etichetta (*tag questions*) come “giusto?”, “ho ragione?” (Palomares, 2009). Nonostante venga spesso citata come una caratteristica assodata del linguaggio femminile, le evidenze empiriche sono miste. Questa instabilità dei risultati è stata spiegata da alcuni autori, tra cui Palomares (2008; 2009), Palomares e Lee (2010) e Guiller e Durdell (2006), come la conseguenza sia di una diversa salienza di genere che il contesto fa emergere sia dal livello di conoscenza individuale di uno specifico argomento su cui si sta discutendo. Sembra infatti che le attività e gli interessi che stereotipicamente distinguono i due generi siano utilizzati, insieme allo stile linguistico, sia per simulare un genere diverso da quello di appartenenza (Williams & Mendelsohn, 2008) sia per identificare il genere dell’interlocutore (Savicki, Kelley, & Oesterreich, 1999). Le donne preferiscono parlare e scrivere di moda e acquisti mentre gli uomini di sport e automobili (Martin, 1997), e quando si trovano a discutere di argomenti opposti a quelli tipici del loro genere appaiono più incerti (Colley & Todd, 2002; Janssen & Murachver, 2004; Palomares, 2009).

Le donne considerano i messaggi e-mail più efficaci e facili da usare rispetto agli uomini, ne scrivono di più e controllano la e-mail più spesso, li usano per comunicare con amici e parenti, per rimanere in contatto con persone lontane, trovano questa modalità comunicativa più gratificante (V. J. Harper & E. J. Harper 2010) e il contenuto è più personale (Boneva, Kraut, & Frohlich, 2001). Inoltre, scrivono messaggi più brevi e ottengono meno risposte, usano più abbreviazioni, perlomeno nelle e-mail dirette a un superiore (Punyanunt-Carter & Hemby, 2006), laddove gli uomini postano messaggi più lunghi (Herring, 1996; Savicki & Kelley, 2000). Uno studio cross-culturale trova che messaggi più brevi e cortesi caratterizzano le culture collettiviste più di quelle individualiste, culture che si distinguono per una diversa rilevanza attribuita al contesto; le donne utilizzerebbero questo tipo di linguaggio per creare, fortificare e proteggere una relazione positiva con gli altri (Panina & Kroumova, 2015).

Diversi studi sono infine concordi nell'affermare che le donne esprimono più emozioni (Fischer, 2011; Mulac et al., 2013; Postmes & Spears, 2002), con differenze anche qualitative: le donne esprimono emozioni più positive e gli uomini più negative (Williams & Mendelsohn, 2008). Sia scrivendo un'e-mail (Palomares, 2009), sia in un forum scolastico online (Guiller & Durndell, 2006), sia nei contenuti dei blog (O'Kearney & Dadds, 2004), sia discutendo in una chat (Palomares & Lee, 2010), il numero di espressioni di emozioni è maggiore rispetto alla controparte maschile e uno stile più emozionale caratterizzerebbe le donne perlomeno nei gruppi online solo femminili (Savicki & Kelley, 2000). Il genere in sé può, dunque, agire da fattore contestuale nell'influenzare le comunicazioni.

2. La ricerca

Lo scopo di questa è indagare le differenze di genere nella CMC, esaminando e-mail scambiate tra studenti universitari. La maggior parte degli studi in questo ambito è stata condotta in lingua inglese; un duplice scopo è stato quindi di verificare se lo stile linguistico in lingua italiana presentasse analogie rispetto a quanto riportato in letteratura. Il disegno sperimentale è ispirato a uno studio di Palomares (2009), di cui costituisce in parte una replica sebbene ricontestualizzata rispetto al nostro specifico ambito culturale e linguistico. Rispetto allo studio citato, non è stata misurata l'adesione individuale agli stereotipi di genere che avrebbero richiesto di identificare individualmente i partecipanti, mentre il nostro studio è stato condotto esclusivamente a distanza e non in laboratorio, garantendo il totale anonimato ai partecipanti. Abbiamo variato la salienza di genere negli scambi e-mail con messaggi che venivano indirizzati nell'intragruppo (maschi vs maschi o femmine vs femmine) oppure nell'intergruppo (maschi vs femmine o viceversa), e chiedendo ai partecipanti di discutere argomenti tipizzati come femminile, maschile o neutro. Inoltre, in base all'analisi della letteratura, sono state aggiunte delle ipotesi su ulteriori variabili oltre al linguaggio incerto e ai riferimenti a emozioni indagati da Palomares (2009); in particolare, il nostro interesse era

verificare l'influenza del contesto comunicativo sulle espressioni di gentilezza e la lunghezza dei messaggi.

Nello specifico:

- i)* Analogamente a Palomares (2009), ipotizziamo che gli uomini useranno un linguaggio più incerto quando l'argomento è femminile rispetto a quando esso è maschile nell'intergruppo, ma non nell'intragruppo; specularmente, le donne useranno un linguaggio più incerto quando l'argomento è maschile rispetto a quando è femminile nell'intergruppo, ma non nell'intragruppo; quando l'argomento è neutro saranno entrambi ugualmente incerti.
- ii)* Per quanto riguarda i riferimenti a emozioni, Palomares (2009) ipotizzava che non variassero attraverso le condizioni del disegno; tuttavia, trova maggiori riferimenti a emozioni nell'intergruppo e un effetto principale del genere, con un maggior uso da parte delle donne (oltre a un effetto dell'argomento). Riassumendo le evidenze empiriche, sembra dubbio asserire che le differenze di genere nella CMC possano emergere indipendentemente dal contesto (Postmes & Spears, 2002; Savicki & Kelley, 2000); formuliamo quindi un'ipotesi analoga a quella sul linguaggio incerto.
- iii)* In aggiunta alle ipotesi di Palomares ipotizziamo che anche la cortesia del messaggio sia influenzata dal contesto, sebbene gli studi precedenti siano scarsi e trovino solitamente un suo maggior uso da parte delle donne (Kaul & Kulkarni, 2005).
- iv)* Infine, ipotizziamo che le donne utilizzeranno un minor numero di parole in tutti i contesti, non essendo questa una caratteristica dello stile linguistico connotata dallo stereotipo di genere e quindi influenzabile dalla salienza di genere.

3. Metodo

3.1. Partecipanti

Hanno partecipato 485 studenti (197F) dell'Università della Valle d'Aosta (304, 200F) e del Politecnico di Torino (n = 181, 55F). Le facoltà coinvolte dell'Università della Valle d'Aosta erano di tipo psi-

cologico, economico e umanistico, mentre i corsi di laurea del Politecnico di Torino erano esclusivamente tecnici. Questo ha permesso una maggior rappresentatività dei due generi all'interno del contesto universitario. Le relative differenze sono state controllate e il fattore Ateneo aggiunto alle analisi, ma non emergono differenze sostanziali e nessuna interazione significativa con gli altri fattori considerati.

3.2. Pre-test

Per individuare gli argomenti di conversazione è stato chiesto a dieci uomini e dieci donne di giudicare su una scala bipolare a 7 punti quanto ciascuno dei nove argomenti proposti fosse tipicamente maschile, neutro e femminile. L'argomento valutato come più maschile è stato *Chi ha vinto lo scudetto del 2014? Cosa pensi del calcio italiano di oggi?* ($M = 1.4$, $DS = 0.58$), quello più femminile *Quali negozi di abbigliamento della tua città suggeriresti a un'amica che deve comprare un vestito per una cerimonia?* ($M = 6.65$, $SD = 0.57$); quello neutro *Qual è l'ultimo libro che hai letto e che ti è piaciuto? Racconta brevemente la trama.* ($M = 4.45$, $SD = 0.53$). Gli argomenti selezionati sono simili a quanto emerso in altri studi (Martin, 1997; Palomares, 2009; Postmes & Spears, 2002).

3.3. Procedura

Grazie alla collaborazione dell'ufficio informatico dell'Università della Valle d'Aosta abbiamo creato otto indirizzi e-mail, quattro con un nome fittizio maschile e quattro femminile, con cognomi verosimili. Sono stati creati otto indirizzi per diminuire la probabilità che gli studenti confrontandosi potessero dubitare della veridicità dell'interlocutore.

Le condizioni sperimentali previste erano dodici, ottenute incrociando il genere dei due interlocutori (mittente e destinatario) con i tre argomenti (femminile, maschile e neutro). Ottenuti gli indirizzi di posta elettronica istituzionali di tutti gli studenti iscritti ($N = 1239$,

893F), questi sono stati suddivisi tra appartenenti a uomini e a donne e successivamente accoppiati in modo casuale agli otto e-mail fittizi e rispetto ai tre argomenti (maschile, femminile e neutro).

Nel caso degli studenti del Politecnico di Torino è stata inviata dalla segreteria studenti interna una e-mail in cui li si invitava a partecipare allo studio. Chi accettava entrava in una pagina Internet mediante un link apposito e inviava un indirizzo di posta elettronica (universitario o privato) attraverso cui potessimo inviargli l'e-mail, in partenza da uno degli indirizzi fittizi, modificando genere del mittente e argomento.

Ogni messaggio aveva per oggetto: “gli studenti comunicano via mail”. Il testo delle e-mail era:

“Ciao (*nome proprio del soggetto*)!

Nell'ambito di una ricerca condotta nel corso di laurea di Psicologia sulle modalità comunicative che vengono utilizzate nello scambio di e-mail tra studenti sono stato/a abbinato/a a te per scriverti una e-mail di qualche riga su questo argomento (*uno dei tre: femminile/maschile/neutro*).

Ciò che ci scriveremo resterà assolutamente riservato e i dati ricavati saranno utilizzati in forma aggregata per analisi statistiche. Il tuo contributo è molto prezioso ai fini della ricerca, spero che mi risponderai presto!”

3.4. Analisi dei dati

Per la codifica dei messaggi abbiamo chiesto supporto a due linguisti (che anonimamente ringraziamo) che ci hanno guidato nella traduzione di forme linguistiche citate in studi anglofoni che non hanno un chiaro corrispettivo nella lingua italiana. Due giudici indipendenti (*blind* alle condizioni) hanno inizialmente esaminato congiuntamente 50 messaggi. Dopo aver concordato i criteri e aver raggiunto il 100% dei consensi, hanno separatamente analizzato tutti i testi. In seguito sono stati ulteriormente discussi i casi dubbi. Per ogni e-mail è stato assegnato un valore numerico contando le frequenze per quattro variabili:

Linguaggio incerto, sommando i termini che si riferiscono a:

- “cautele”, come: una sorta di, una specie di, un genere di, probabilmente, può essere che, pressappoco, suppergiù, più o meno, circa, presumibilmente, verosimilmente, forse;
- “tag questions”, ovvero tutte quelle domande formulate allo scopo di ottenere un feedback da parte dell’interlocutore, come: è vero? ho ragione? non è così? giusto? è corretto? tu che ne pensi?;
- “prese di distanza”, come: non sono sicuro, potrei sbagliami, non sono un esperto, non fidarti di me, bisogna ricontrollare, non sono certo/a, non sono uno specialista di questo, non sono la persona giusta a cui chiedere.

Successivamente, queste tre categorie linguistiche sono state sommate fra loro ottenendo un indicatore complessivo di linguaggio incerto, in analogia a quanto fatto da Palomares (2009).

Riferimenti a emozioni, considerando quelle espresse mediante un verbo, per esempio: sono desolata, e le parole che le rappresentano, come: sono felice, mi disgusta, ecc.

Espressioni di cortesia; sono state considerate formulazioni, usate particolarmente in apertura e chiusura delle e-mail, quali: prego, gentilmente, mi scuso (Kaul & Kulkarni, 2005).

Numero assoluto di parole in ciascun messaggio.

Successivamente abbiamo sottoposto i dati dell’analisi testuale a un’analisi di varianza $2 \times 2 \times 3$: genere del mittente \times genere del destinatario \times tipizzazione dell’argomento. La correzione post-hoc di Bonferroni è stata applicata ai contrasti per le variabili con più di due categorie (vale a dire l’argomento).

4. Risultati

Il linguaggio incerto

Le medie nelle 12 condizioni sperimentali sono riportate nella Figura 1. Dall’Anova emerge l’effetto principale dell’argomento ($F_{(484,2)} = 16.6$, $p < .001$, $\eta^2 = .07$), con un maggior uso di linguaggio incerto

nei messaggi con argomento maschile (media 2.17 rispetto a 1.63 femminile e 1.06 neutro)¹.

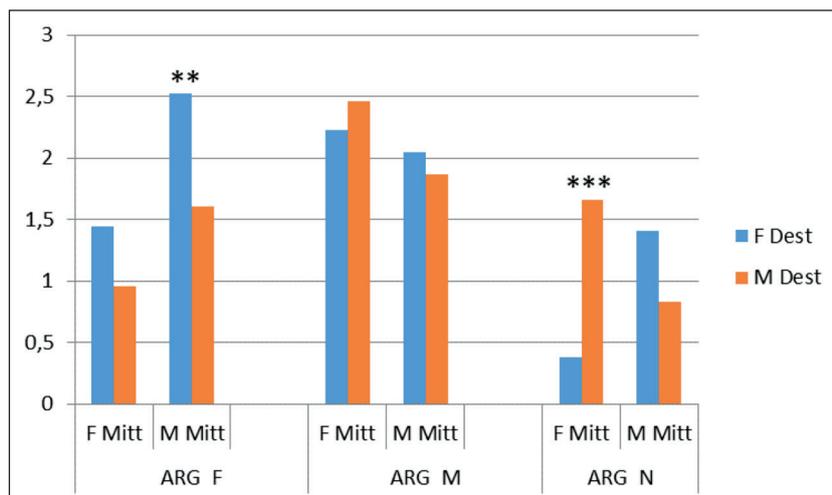


Figura 1. Uso del linguaggio incerto nei messaggi che uomini e donne spediscono a destinatari uomini o donne su argomenti femminile/maschile/neutro. *** $p < .001$; ** $p < .01$

Tuttavia, per la verifica delle ipotesi siamo più interessate alle interazioni. Sono significative tutte le interazioni a due vie (ma non l'interazione a tre vie): Mittente x Destinatario ($F_{(484,1)} = 8.5$, $p < .005$, $\eta^2 = .018$), con un effetto intergruppo e i mittenti maschi più incerti con destinatario femminile e le femmine più incerte con destinatario maschile (tranne per l'argomento femminile dove il linguaggio è sempre più incerto scrivendo a una donna); Mittente x Argomento ($F_{(484,2)} = 7.7$, $p < .001$, $\eta^2 = .024$), con nessuna

¹ Le stesse analisi di varianza sono state condotte usando, invece del numero assoluto di categorie linguistiche presenti nei testi, la proporzione delle stesse rispetto al numero di parole totali del messaggio oppure i punti z. I risultati sostanzialmente non si modificano, quindi, per semplicità di lettura, si riportano i dati con i numeri assoluti, in analogia con quanto fatto da Palomares (2009).

differenza di genere per l'argomento neutro, mentre le donne sono più incerte scrivendo di un argomento maschile e i maschi scrivendo di un argomento femminile, mentre sono ugualmente incerti se l'argomento è neutro, indipendentemente dal destinatario; Destinatario x Argomento ($F_{(484,2)} = 3.8, p < .05, \eta^2 = .016$), il linguaggio è più incerto scrivendo a una donna che non a un uomo su argomento femminile, mentre poco cambia se l'argomento è neutro o maschile, indipendentemente dal mittente. Ai confronti mediante t-test la differenza risulta significativa quando i mittenti maschi scrivono a destinatari maschi o femmine su argomenti femminili ($t = 2.380, p < .01$) e quando mittenti femmine scrivo a destinatari maschi o femmine su argomenti neutri ($t = 3.88, p < .001$)

Le emozioni

Per i riferimenti a emozioni (medie riportate nella Figura 2), analogamente al linguaggio incerto, emerge come unico effetto principale la tipizzazione dell'argomento ($F_{(484,1)} = 8.5, p < .005, \eta^2 = .018$), con più riferimenti a emozioni nei messaggi con argomento neutro (media 4.0 rispetto a 2.0 maschile e 0.80 femminile).

Sono significative tutte le interazioni a due vie, a cui si aggiunge l'interazione a tre vie ($F_{(484,2)} = 10.5, p < .001, \eta^2 = .042$). Mittente x Destinatario ($F_{(484,1)} = 22.8, p < .001, \eta^2 = .046$): si usano più riferimenti a emozioni scrivendo nell'intergruppo, specie su argomento neutro; Mittente x Argomento ($F_{(484,2)} = 8.7, p < .001, \eta^2 = .036$): se il mittente è una donna usa più emozioni rispetto a quando è maschio per l'argomento neutro; Destinatario x Argomento ($F_{(484,2)} = 7.8, p < .001, \eta^2 = .032$): se il destinatario è maschio si usano più emozioni per l'argomento neutro. Ai confronti mediante t-test la differenza risulta significativa quando i mittenti femmine scrivono a destinatari maschi o femmine su argomenti neutri ($t = 4.25, p < .001$).

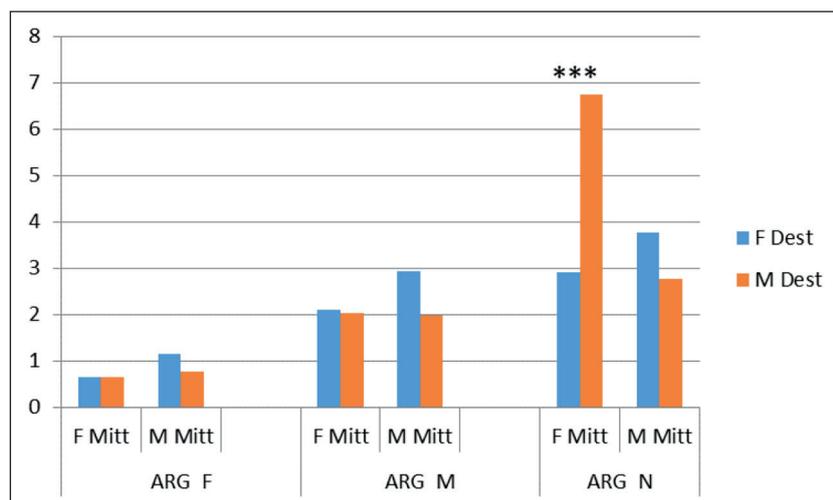


Figura 2. Riferimenti a emozioni nei messaggi che uomini e donne spediscono a destinatari uomini o donne su argomenti femminile/maschile/neutro. *** $p < .001$

Le espressioni di cortesia

Per quanto riguarda i segnali di cortesia, emerge l'effetto principale dell'argomento ($F_{(484,2)} = 6.3, p < .005, \eta^2 = .026$): sono più frequenti per l'argomento neutro (3.2 vs 2.8 Maschile e 2.7 Femminile). Emerge, inoltre, un'interazione significativa fra genere del destinatario e del mittente ($F_{(484,1)} = 6.5, p < .01, \eta^2 = .014$); come si può osservare nella Figura 3, il linguaggio è più cortese nell'intergruppo. Ai confronti mediante t-test la differenza risulta significativa solo per i mittenti donne ($t = 2.10, p < .05$).

Lunghezza dei messaggi

Sul numero di parole totali emergono due effetti principali: genere del mittente e argomento. Confermando la nostra ipotesi, sono le donne a usare meno parole (in media 99.8 vs 115.5 dei maschi; $F_{(484,1)}$

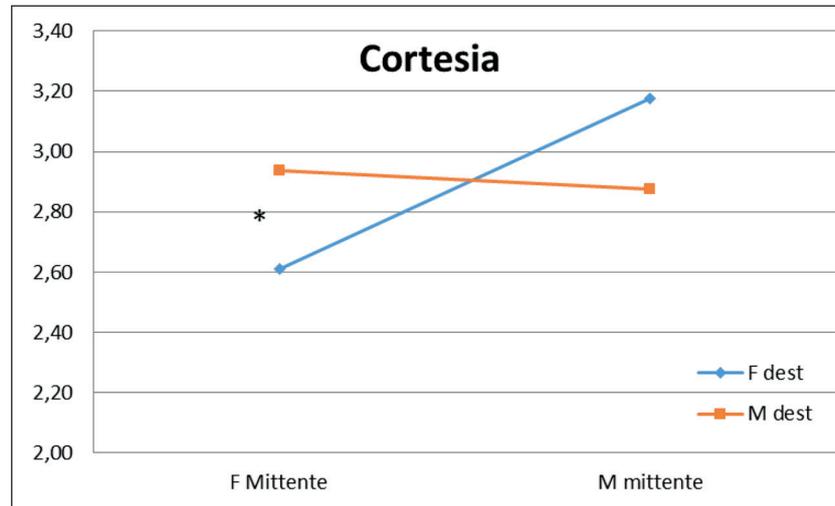


Figura 3. Utilizzo di espressioni di cortesia nei messaggi che uomini e donne spediscono a destinatari uomini o donne. * $p < .05$

= 4.6, $p < .05$, $\eta^2 = .06$); e l'argomento neutro a farne scrivere di più (151.3 vs 105.8 maschile e 66.9 femminile; ($F_{(484,1)} = 41.5$, $p < .001$, $\eta^2 = .01$). Non emergono interazioni significative.

5. Discussione

Lo studio ha indagato se lo stile linguistico negli scambi e-mail fra studenti universitari maschi e femmine su argomenti tipizzati per genere si differenziasse anche nella lingua italiana. I risultati mostrano una sostanziale conferma delle nostre ipotesi, ovvero che emergono differenze di genere ma differenziate a seconda della salienza di genere indotta dal contesto, vale a dire dell'essere messaggi indirizzati nell'intergruppo o nell'intragruppo e dell'argomento trattato. Indipendentemente dai valori assoluti, visto che è l'argomento maschile – parlare di calcio – a indurre un linguaggio più incerto e l'argomento neutro – parlare di libri – un maggior uso di emozioni, sia per il linguaggio incerto che per i riferimenti a emozioni emerge un effetto in-

tergruppo, con i messaggi che ne contengono di più quando è una donna a scrivere un uomo o viceversa, specie se l'argomento è neutro. Se l'argomento è femminile – parlare di vestiti –, il linguaggio è più incerto e con più riferimenti a emozioni nei messaggi con mittenti maschi, indipendentemente dal destinatario. Se l'argomento è maschile, il linguaggio è specularmente più incerto con mittenti donne, ma troviamo più emozioni nei messaggi con mittenti maschi benché solo se il destinatario è una donna. Viene, quindi, parzialmente confermata la nostra ipotesi, ovvero che gli uomini avrebbero usato un linguaggio più incerto con argomento femminile rispetto a maschile e che, specularmente, le donne avrebbero usato un linguaggio più incerto con argomento maschile rispetto a femminile nell'intergruppo ma non nell'intragruppo. Infatti, l'argomento maschile (calcio) ha indotto un maggiore utilizzo di un linguaggio incerto soprattutto nelle donne, ma indipendentemente dal genere del destinatario; similmente, l'argomento femminile (vestiti) ha aumentato il livello di incertezza nel linguaggio utilizzato dagli uomini senza differenze con un destinatario donna o uomo. Viene confermata l'ipotesi rispetto all'argomento neutro, che non prevedeva differenze nell'uso di un linguaggio incerto da parte dei due generi. Per quanto riguarda la seconda ipotesi, ovvero il riferimento a emozioni, si evidenzia che l'argomento neutro porta a esprimere più emozioni in tutte le condizioni sperimentali; contrariamente a quanto ipotizzato, trattare un argomento maschile rispetto a femminile fa aumentare il numero di emozioni espresse soprattutto nella condizione intergruppo, quando un uomo scrive a una donna. La nostra terza ipotesi prevedeva che la cortesia espressa nei messaggi fosse influenzata dal contesto, sebbene Kaul e Kulkarni (2005) avessero riscontrato in generale un maggior uso da parte delle donne; i nostri risultati evidenziano un uso maggiore di forme di cortesia da parte sia di uomini che di donne nella sola condizione intergruppo, confermando quindi che è un diverso contesto comunicativo a influenzarne l'uso. La quarta ipotesi, infine, trova totale conferma: le donne hanno scritto messaggi più brevi in tutte le condizioni sperimentali.

In letteratura i dati sulle differenze di genere nella CMC sono spesso contraddittori (Leaper & Robnett, 2011). Nel contesto italiano troviamo alcune conferme ma anche discordanze. Si conferma che le

donne usano meno parole e che il linguaggio diviene più incerto e anche più emotivo nella comunicazione intergruppo. Fra le discordanze, non trova conferma qui il risultato di Palomares (2009) che quando l'argomento della conversazione è neutro gli uomini e le donne useranno un linguaggio incerto in modo simile sia nel contesto intergruppo che infragruppo, anzi l'effetto intergruppo è più marcato. Quando l'argomento è tipizzato per genere, il linguaggio incerto, considerato da molti (Dalampan, 2006; Stuhlmacher, Citera, & Willis, 2007) una caratteristica tipica del linguaggio femminile, in realtà prevale il fatto che viene strumentalmente utilizzato dalle persone, siano essi maschi o femmine, rispetto alla loro conoscenza di uno specifico argomento, questo in analogia a quanto precedentemente emerso (Colley & Todd, 2002; Janssen & Murachver, 2004; Palomares, 2009). La seconda discordanza è che, differentemente da Palomares (2009), Palomares e Lee (2010) e da Mulac, Bradac e Gibbons (2001), non abbiamo riscontrato in assoluto un uso maggiore di riferimenti a emozioni nelle donne. Anzi, in modo controsteretipico sono stati gli uomini a utilizzare più riferimenti a emozioni, rispetto alle donne, su un argomento maschile come il calcio, sebbene solo scrivendo a una donna. È vero che l'argomento femminile ne ha sollecitate ben poche; resta comunque vero che sono le donne a usarne di più quando l'argomento è neutro e suscita emozioni.

Analogamente alle emozioni, un effetto intergruppo emerge anche per la cortesia; quindi, anch'essa è influenzata dal contesto e non è una caratteristica sempre tipica dello stile femminile, come emerso altrove (Kaul & Kulkarni, 2005).

Questo studio presenta dei limiti. Sebbene siano state inviate molte e-mail, la percentuale di risposta è stata relativamente bassa (304 risposte su 1322 e-mail inviate ad Aosta, solo volontari a Torino) e non abbiamo modo di controllare se vi sono differenze fra partecipanti e la popolazione. Un ulteriore limite è legato all'alto livello di istruzione dei partecipanti: in un contesto universitario è possibile che uomini e donne comunichino in modo più paritario e che le donne usino un linguaggio più assertivo; tuttavia, i confronti sono con risultati ottenuti sempre con studenti universitari. Un altro limite è l'aver utilizzato un solo argomento per la tipizzazione

maschile, femminile, neutrale, che ne limita la possibilità di generalizzazione.

Ciò nonostante, i risultati ci sembrano interessanti per due ragioni distinte: una nostra prima aspettativa era che la lingua italiana, grammaticalmente più caratterizzata da una differenziazione di genere rispetto all'inglese, insieme al fatto che l'Italia è considerata uno dei paesi occidentali più maschilisti (Volpato, 2013), avrebbe acuito il carattere stereotipico del linguaggio utilizzato rispettivamente da uomini e donne, mentre non troviamo effetti di genere non legati al contesto, tranne per la lunghezza del messaggio. Differenze di genere emergono per ogni caratteristica del linguaggio ma solo se tale caratteristica è rilevante per il prototipo di genere reso saliente. Non troviamo dunque sostegno alla *gender-as-culture hypothesis* (Maltz & Borke, 1982) che sostiene che il linguaggio di genere sarebbe indipendente dal contesto, ma nemmeno a una fondamentale somiglianza di genere nella CMC (Hyde, 2005): è il contesto insieme alle diverse situazioni comunicative a determinare l'acuirsi delle differenze linguistiche.

Studi successivi dovrebbero ampliare l'utilizzo di argomenti tipizzati per genere; sarebbe inoltre importante analizzare le comunicazioni tra uomini e donne di diverse età e posizioni lavorative, in scambi reali di e-mail, per osservare il linguaggio utilizzato quotidianamente, dove è ipotizzabile che le asimmetrie di genere si insinuino più facilmente. In secondo luogo, si dovrebbero considerare differenti modalità di CMC, che possono avere conseguenze diverse sugli stili comunicativi: smartphone e comunicazioni sincrone, con conoscenti vs sconosciuti, gruppi online, chat, social network, messaggi con l'uso di emoticon, che possono indurre linguaggi più emotivi in entrambi i generi.

References

- Atai, M. R., & Chahkandi, F. (2012). Democracy in computer-mediated communication: Gender, communicative style, and amount of participation in professional listservs. *Computers in Human Behavior*, 28(3), 881-888.

- Basow, S. A., & Rubenfeld, K. (2003). "Troubles talk": Effects of gender and gender-typing. *Sex Roles*, 48, 183-187.
- Boneva, B., Kraut, R., & Frohlich, D. (2001). Using e-mail for personal relationships: The difference gender makes. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 530-549.
- Burrell, N. A., Mabry, E. A., & Allen, M. (2010). Gender style differences in mediated communication. In J. Park, E. G. Abels, J. Park, E. G. Abels (Eds.), *Interpersonal Relations and Social Patterns in Communication Technologies: Discourse Norms, Language Structures and Cultural Variables* (pp. 121-140). Hershey, PA, US: Information Science Reference/IGI Global.
- Colley, A., & Todd, Z. (2002). Gender-linked differences in the style and content of e-mails to friends. *Journal of Language and Social Psychology*, 21(4), 380-392. doi: 10.1177/026192702237955
- Dalampan, A. E. (2006). Gender issues in computer-mediated communications. *TESL Working Paper Series*, 4, 59-66.
- Derks, D., Fischer, A. H., & Bos, A. E. (2008). The role of emotion in computer-mediated communication: A review. *Computers in Human Behavior*, 24(3), 766-785.
- Dindia, K., & Canary, D. J. (2006). Sex differences and similarities in communication. *Psychology Press*, 2, 3-20.
- Dubrovsky, V. J., Kiesler, S., & Sethna, B. N. (1991). The equalization phenomenon: Status effects in computer-mediated and face-to-face decision-making groups. *Human Computer Interaction*, 6, 119-146.
- Fischer, A. (2011). Gendered social interactions in face-to-face and computer-mediated communication. In A. Kappas, N. C. Krämer, A. Kappas, & N. C. Krämer (Eds.), *Face-to-face Communication Over the Internet: Emotions in a Web of Culture, Language and Technology* (pp. 53-77). New York, NY: Cambridge University Press.
- Guiller, J., & Durdell, A. (2006). 'I totally agree with you': Gender interactions in educational online discussion groups. *Journal of Computer Assisted Learning*, 22, 368-381.
- Harper, V. J., & Harper, E. J. (2010). Gender differences in perceived gratifications obtained through electronic mail. *Quarterly Review of Distance Education*, 11(1), 47-51.
- Herring, S. C. (1996). Gender and democracy in Computer-Mediated. *Computerization and Controversy: Value Conflicts and Social Choices*, 476-489.
- Herring, S. C. (2000). Gender differences in CMC: Findings and implications. *Computer Professionals for Social Responsibility Journal*, 18(1), 0.

- Huffaker, D. A., & Calvert, S. L. (2005). Gender, identity, and language use in teenage blogs. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10.
- Hyde, J. S. (2005). The gender similarities hypothesis. *American Psychologist*, 60, 581-92.
- Janssen, A., & Murachver, T. (2004). The relationship between gender and topic in gender-preferential language use. *Written Communication*, 21(4), 344-367.
- Kaul, A., & Kulkarni, V. (2005). *Coffee, Tea, Or ...?: Gender and Politeness in Computer Mediated Communication (CMC)*. IIMA Working Papers.
- Lakoff, R. (1975). *Language and Woman's Place*. New York, NY: Harper & Row.
- Leaper, C., & Robnett, R. D. (2011). Women are more likely than men to use tentative language, aren't they? A meta-analysis testing for gender differences and moderators. *Psychology of Women Quarterly*, 35(1), 129-142.
- Li, Q. (2006). Computer-Mediated Communication: A meta-analysis of male and female attitudes and behaviors. *International Journal on E-Learning*, 5(4), 525-570.
- Maltz, D. N., & Borker, R. A. (1982). A cultural approach to male-female miscommunication. In J. A. Gumperz (Ed.), *Language and Social Identity*. London: Cambridge University Press, 196-216.
- Martin, R. (1997). "Girls don't talk about garages!": Perceptions of conversation in same- and cross-sex friendships. *Personal Relationships*, 4, 115-130.
- Mulac, A., Bradac, J., & Gibbons, P. (2001). Empirical support for the gender-as-culture hypothesis an intercultural analysis of male/female language differences. *Human Communication Research*, 27, 121-152.
- Mulac, A., Giles, H., Bradac, J. J., & Palomares, N. A. (2013). The gender-linked language effect: An empirical Test of a General Process Model. *Language Sciences*, 38, 22-31.
- O'Kearney, R., & Dadds, M. (2004). Developmental and gender differences in the language for emotions across the adolescent years. *Cognition and Emotion*, 18, 913-938.
- Palomares, N. A. (2008). Explaining gender-based language use: Effects of gender identity salience on references to emotion and tentative language in intra- and intergroup contexts. *Human Communication Resource*, 34, 263-86.
- Palomares, N. A. (2009). Women are sort of more tentative than men, aren't they? How men and women use tentative language differently, similarly,

- and counterstereotypically as a function of gender salience. *Communication Research*, 36, 538-60.
- Palomares, N. A., & Lee, E. J. (2010). Virtual gender identity: The linguistic assimilation to gendered avatars in computer-mediated communication. *Journal of Language and Social Psychology*, 29, 5-23.
- Panina, D., & Kroumova, M. (2015). Cross-cultural communication patterns in computer mediated communication. *Journal of International Education Research*, 11(1), 1-6.
- Postmes, T., & Spears, R. (2002). Behavior online: Does anonymous computer communication reduce gender inequality? *Personality And Social Psychology Bulletin*, 28(8), 1073-1083. doi: 10.1177/01461672022811006
- Punyanunt-Carter, N. M., & Hemby, C. O. (2006). College students' sender differences regarding E-Mail. *College Student Journal*, 40(3), 651-653.
- Savicki, V., & Kelley, M. (2000). Computer Mediated Communication: Gender and group composition. *Cyberpsychology & Behavior*, 3(5), 817-826.
- Savicki, V., Kelley, M., & Oesterreich, E. (1999). Judgments of gender in computer-mediated communication. *Computers In Human Behavior*, 15(2), 185-94.
- Stuhlmacher, A. F., Citera, M., & Willis, T. (2007). Gender differences in virtual negotiation: Theory and research. *Sex Roles: A Journal of Research*, 57(5-6), 329-339.
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., & Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the Social Group: A Self-Categorization Theory*. New York, NY: Basil Blackwell.
- Volpato, C. (2013). *Psicologia del maschilismo*. Roma-Bari: Laterza.
- Williams, M. J., & Mendelsohn, G. A. (2008). Gender clues and cues: Online interactions as windows into lay theories about men and women. *Basic and Applied Social Psychology*, 30, 278-294.