

Vera Gheno [v.gheno@bdrstudio.com](mailto:v.gheno@bdrstudio.com)

17 marzo 2004

### Analisi sociolinguistica di un newsgroup

Ambiti della Comunicazione Mediata dal Computer: **e-mail, mailing list, chat line, newsgroup** ovvero **gruppi di discussione telematici, siti web, MUD – Multi User Dungeon/Domain, blog, forum di discussione dei siti...**

«Quando si parla di Internet spesso ci si riferisce solo al World Wide Web e alla posta elettronica. Di fatto, però, la Rete comprende molteplici realtà, più o meno strutturate, che operano secondo logiche proprie e differenti dalle pagine ipertestuali e multimediali. Una di queste è rappresentata dalle “comunità virtuali”, ossia da aggregazioni sociali che si manifestano in appositi ambienti di Internet e che funzionano e si esprimono attraverso proprie modalità»<sup>1</sup>.

**La rete dei NG, o Usenet (d’ora in poi UN), è nata in America, tra gli anni ’70 e ’80, come alternativa “povera” all’Internet degli albori, chiamata ARPANet<sup>2</sup>.**

**Che cos’è un newsgroup?** Il gruppo di discussione telematico è stato talvolta paragonato a una *tazebao* virtuale, a una bacheca pubblica che offre la possibilità di inserire e leggere vari messaggi<sup>3</sup>. Il paragone, in realtà, funziona solamente a un livello superficiale: in entrambi i casi si tratta senza dubbio di spazi creati per depositare messaggi accessibili al pubblico. Tuttavia, a un’analisi più dettagliata emergono differenze sostanziali: in primo luogo, i messaggi depositati in una bacheca non hanno una vera organizzazione o sequenzialità e, in secondo luogo, in essa non avviene vera interazione. Se un messaggio viene letto, la risposta normalmente è prevista fuori dallo spazio mediatico rappresentato dalla bacheca stessa: per esempio, si potrà chiamare un certo numero di telefono.

È più corretto descrivere un *newsgroup* come un *forum pubblico*, una *piazza virtuale dedicata alla discussione su un argomento prefissato*. La conversazione procede attraverso l’invio di *articoli* – così vengono chiamati i messaggi in questo contesto per differenziarli da quelli di posta elettronica – che si **strutturano come e-mail concatenate in sequenze (thread)**, ordinate in base al loro titolo (*subject*). I NG, come già accennato, sono **pubblici**, e chiunque vi può scrivere, anche in maniera – almeno superficialmente – anonima.

**I newsgroup di lingua italiana si dividono in varie gerarchie: quella “ufficiale” inizia con *it.*, e l’elenco aggiornato dei NG appartenenti a tale gerarchia è visibile all’indirizzo <http://www.news.nic.it/gruppi-it.html>. Il Gruppo di Coordinamento News-it (GCN) l’organizzazione volontaria che gestisce lo spazio ufficiale italiano. Esistono anche altre gerarchie, meno controllate e meno strutturate, come *free.it* e *tin.it***

**Rheingold 1993-1994, p.139:** [Funzionamento della rete dei newsgroup, o *Usenet*]: «L’entità fondamentale di Usenet è il singolo messaggio. Chiunque abbia accesso alla rete può inviare un messaggio elettronico specifico firmato. Il messaggio non è però indirizzato a un individuo né a un elenco postale, ma all’argomento di dibattito, che viene definito *newsgroup*. [...] Non appena il nodo di servizio a cui sono collegato si mette in comunicazione con un altro computer [...], il messaggio viene smistato con la posta elettronica. Quando il computer successivo della rete riceve il messaggio, controlla quali newsgroup contiene, copia tutti i messaggi relativi ai newsgroup residenti nel nodo, e infine lo smista alla postazione successiva. Ogni messaggio ha un numero d’identificazione che consente di evitare la presenza di informazioni ridondanti».

Nell’ambito della CMC i newsgroup sono facilmente studiabili per tre motivi:

- a) il cosiddetto *paradosso dell’osservatore* rilevato da Labov per la prima volta nel 1971 e citato, tra gli altri, da Orletti 2004<sup>4</sup>, non sussiste in tale caso perché, mentre su una chat, come nota Orletti, «se si entra in un canale molto affollato, la nostra presenza non sarà *particolarmente* notata perché si entra e si esce dai canali con estrema frequenza e capacità», su un NG, finché non si inizia a scrivere, la presenza dell’osservatore è totalmente nascosta agli occhi degli utenti;
- b) non è necessario registrare i dati a parte, adottando particolari accorgimenti, come va fatto, per esempio, sulle chat line<sup>5</sup>, perché questi sono duraturi: dapprima rimangono per vari giorni sul server – a seconda del traffico esistente sul NG, e anche successivamente, quando vengono rimossi, vengono memorizzati in banche dati tra le quali spicca quella di *Déja News*, acquisita nel 2001 dalla società che possiede il motore di ricerca Google<sup>6</sup>. L’archivio, liberamente accessibile dalla pagina del motore di ricerca, raccoglieva nel 2001 più di ottocento milioni di messaggi<sup>7</sup>;
- c) la questione della riservatezza dei dati personali provoca meno problemi che nell’acquisizione di dati riguardanti la posta elettronica o gli SMS: i messaggi inviati a un NG, a differenza delle e-mail ma anche delle mailing list, sono a

<sup>1</sup> Mascio 2004, p. 149.

<sup>2</sup> Acronimo che sta per *Advanced Research Project Agency Network*.

<sup>3</sup> Cfr. ad es. Fiormonte-Cremascoli 1998, p. 274.

<sup>4</sup> Cfr. Orletti 2004, p. 315.

<sup>5</sup> Cfr. ad es. quanto scrivono in proposito Orletti 2004b e Pistolesi 2004.

<sup>6</sup> [www.google.com](http://www.google.com) o [www.google.it](http://www.google.it)

<sup>7</sup> L’acquisizione della banca dati da parte di Google ha permesso la sua indicizzazione con il motore di ricerca: in questo modo l’utente può compiere una ricerca separata, all’interno dei gruppi di discussione, semplicemente scegliendo l’opzione *Gruppi* tra le varie possibilità offerte sulla pagina iniziale del motore di ricerca.

