

I N D I C E

COMMENTI

RAFFAELE SIMONE	SOS DAL SIS	196
•	I COLLABORATORI DI QUESTO NUMERO	195

L'ITALIANO E LE ALTRE LINGUE

GIOVANNI NENCIONI	IL DESTINO DELLA LINGUA ITALIANA	198
RAFFAELE SIMONE	GEOPOLITICA DELLE LINGUE	208

LINGUAGGIO PUBBLICO

GIORGIO BINI	UN PO' DI CORRETTEZZA NON GUASTA	218
--------------	----------------------------------	-----

SPECIALE SCUOLA

DARIO CORNO	L'INTELLIGENZA DELLE STORIE	221
DANIELA BERTOCCHI	UNA STORIA ARITMETICA	226
ROSETTA MANDELLI	UN'UTILE 'STORIELLA'	230

RUBRICHE

ALBERTO A. SOBRERO	PARLANDO PARLANDO: MA CHE C.!	217
AUGUSTA FORCONI	PAROLE IN CORSO: DA PINOCCHIO A PICASSO	244
SILVANA FERRERI	I&O GISCEL: LINGUE SENZA LINGUISTICA?	252

ITALIANI REGIONALI

BARBARA SCHIAFFINO	TAPPONIMI ITALIANI	234
--------------------	--------------------	-----

LINGUAGGI TELEMATICI

STEFANIA SPINA	L'ITALIANO NELLA RAGNATELA	236
----------------	----------------------------	-----

BIBLIOTECA

MONICA BERRETTA	LA TERZA DIATESI [SU: BARBARA WEHR SE-DIATHESE IM ITALIENISCHEN, NARR, (ROMANICA MONACENSIA, 37), TÜBINGEN 1995]	245
DANIELA BERTOCCHI	SCRIVERE COL COMPUTER SUL BANCO [SU: PINUCCIA SAMEK LUDOVICI (A CURA DI), LABORATORIO DI SCRITTURA, LA NUOVA ITALIA, FIRENZE 1995]	246
STEFANIA SPINA	L'ITALIANO E LA LINGUA GLOBALE [SU: ALESSIO PETRALLI, NEOLOGISMI E NUOVI MEDIA. VERSO LA 'GLOBALIZZAZIONE MULTIMEDIALE' DELLA COMUNICAZIONE?, CLUEB, BOLOGNA 1966]	247
MARISA CAVALLI	LE ATTESE DI LINGUE E DI CULTURA [SU: ARTURO TOSI, DALLA MADRELINGUA ALL'ITALIANO. LINGUE ED ECUCAZIONE LINGUISTICA NELL'ITALIA MULTIETNICA, LA NUOVA ITALIA, FIRENZE 1995]	249
DOMENICO RUSSO	TUTTO SULLA CANZONE [SU: LORENZO COVERI (A CURA DI) PAROLE IN MUSICA. LINGUA E POESIA NELLA CANZONE D'AUTORE ITALIANA. SAGGI CRITICI E ANTOLOGIA DI TESTI, CON UNA PREFAZIONE DI ROBERTO VECCHIONI, INTERLINEA, NOVARA 1966 E ACCADEMIA DEGLI SCRAUSI, VERSI ROCK. LA LINGUA DELLA CANZONE ITALIANA NEGLI ANNI '80 E '90, RIZZOLI, MILANO 1996]	250

NOTIZIE

MARIO & MARIO PREMIANO I MIGLIORI	253
A BRESCIA PER RIFLETTERE SU RICERCA E INSEGNAMENTO	253
INSEGNARE ITALIANO IN GRECIA	254
IL PRIMO CONVEGNO DEI LETTORI DI ITALIANO	254
STUDIARE LATINO (E CENARE COI ROMANI)	255



ITALIANO OLTRE

195

I collaboratori di questo numero

Monica Berretta *Ordinario di Linguistica generale all'Università di Bergamo; condirettore di «Italiano e oltre»* ◆ Daniela Bertocchi *IRRSAE Lombardia, Servi-*

zio aggiornamento; condirettore di «Italiano e oltre» ◆ Giorgio Bini *Pedagogista* ◆ Marisa Cavalli *Insegnante di scuola media inferiore; esperta IRRSAE Valle D'Aosta* ◆ Dario Corno *Centro di ricerche semiotiche dell'Università di Torino; condirettore di «Italiano e oltre»* ◆ Silvana Ferreri *Associato di Linguistica Generale all'Università di Palermo* ◆ Augusta Forconi *Lessicografa* ◆ Fioretta Mañ-

delli Insegnante di scuola media a Milano; Segretaria del Giscel Lombardia ◆ Giovanni Nencioni *Presidente dell'Accademia della Crusca*, ◆ Barbara Schiaffino *Laureata in Lettere all'Università di Genova* ◆ Alberto A. Sobrero *Ordinario di Dialettologia italiana all'Università di Lecce; condirettore di «Italiano e oltre»* ◆ Stefania Spina *Collaboratore tecnico all'Università di Perugia* ◆

AUTORIZZAZIONE DEL TRIBUNALE DI FIRENZE N° 3389 DEL 2/12/1985

Italiano e Oltre
Rivista bimestrale

Anno XI (1996), numero 4
settembre-ottobre

Direttore
Raffaele Simone

Comitato di direzione
Monica Berretta, Daniela Bertocchi, Dario Corno, Wanda D'Addio Colosimo, Domenico Russo, Alberto A. Sobrero

Direttore responsabile
Mattia Nencioni

Progetto grafico
CD & V. Firenze
(Capaccioli, Denti, Valeri)

Stampa
Fratelli Spada
Via Lucrezia Romana, 60
00043 - Ciampino/Roma

Direzione e redazione
La Nuova Italia, Viale Carso 46,
00195 Roma-Tel. 06/3729220
Fax 06/37351065

Amministrazione
La Nuova Italia, Via Ernesto
Codignola, 50018 Casellina di
Scandicci, Firenze

Abbonamento annuale 1997
Cinque fascicoli all'anno

Italia/Lire 65.000

Un fascicolo L. 15.000

**Paesi della Comunità
Europea**
L. 80.000
a mezzo assegno bancario o sul
conto corrente postale n. 323501
intestato a:
La Nuova Italia - Firenze

Altri Paesi
(spedizione via aerea) \$ USA 82

Per l'Australia
il versamento di US \$ 82 deve
essere indirizzato a:
CIS Educational, 247 Cardigan
Street, Carlton (Victoria,
Australia 3053)

Per il Canada
il versamento di US \$ 82 deve
essere indirizzato a:
The Symposium Press Ltd.
P.O. Box 5143, Station «E»
Hamilton (Ontario L8S 4L3),
Canada

**Autorizzazione del Tribunale
di Firenze n. 3389 del
2/12/1985**

**A «Italiano e oltre» si
collabora solo su invito della
Direzione**

L'italiano nella ragnatela

STEFANIA SPINA

L'analisi delle home pages italiane nella rete Internet mostra la nascita di una nuova forma di bilinguismo

1

I NODI ITALIANI DELLA RETE

La ragnatela telematica di Internet si espande di giorno in giorno con ritmi impressionanti in tutto il mondo. L'Italia non sfugge a questa tendenza generale, anche se fare ipotesi sul numero dei 'navigatori' italiani è problematico: alcuni dati parlano di circa 40.000 abbonamenti alla rete, suddivisi tra nuclei familiari e aziende, corrispondenti a un numero effettivo di utenti di tre volte superiore, senza contare l'uso ancora maggiore che ne viene fatto in università, biblioteche ed enti di ricerca. Comunque sia, la «madre di tutte le reti» si candida anche in Italia a diventare gradualmente uno dei mezzi di comunicazione del futuro. Se il numero di utenti italiani, ancora non elevatissimo, non consente di ipotizzare un'influenza immediata della lingua della rete sull'italiano comune, la comunità italiana di Internet rappresenta invece una realtà ben definita, una sorta di isola linguistica virtuale che si scambia quotidianamente informazioni a distanza con delle modalità comunicative precise.

Qual è dunque la lingua di Internet in Italia? In questa breve panoramica si è cercato di analizzare non tanto l'italiano usato nei messaggi interpersonali (posta elettronica, *newsgroup*, ecc...), già oggetto di altri studi¹, quanto la lingua delle *home page* italiane. Tra le numerosissime esistenti, ne sono state selezionate 100, tipologicamente differenziate (25 reti civiche, 25 *provider*, 25 aziende e associazioni, 25 fra scuole, università e enti di ricerca).

2

CHE COS'È UNA HOME PAGE

La ragnatela virtuale di Internet è composta da nodi collegati tra loro. Ogni nodo della rete può comprendere molti servizi, ciascuno dei quali è introdotto da una *home page*; in essa in genere compare il nome del *server*, (ad esempio, «Università di Cagliari», o «Teatro La Scala»), una sua descrizione, e una lista dei servizi offerti, sotto forma di collegamenti ipertestuali (*link*) ad altre pagine.

Una *home page* è quindi, all'interno della babele di libri multimediali di cui è composta Internet, l'introduzione e l'indice di ogni libro, la sua copertina, una sorta di vetrina in cui si espongono agli utenti i contenuti di quel libro e si invogliano ad esplorarlo. Qui di seguito terremo conto del solo aspetto linguistico delle *home page*. Ma non va dimenticato che un'importanza decisiva è data dalla loro struttura iconica, che spesso seleziona e organizza i contenuti comunicati (vedi figure). Non di rado, per esempio, le *home page* si avvalgono della metafora della città: in esse compaiono l'edicola (che rimanda a versioni di rete di alcuni periodici), la strada, la piazza, il bar (luoghi dove avviene la socializzazione, la conversazione a distanza con altri utenti: *Andiamo in piazza - il Webchat*), la biblioteca, lo spazio per lo shopping (il collegamento a siti commerciali per informazioni sui prodotti e acquisti a distanza), e si realizza l'idea di una città virtuale a cui si può accedere da tutto il mondo.

Nello sterminato universo di Internet le *home page* rappresentano quindi gli snodi essenziali intorno a cui si dispongono le informazioni; ai fini di uno studio incentrato sulla lingua, dunque, esse risultano le pagine più importanti, in quanto senza dubbio le più frequentate dagli utenti, che spesso nei loro percorsi di consultazione transi-

tano in una *home page*, la leggono e saltano subito ad un'altra che si avvicina di più ai loro interessi.

Nella loro eterogeneità, data anche dal numero sempre crescente, le *home page* si presentano in genere sotto due forme diverse: alcune sono un semplice elenco, una lista di collegamenti ai diversi servizi messi a disposizione, altre hanno invece un carattere più discorsivo, e spiegano all'utente, utilizzando di norma la forma *tu*, che cosa può fare a partire da quel punto. In entrambi i casi, comunque, caratteristiche comuni dello stile delle *home page* sono le frasi brevi, la sintassi semplificata, la tendenza alla nominalizzazione e alla sintesi, con l'uso molto frequente di sigle e abbreviazioni (oltre a quelle tipiche del lessico dell'informatica², come *BBS*, *PD*, *HW* per *hardware*, *SF* per *software*, ecc.... segnaliamo *FTP*, *URL*, *HTML*, *CCE* per *Centro di calcolo elettronico*, *RCM* per *Rete Civica Milanese*, *VS* per *vostro*, *info* per *informazioni* ecc...); si registra inoltre un impiego molto vistoso di composti nome-nome, che, riducendo l'uso delle preposizioni, contribuiscono a dare al discorso un'impronta di sinteticità, come spesso avviene anche nel linguaggio giornalistico e pubblicitario (*bacheca utenti*, *ricerca contenuti*, *osservatorio referendum*, *agenda programmi*, *elenco prodotti*, *corso Internet*, *spazio scuola*, *elenco visitatori*, *invio posta*, *servizi web*, *registrazione utenti*, *statistiche utilizzo* ecc...).

A livello lessicale, i due fenomeni più rilevanti nella lingua delle *home page* sono l'altissima frequenza di forestierismi e l'abbondanza di neologismi.

3

IL LESSICO BILINGUE DELLA RETE ITALIANA

La rete Internet, fin dalla sua nascita negli Stati Uniti, ha adottato come lingua ufficiale l'inglese d'America. Quando poi si è estesa anche in paesi non anglofoni e, da rete di collegamento ristretta a università americane, si è trasformata in mezzo di comunicazione globale, l'*American English* è diventato la lingua franca della comunicazione telematica internazionale.

Piccolo Glossario di Internet

BBS - *Bullettin Board System*. Banca dati accessibile dall'esterno via modem.

Browser - Programma che permette di navigare attraverso i collegamenti ipertestuali di Internet; tra i più famosi: Gopher, Mosaic, Netscape.

Dimostrativo (s.m.) - Versione di prova di un programma (demo).

FTP - *File Transfer Protocol*. Procedura per lo scambio di *file* con altri utenti.

HTML - *Hyper Text Markup Language*. Linguaggio standard per la creazione di pagine ipertestuali *www*.

Link - Collegamento di un ipertesto: facendo clic con il mouse, si va direttamente all'elemento (testo, immagine, suono, filmato) collegato a quel link.

Mirror - L'indirizzo alternativo, speculare rispetto a quello normale, da cui raggiungere un sito molto visitato, per evitare le 'code'.

Newsgroup - Gruppo di discussione, all'interno del quale gli iscritti si scambiano messaggi e opinioni su argomenti specifici.

PD - *Public Domain*. Programma a disposizione del pubblico gratuitamente, senza vincoli di carattere commerciale.

POP - *Post Office Protocol*. Procedura per gli scambi di posta elettronica.

Provider - Società commerciale che affitta collegamenti ad Internet.

Puntatore - Elemento di una pagina (testo o immagine) che 'punta' un altro sito, a cui rimanda con un clic del mouse (a volte sinonimo di *link*).

Server - Un computer situato nella rete, che offre servizi ad utenti remoti (es. "Il server dell'Università di Cagliari").

Telnet - Procedura che permette il collegamento a un server remoto.

URL - *Universal Resource Locator*. Protocollo che individua l'indirizzo di una pagina *www*.

Webchat - Il luogo in cui avviene la discussione tra diversi utenti.

Webmaster - La persona che gestisce dal punto di vista tecnico un sito *www*.

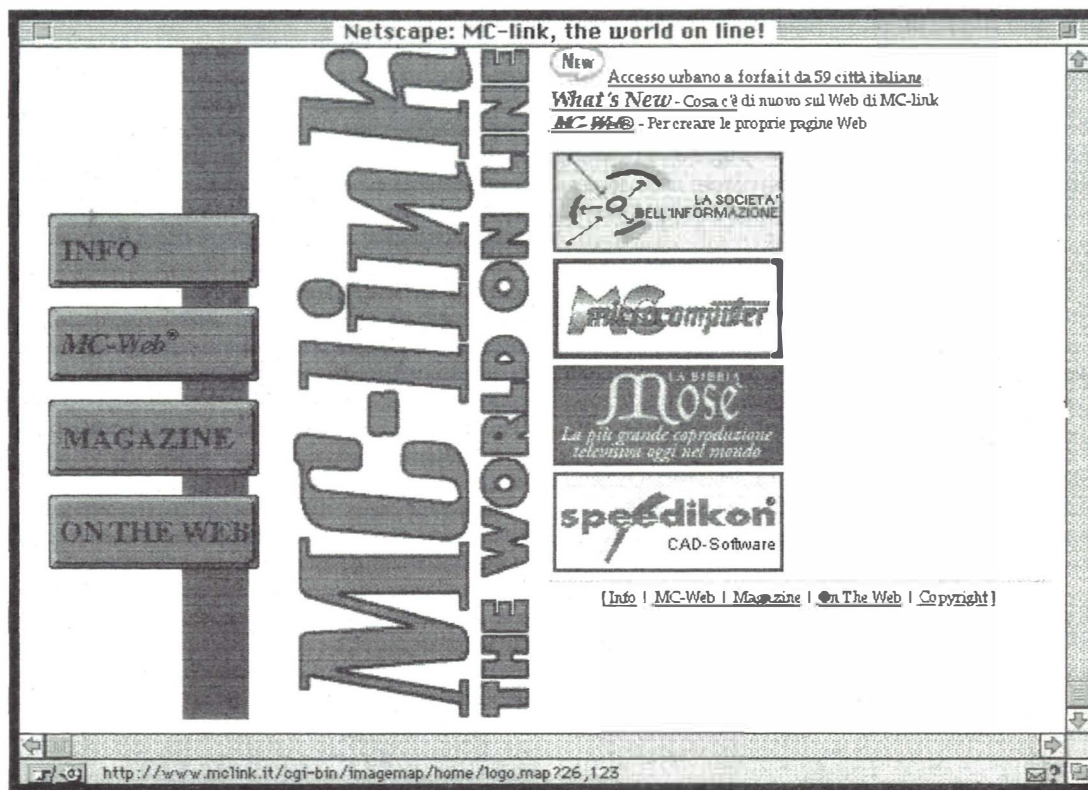


Fig. 1

Per un utente italiano, quindi, la prima forma di bilinguismo necessaria a navigare nella rete è legata all'inglese d'oltre oceano.

Con la diffusione della comunicazione telematica anche presso un bacino di utenza più ampio, sempre più spesso composto da famiglie, professionisti, imprenditori³, le informazioni dei nostri nodi nazionali vengono frequentemente proposte in italiano, con la possibilità di visualizzarle anche in versione inglese, in previsione dell'accesso di utenti stranieri. Si configurano così nei nodi italiani tre diverse possibilità:

- 1) pagine solo in inglese (spesso quelle commerciali);
- 2) pagine in italiano o in inglese a scelta, in cui per cambiare versione basta un clic del mouse (le più frequenti);
- 3) pagine solo in italiano (quelle destinate a

utenti specificamente italiani, come ad esempio le reti civiche).

A questa prima forma di bilinguismo, che può comportare un'opzione tra l'italiano e l'inglese, se ne aggiunge un'altra, legata all'influenza che quest'ultimo produce sulla comunità telematica internazionale: nelle 100 pagine analizzate, tutte in versione italiana, dilagano i forestierismi, quasi esclusivamente di origine americana, molto spesso legati al sottocodice dell'informatica e della rete.

Il fenomeno assume proporzioni addirittura macroscopiche, a partire dai nomi stessi dei nodi a cui le *home page* fanno da introduzione: *Italia Online*, *Mclink - the world on line*, *City On Line* sono nomi di *provider* italiani; *Cyber-tour*, *Italian Yellow Digipages*, *The made in Italy home page* sono nomi delle pagine di rete di alcune aziende nostrane; *Pavia on web home*

page, Tower-Net Comune di Pisa le reti civiche di alcune città.

Questo ulteriore aspetto del bilinguismo di rete prevede dunque che, all'interno di un testo in lingua italiana, compaia una percentuale molto elevata di americanismi legati al codice della rete, che potremmo chiamare *internettismi*, indispensabili per decodificare i messaggi e le informazioni disponibili, e quasi mai tradotti in lingua italiana⁴.

Più che di un linguaggio settoriale, di un sotto-sottocodice del lessico dell'informatica, l'internetese ha l'aria di un gergo per iniziati, con le sue formule criptiche, ormai cristallizzate in cliché identici in tutto il mondo: *World Wide Web (WWW)*, o più semplicemente *web*⁵, *server*, *homepage*, *browser*, *webmaster*, *provider*, *newsgroup*, *webchat*, *mirror*, *HTML*, *telnet*, sono alcune di queste parole-chiave senza le quali è impossibile interagire con il mondo di Internet.

A volte si nota il tentativo di adattarne alcune al sistema linguistico dell'italiano, anche se più frequentemente nella lingua 'parlata' (i messaggi di posta elettronica) che non in quella scritta che stiamo analizzando (le *home page*): abbiamo allora *editare*, *settare*, *supportare* («se il tuo browser non *supporta* le immagini»), e l'ormai celebre *clickare* («*clickate* qui», scrive l'autore di una pagina italiana, e poi aggiunge: «brrrr... che brutto!!»), registrato dalla versione 1996 dello Zanichelli. All'italiano *posta elettronica* viene spesso preferito l'originario *e-mail*, che come sostantivo alterna il genere femminile a quello maschile (*spedire una mail*, *mandare un e-mail*, considerato che la nostra lingua non possiede una forma verbale sintetica corrispondente all'inglese *to e-mail*).

Una terza forma di bilinguismo è invece quella legata a un vero e proprio stile comunicativo di rete, che prevede l'uso frequente di ameri-

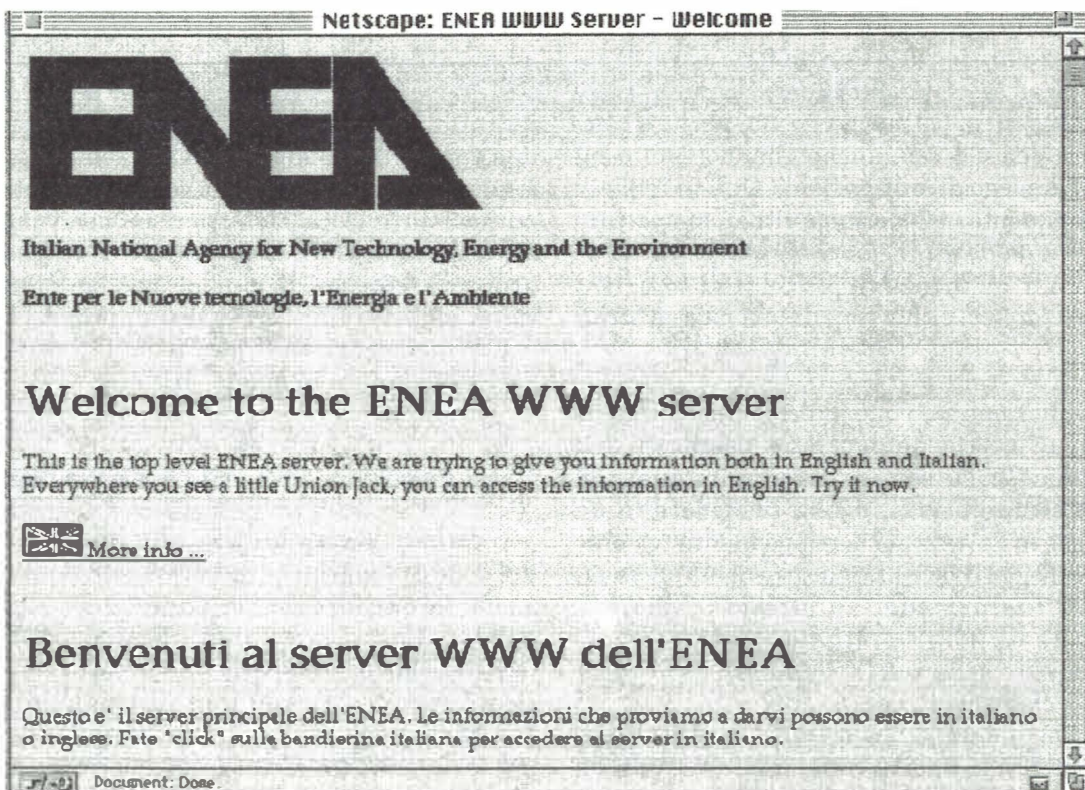


Fig. 2

canismi «non necessari», non riferiti cioè a tecnicismi del lessico dell'informatica, ma a concetti generali perfettamente esprimibili anche in italiano. In pagine intenzionalmente redatte in lingua italiana, magari con traduzione inglese a disposizione, le riviste si chiamano quasi sempre *magazines*, il telefono *phone*, le notizie *news* (in sintonia con il linguaggio radiofonico e televisivo), le pagine più frequentate *hot pages*, il consiglio del mese *this month suggestion*, l'ultima modifica *last update*, le novità *new*, la richiesta di aiuto *help*, i giochi *games*, ecc.... Si tratta di una serie ben più nutrita di moduli espressivi codificati che hanno man mano creato uno stile, una sorta di 'retorica di rete', da cui difficilmente si riesce a prescindere; il contatto continuo con pagine non italiane dà luogo, come nel caso delle lingue di confine, ad abitudini linguistiche automatiche che portano all'uso di elementi ora dell'uno, ora dell'altro codice.

Considerata da un punto di vista sociolinguistico, quella degli utenti di Internet è una comunità molto compatta, con un forte senso di appartenenza al gruppo, che tende quindi non solo a riconoscersi nel suo gergo, ma anche a compiacersi del suo uso, anche quando esso comporta l'impiego di forestierismi. Questo impiego è più frequente nelle formule rituali di apertura (*Welcome on board, You are the visitor n°...*, *Italian WWW by category - please read copyright and disclaimer*) e chiusura di una pagina (*Staff and help, persons cooperating, last edit by... powered by..., created by...*).

L'oscillazione tra i due codici prende a volte la forma, all'interno di una stessa pagina, di una traduzione, come se l'uso di termini italiani, di sicura comprensione, debba richiedere in un certo senso l'avallo del corrispondente termine americano del codice ufficiale; troviamo allora affiancati *teleshopping - la vetrina telematica, guestbook - il libro dei visitatori, search engines - per cercare nella rete, novità - what's new, ingresso - entry point*, ecc...).

In questa mescolanza di codici, accade spesso di imbattersi in frasi in cui, senza nessun tipo di interruzione o segno di interpunzione, vengono giustapposti spezzoni in italiano e in inglese:

questa pagina è un work in progress, System Administrator e altri nomi di collaboratori, altri online, This page has been optimized for Netscape in versione 1.1, Oil of Olaz - bellezza online, elenco dei collaboratori e web technical staff. Questo tipo peculiare di *code-mixing*⁶, che si rintraccia, diversamente dal solito, nella modalità scritta piuttosto che in quella parlata, è una delle spie che indicano quanto la lingua di Internet, anche nel suo registro pubblico e non interpersonale, tenda costantemente all'oralità, rendendo il confine tra le due modalità molto sfumato. Per chi abbia un minimo di consuetudine con le navigazioni di rete, inoltre, la ricezione di messaggi mistilingui come quelli riportati sopra non produce nessun particolare effetto di straniamento, come invece avverrebbe in contesti comunicativi diversi; arriva semmai a suscitare maggiore sorpresa una pagina tutta in italiano, in cui si può percepire come una forzatura la precisa volontà di evitare i forestierismi.

Per una comunità di non americanofoni la lingua di Internet è dunque per sua natura una mescolanza di due lingue; nel caso della comunità italiana, l'*American English* si fonde con una varietà di italiano informale, semplificato e tendente alla sintesi. Con uno strano effetto di purismo rovesciato, i forestierismi non vengono avvertiti come tali e la lingua 'altra', nell'ambito di quel repertorio di formule standardizzate di cui si parlava, finisce per essere proprio l'italiano, lingua nazionale nella comunità reale ma varietà diatopica in quella virtuale.

4

LE PAROLE NUOVE DELLA RAGNATELA

Il fatto di essere utilizzato in un tipo di situazione comunicativa relativamente nuova, almeno per quanto concerne il mezzo nel quale la comunicazione si svolge, rende l'italiano della rete particolarmente aperto alle innovazioni lessicali. Alcune di esse, soprattutto quelle riguardanti i tecnicismi del mezzo stesso, sono, come abbiamo visto, prestati dall'americano di Internet, il più delle volte non adattati: tra quelli non ancora entrati nei repertori più recenti,

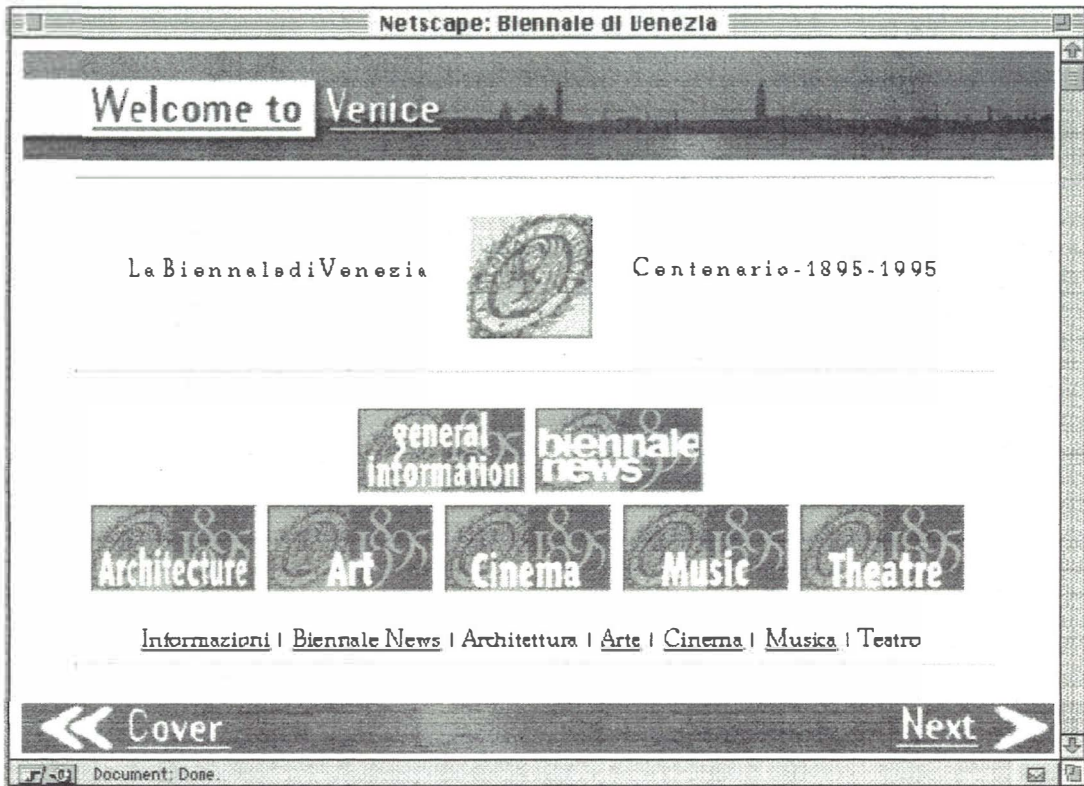


Fig. 3

troviamo *mirror*, *POP*, *webchat*, ecc....; raramente si incontrano neotecnicismi italiani, come *dimostrativo* (sost.) o *puntatore*.

Tra le altre forme di innovazione del lessico di rete, una delle più produttive è la composizione (*Digipagine gialle*, calco dall'americano *Yellow Digipages*, *Dimmidove*, *Eurosportello*, *Cercoloro giovani*, *Dadautenti*, vale a dire gli abbonati a un server di nome *Dada*); sono frequenti composti ibridi italo-inglesi (*Internauta*, *cybernauta*, *Dadart Gallery*, *Infojob*, *Brontoserver*, nome scherzoso di un server studentesco). Questo tipo di creatività linguistica, attraverso la quale si cerca di sfruttare al massimo le possibilità offerte dall'italiano, ricorda molto da vicino procedimenti analoghi che si verificano nel lessico della pubblicità; la strategia comunicativa è dettata in entrambi i casi dalla ricerca della novità, dell'effetto, ma a essa non corrisponde in Internet, tranne che nei siti commerciali, l'obiet-

tivo prioritario della comunicazione pubblicitaria, quello di persuadere all'acquisto di un prodotto.

Un posto importante occupano anche gli slittamenti semantici, con accezioni diverse di parole preesistenti e locuzioni già in uso che vengono adattate all'ambiente telematico. Si possono individuare alcuni campi semantici all'interno dei quali questi fenomeni sono più frequenti: uno di essi è evidentemente quello relativo alle «parole del virtuale», quelle che servono a descrivere l'ambiente della rete: nascono così *rete civica*, *quotidiano telematico*, *sportello telematico*, *utente registrato*, il già citato *spedire una mail/un e-mail*, *bacheca (elettronica)* che sta ad indicare lo spazio in cui gli utenti si lasciano dei messaggi (denominati spesso *graffiti*), *sito*, *nodo*, applicazioni di *pubblico dominio*, il verbo *memorizzare* (*memorizzateci per i vostri viaggi*, incita la *home page* di un nodo di infor-

mazioni turistiche). Un sito *si visita* (questa pagina è stata visitata 368 volte), i visitatori entrano in un nodo (per entrare cliccare qui), accedono a un server. Una *home page* torinese invita a fare due passi in Internet, un altro nodo chiama i principianti a compiere i *primi passi* in rete, i cataloghi di una biblioteca sono per l'utente *in punta di mouse*.

Di grande interesse è anche il campo semantico del viaggio: secondo una simbologia tradizionale, l'esplorazione di Internet è presentata come un itinerario attraverso la conoscenza, in cui la metafora della navigazione è quella che ha un maggiore risvolto sulla terminologia usata. Oltre alla denominazione di *navigatori* e *internauti*, cui si è già fatto cenno, le *home page* analizzate riportano spesso espressioni riferite a viaggi, soprattutto per mare (*buona navigazione, benvenuti a bordo del web..., lancia-ti nell'oceano di Internet dal nostro trampolino,*

aeroporto virtuale, da qui potrai viaggiare nel mondo delle informazioni...).

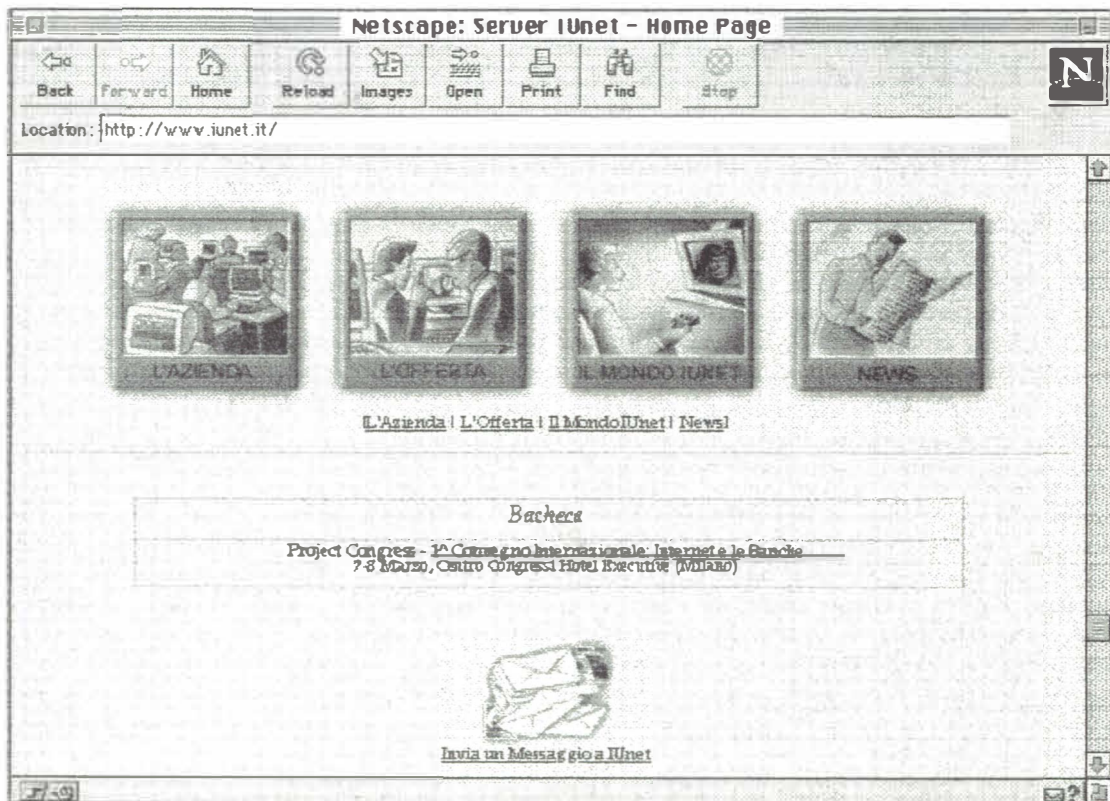
Molto presente, data la natura del mezzo telematico, che si fruisce principalmente attraverso la vista, è anche l'area semantica dei termini riferiti alla visione, con l'impiego frequente di icone, che indica quei segni grafici che fungono da strumenti di orientamento nella navigazione (le frecce per spostarsi avanti e indietro), *visualizzazione* e *visione* (per una migliore visione si consiglia Netscape, che ricorda da vicino il linguaggio della televisione).

5

CONCLUSIONI

È ancora presto per dire se la lingua di Internet potrà avere una qualche influenza sull'italiano comune, e di che genere. Certo è che per la comunità italiana di utenti della rete questa

Fig. 4



lingua è già entrata nel lessico quotidiano: capita spesso, tra 'naviganti' che si incontrano anche al di fuori del contesto telematico, di scambiarsi frasi del tipo: «Mi è arrivata la tua mail, ma non riesco a scompattare il file; se clicco mi dice che il mio browser non supporta quel formato o che non riconosce il mio server». Considerato che, con ogni probabilità, gli utenti di Internet sono destinati a moltiplicarsi anche in Italia, come sta succedendo in tutto il resto del mondo, è verosimile pensare che la lingua della rete avrà una diffusione sempre più larga, almeno in quegli ambiti comunicativi che sono legati al mezzo telematico. Parlare di *web* o di *newsgroup* sarà forse tanto normale quanto lo è oggi dire *spot* o *pay-tv*.

È già in atto, d'altronde, quel fenomeno di travaso da un sottocodice all'altro che caratterizza comunemente l'interscambio tra linguaggi settoriali: il solo fatto che il fenomeno Internet stia letteralmente invadendo la stampa non specializzata (quotidiani, periodici, riviste di viaggi, turismo), e in questi ultimi tempi anche la televisione, fa sì che le parole più comuni del lessico della rete siano registrate di frequente nel linguaggio televisivo e dei giornali. Il riuso di elementi lessicali di altri sottocodici si riscontra anche, in direzione inversa, nella lingua

delle *home page*: si vedano ad esempio le infiltrazioni dell'onnipresente linguaggio burocratico (*Gli utilizzatori del presente server, pertanto, al fine di migliorare l'utilizzo del server stesso, sono pregati di...*).

Al di là di questo primo impatto sul lessico, la lingua della rete sembra associarsi all'influenza degli altri media elettronici sull'italiano comune nella direzione di un cambiamento nelle strategie del discorso: di questa tendenza sono una spia fenomeni come l'andamento frammentario della frase, che il mezzo elettronico consente di spezzettare, tagliare e ricomporre a piacimento; l'esigenza di brevità ed economicità, che porta ad eliminare ciò che superfluo (data la mole mastodontica di informazioni che Internet contiene e diffonde, gli 'ingorghi informativi' sono sempre in agguato); l'apertura all'innovazione, alla creatività e al forte influsso di termini stranieri.

Accanto a questo, l'alta frequenza di parole etichetta, vere e proprie formule verbali stereotipate usate in modo quasi rituale, analogamente a quanto spesso avviene negli spot pubblicitari o nei titoli dei giornali, avvicinano questo nuovo tipo di scrittura al carattere formulaico del discorso orale, quella sorta di oralità secondaria che da alcuni decenni si delinea come caratteristica dell'era elettronica.

B I B L I O G R A F I A

- G. Banaudi, S. Besio, M. Ott, *L'italiano telematico apre all'innovazione linguistica*, «Golem», 3, maggio-giugno 1994, pp. 2-6.
 G. Berruto, *Fondamenti di sociolinguistica*, Laterza, Roma-Bari 1995.
 R. Degl'Innocenti, M. Ferraris, *L'invasione degli acronimi*, «Italiano e oltre», VII (1992), 224.

- T. De Mauro, *Dalla cibernetica, in disuso, una serie di teleneologismi*, «Telèma», 3, 1995/96, p. 79.
 A. Gallippi, *Internet parola per parola*, Tecniche nuove, Milano 1995.
 A. Maggi, *Ubi scripta volant*, «Italiano e oltre», X (1995), 76-80.
 M. Mandò, *Il linguaggio nella rete*, «Media duemila», settembre 1995, pp. 42-44.

1 Cfr. Banaudi; Besio; Ott 1994, che studia la lingua dei messaggi delle BBS, Maggi 1995 e Mandò 1995. Vedi anche, su I&O, la rubrica *Italiano alfanumerico* di Riccardo Degl'Innocenti e Maria Ferraris, che offre spunti sempre interessanti anche su questo argomento.

2 Cfr. Degl'Innocenti; Ferraris 1992.

3 Secondo un'indagine condotta dal mensile Inter.net, i 'navigatori' in Italia sono in prevalenza quadri aziendali e docenti di età compresa fra i 31 e i 40 anni. Un altro studio sull'utenza italiana ad Internet è in corso di svolgimento alla Facoltà di Economia dell'Università di Catania (indirizzo Internet: <http://www.unict.it/facolta/economia/statistica/questionario.html>).

4 Ho trovato ad esempio *server* tradotto solo due volte, una con *servizio*, l'altra con *sistema informativo*. È proprio per mettere in grado di navigare in rete gli utenti linguisticamente meno esperti che si moltiplicano glossari e dizionari del linguaggio di Internet, in versioni sia cartacee che di rete: vedi ad esempio Gallippi 1995, e il glossario *Il gergo telematico*, realizzato da Maurizio Codogno, con oltre 400 entrate, reperibile all'indirizzo Internet <http://www.citinv.it/iniziative/sociale/gergo/>.

5 È il nome della ragnatela ipertestuale che collega tra loro tutte le informazioni di Internet.

6 Secondo la definizione di Berruto 1995, pp.261-262.

7 Cfr. De Mauro 1995/96.