

L'italiano in rete: usi, varietà e proposte di analisi

Elena Pistolesi

Tutti i link e i siti citati in questo lavoro, sia nel testo che nella bibliografia, sono stati consultati dal 5/06/2018 al 15/06/2018.

Abstract

Nel corso di un trentennio Internet ha conosciuto un'evoluzione imprevedibile, diventando mezzo di comunicazione di massa e sviluppando forme di comunicazione che non hanno un antecedente nei generi tradizionali, formali e informali, della scrittura. Questo contributo ripercorre in sintesi la storia della CMC (Comunicazione Mediata dal Computer) e dei metodi di studio prevalenti relativi all'italiano in rete. Dopo aver fornito alcuni dati sulla penetrazione di Internet in Italia, si sofferma sulla nozione di varietà applicata alle scritture digitali e propone di adottare la nozione di "comunità online" per evitare generalizzazioni sugli utenti e sulla cosiddetta lingua di Internet. Individuare le caratteristiche dei diversi ambienti della CMC sulla base di fattori sociotecnici ha importanti risvolti nell'educazione linguistica che oggi non può prescindere dall'uso consapevole dei nuovi media.

1. Introduzione

L'etichetta CMC (Comunicazione Mediata dal Computer), adottata fin dagli anni ottanta del secolo scorso, include oggi tutte le forme di interazione mediate dai dispositivi elettronici. Rispetto agli esordi di Internet si possono indicare due passaggi fondamentali che hanno influito sulla percezione sociale dei nuovi media, sul loro uso, infine sulle metodologie di studio: la migrazione di tutte le forme di comunicazione nel web (il www nasce nel 1994) e la connessione costante legata allo sviluppo della telefonia mobile.

La prima fase della CMC si limitava ai testi. I sistemi più diffusi erano le e-mail e le sue applicazioni (Bulletin Board System, forum), quindi le conversazioni tra due (talk) o più utenti (IRC-chat). I criteri di classificazione insistevano sulla distinzione tra sistemi sincroni e sistemi asincroni in base alla compresenza o meno dell'interlocutore: i primi ottimizzano i tempi di trasmissione ma non prevedono l'interazione immediata fra il mittente e il destinatario, in quanto il messaggio è conservato in un luogo che può essere la mailbox (casella postale) del singolo (e-mail personale o *mailing-list*), o in uno spazio di libero accesso, come i newsgroups e i forum; i secondi richiedono la compresenza degli interlocutori dinanzi al computer e lo scambio

avviene in forma (quasi)sincrona (Pistolesi 2004: 14-17).

Negli anni novanta Internet ha conosciuto la svolta del web, che supporta lo scambio di file multimediali e sistemi di scambio multimodali. Un decennio più tardi è nato il cosiddetto web 2.0, detto anche “web dinamico”, caratterizzato dalla partecipazione degli utenti alla costruzione dei contenuti (*folksonomy*)¹. In parallelo, la telefonia mobile ha rivoluzionato il panorama della comunicazione. Con gli SMS, progenitori della messaggistica istantanea (Whatsapp, Messenger, Telegram, Snapchat), la scrittura si è miniaturizzata, è entrata nel ciclo del consumo immediato, coprendo scopi effimeri e funzioni di contatto (fatiche).

Queste sintetiche precisazioni servono a inquadrare l'evoluzione della CMC nel tempo. Alcuni sistemi sono scomparsi, altri sono diventati di nicchia, altri ancora si sono integrati grazie a piattaforme che supportano contemporaneamente più modalità di scambio (si pensi a Facebook e Messenger). Con i social network (Facebook nel 2004, Youtube nel 2005, Twitter nel 2006, Instagram 2010) la comunicazione ha assunto la forma prevalente del frammento, inteso sia come dominio delle forme brevi di scrittura dovute al limite di caratteri (Twitter e il primo Facebook), sia come pratica di costruzione del profilo utente ottenuto attraverso l'aggregazione di materiali diversi (post, foto, articoli di giornale, video) condivisi in cerchie che l'utente può selezionare, ampliare o ridurre in base alle proprie inclinazioni.

2. I dati sull'uso di Internet

Il 14° Rapporto Censis-Ucsi sulla comunicazione dal titolo *I media e il nuovo immaginario collettivo* contiene un'analisi approfondita sull'uso dei media e sull'accesso a Internet da parte della popolazione italiana. Nel 2017 la penetrazione di Internet, che nel 2007 era pari al 30% circa, ha raggiunto il 75%; il 70% degli italiani possiede uno smartphone (nel 2009 erano il 15%), percentuale che coincide con il numero di utenti di Whatsapp. I social più popolari sono, nell'ordine: Facebook (56,2%) e YouTube

1 La parola, composta da *folk* e *taxonomy*, indica tanto il metodo di classificazione dei contenuti generato dalla collaborazione fra utenti attraverso l'uso di metadati (o *tags*), quanto le pratiche sociali a essa associate.

(49,6%); Instagram in due anni ha raddoppiato la propria utenza (da 9,8% del 2015 al 21%), mentre Twitter resta fermo al 13,6%. Il rapporto sottolinea il divario tra i consumi mediatici dei giovani (fascia 14-29 anni) e degli anziani (over 65), ma rileva l'avvicinamento dei comportamenti mediatici dei giovani e degli adulti (30-44 anni):

Non si tratta di un avvicinamento casuale. Sono i modelli della comunicazione digitale che si estendono sempre di più, coinvolgendo pienamente anche le fasce adulte della popolazione. Valori come la rapidità d'accesso, la connessione alle reti globali, la flessibilità nell'impiego dei mezzi, la disintermediazione digitale, la personalizzazione dei palinsesti, la facile disponibilità dei media, l'abbattimento delle barriere di spazio e tempo, non sono avvertiti come essenziali solo dagli adolescenti: sono entrati nelle abitudini della vita quotidiana della maggior parte della popolazione italiana (Censis-Ucsi 2017: 8).

Tale quadro consente di approssimarci al profilo degli utenti di Internet per fare alcune valutazioni complessive sull'italiano in rete. Questi dati dovrebbero essere comparati con quelli relativi all'analfabetismo funzionale che vedono l'Italia in penultima posizione tra i paesi europei (seguita solo dalla Turchia) e in quartultima fra i 33 paesi presi in considerazione dall'Ocse². Poiché Internet è uno strumento di comunicazione di massa che coinvolge, come abbiamo visto, il 75% degli italiani, il quadro che offre delle capacità di scrittura, comprensione e argomentazione degli utenti non può che essere variegato, molto differenziato sia in diastratia che in diafasia.

3. La lingua di Internet

La breve ricognizione delle forme di comunicazione nate con Internet mostra la costante evoluzione dei sistemi di scambio. Dalle e-mail ai social network, passando attraverso il web statico (le vecchie pagine web), si registra il progressivo allontanamento dai generi della scrittura tradizionale

2 Per un'analisi puntuale dei dati OCSE-PIAAC del 2014 relativi alle fasce d'età 16-24 e 25-34 si rinvia a Di Francesco, Amendola, Mineo (2016). Una sintesi dell'indagine PIAAC si legge in Murgese (2017). Sul nesso tra le competenze degli italiani, la disinformazione e la diffusione di bufale, si può leggere Quattrococchi e Vicini (2018: 110-115).

verso produzioni prive di un antecedente. La vera rivoluzione si deve alla possibilità di scambio, prima da uno-a-molti poi da molti-a-molti, quindi al dialogo semisincrono. La scrittura viene piegata verso usi inediti, con funzioni che non si limitano a rivestire quelli della conversazione faccia a faccia perché i sistemi “nativi digitali” hanno generato nuovi spazi comunicativi e nuovi “usi semiotici del canale” (Voghera 2014: 23).

Dagli anni ottanta fino alle soglie del Duemila (e oltre) le prospettive interpretative hanno fatto riferimento a due categorie di studio consolidate: la prima si è concentrata sulla migrazione nel web dei generi testuali tradizionali, sugli elementi di continuità e sulle differenze (per es. le e-mail rispetto alla lettera cartacea, i quotidiani online rispetto alla versione cartacea; cfr. Pistolesi 2014); la seconda riguarda la collocazione della CMC rispetto al *continuum* scritto-parlato, per la quale la testualità elettronica costituirebbe una varietà diamesica caratterizzata dalla forma grafica ma sarebbe linguisticamente modellata sul parlato informale o trascurato. L'attenzione degli studiosi si è concentrata prevalentemente sui tratti non standard delle produzioni digitali, attribuiti in particolare all'utenza giovanile. Si sono valorizzati gli aspetti più eclatanti delle nuove forme di scrittura, quali il potenziato uso degli aspetti iconici (emoticon, gli acronimi, l'uso dei numeri al posto delle lettere, l'arte ASCII, etc.), gli espedienti che mimano la voce (caratteri maiuscoli per il grido, la reduplicazione delle lettere per l'effetto eco e l'intonazione), la brevità ottenuta attraverso le abbreviazioni (*nn* per *non*, *cmq* per *comunque*, *xcché* per *perché*, etc.). A partire da questi elementi e da alcune generalizzazioni sui tratti linguistici (per una sintesi Alfieri 2016: 100) si è proposta una varietà denominata *Netspeak* (Crystal 2001) che in Italia ha ottenuto diverse denominazioni (*italiano digitato*, *e-taliano*, *italiano dei nuovi media*, *cyberitaliano*) e collocazioni distinte nella rivisitazione dell'architettura dell'italiano contemporaneo (Berruto 1987)³. L'idea di una varietà unica, spesso identificata con gli stereotipi diffusi dai mass media (Androutopoulos 2006), si può considerare superata da più fattori concomitanti. Per chiarire questo aspetto si può richiamare con Berruto (2011) la definizione di “varietà” condivisa dai lavori italiani sulla CMC:

Una varietà di lingua si può definire come un insieme coerente di elementi (forme, strutture, tratti, ecc.) di un sistema linguistico che tendono a presentarsi in concomitanza con determinati caratteri extralinguistici, sociali [...]. È quindi sempre un'entità che presuppone una correlazione tra fatti linguistici e fatti non linguistici, e deve essere caratterizzata sulla base di entrambi. Una definizione più tecnica di varietà di lingua è: un insieme solidale di varianti di variabili sociolinguistiche.

Anche supponendo che la diamesia sia la dimensione più adeguata per descrivere la CMC, è evidente che il canale da solo non può definire una varietà di lingua (Pistolesi 2015). Poiché Internet è uno strumento di comunicazione di massa, la componente diastratica non può concorrere alla definizione della CMC come varietà a sé stante. Per quanto riguarda la diafasia, l'idea di una varietà unica presuppone che all'interno dello stesso formato (Facebook, Twitter, Instagram) non cambino i temi, le modalità di interazione e il profilo dei partecipanti; e che uno scambio in chat, un'e-mail (indipendentemente dal destinatario) e un blog siano riconducibili a una sola tipologia testuale.

La sociolinguistica attinge a dati sociodemografici che non sono direttamente applicabili alla CMC. Per questa ragione si sono sviluppati nuovi metodi d'indagine che si basano sulla lettura e sulla valorizzazione delle informazioni rese disponibili dagli utenti, su metodi di analisi “nativi digitali” tanto quanto i sistemi che si vogliono studiare (cfr. Rogers 2016). Una nozione che può soccorrere per sondare le pratiche degli utenti di Internet è quella di comunità online, da definire tenendo conto della specificità dei diversi ambienti della CMC, dell'incidenza dell'anonimato, della costruzione dell'identità dei singoli entro una rete di relazioni che possono costituire il prolungamento dei rapporti amicali, familiari e di lavoro o essere completamente nuove. Tra i criteri utili per definire le comunità virtuali e il loro grado coesione si possono indicare: la produzione dal basso dei contenuti, dunque la scelta del tema (elemento che esclude, per esempio, i commenti agli articoli delle testate online o i commenti al video di uno youtuber); la partecipazione attiva, costante e regolare degli utenti; una storia condivisa, fondata su scopi, norme e valori comuni, i quali possono essere indicati esplicitamente nelle regole del gruppo o negoziati dai partecipanti; le

³ Per questo aspetto, rinvio a Pistolesi (i.c.s.).

modalità di critica, confronto e risoluzione dei conflitti; la solidarietà, il sostegno e la reciprocità; la consapevolezza del gruppo di essere distinto da altri gruppi; la distinzione dei ruoli, la gerarchia e i rituali condivisi (Herring 2004). Nel complesso, possiamo dire che l'attenzione si sposta dai singoli alla rete di rapporti (*network*) di cui fanno parte.

4. Un esempio di applicazione

Le giovani generazioni sono quelle più esposte, come abbiamo visto (par. 2), all'uso dei nuovi media. Il dibattito pubblico e accademico si è spesso concentrato sulle conseguenze negative che i media digitali hanno sulle relazioni sociali, sulla percezione della *privacy* e, infine, sugli effetti che le scritture informali, dialogiche, effimere e non pianificate prevalenti nella CMC possono avere sull'educazione linguistica. I nuovi media si possono considerare "concause di un processo veloce e preoccupante di abbassamento delle competenze linguistiche"?⁴ Per rispondere a questa domanda saranno necessari studi longitudinali accurati sulle pratiche scritte dei giovani dentro e fuori i contesti istituzionali, ma prima ancora sulle differenze motorie e cognitive che intervengono nel passaggio dalla composizione manuale a quella su tastiera (Mangen e Balsvik 2016).

Crispin Thurlow (2007) ha individuato alcuni stereotipi ricorrenti in letteratura o tendenze interpretative che hanno condizionato anche gli esiti delle ricerche sul tema:

- i giovani sono rappresentati come una generazione omogenea cui si applicano etichette quali (post-)Millennials, IGen, nativi digitali, Generazione Z, etc. ;⁵
- l'attenzione si è concentrata sulla "degenerazione" del linguaggio (texting) e sulla distanza rispetto allo standard.

La conferma di questi luoghi comuni trova un riscontro immediato in alcuni ambienti della rete,

⁴ La domanda è formulata in modo articolato da Ilaria Bonomi e Mario Piotti nella sezione *Discussioni* del primo numero della rivista *Lingue e culture dei media*, 1 (2016), p. 90 <<https://riviste.unimi.it/index.php/LCdM/issue/view/1098>> (5/06/2018).

⁵ Per l'uso di queste etichette generazionali, rinvio alla sintesi di Cristofori, Bernardini e Massarini (2015: 38-66).

come il canale della star di Youtube Favij, aperto l'8 dicembre 2012, che ha raggiunto 4,5 milioni di iscritti (dato aggiornato al 15/06/2018), prevalentemente adolescenti.



Il video *HATERS IN ITALIA - Parodia Occidentali's Karma*⁶, pubblicato sul canale l'11 marzo 2017, ha ottenuto oltre 16 milioni di visualizzazioni e 46.550 commenti (ma sono molti di più se si considerano anche le risposte ai commenti), che non si discostano dalla tipologia del campione che segue:

Sei un grande...questa canzone l'ho ascoltata almeno 50 volte

Ti amo ♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥

MA QUANTE CAZZO DI MEDIAGLIE GLI HAI DATO?

Super grandissimooooooooooooooooooooooooo!!!!!!!!!!!!!!

Favi ti voglio un mondo di bene chi la pensa così mi metta like. A Ps faci mi saluti?

Fai una puntata su omagle?

FavijTV™ impossibile lol

FavijTV™ sei un grande. Farai ancora parodie?

FavijTV™ grandissimo ecco perche sei famoso haahababahaahab

La so già a memoria 😊😊

SEI UN GRANDE

Guarda Favi nn o nnt da fare cs vengo qui a insultarti!!!!11111!!!!111!!!!11!!

⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=iVRcKkNyjhA>

I messaggi sono telegrafici, ricchi di emoji, emoticon, lettere maiuscole enfatiche, reduplicazione delle lettere con effetto eco, acronimi (lol); abbondano i punti esclamativi e le interiezioni; l'omissione degli accenti e gli errori di digitazione sono frequenti. Le abbreviazioni, come quelle presenti nell'ultimo post, sono scarse. Tra i messaggi più estesi (200/300 battute), si leggono i seguenti:

non ci posso credere dopo tutte le parodie di questa canzone che odio con tutto il mio cuore questa è la migliore parodia di sempre di questa canzone grande favi sei fantastico grande ed è meglio della vera canzone continua così favi

puoi giocare con me a Rocket League sulla play perché un mio amico mi ha chiesto chi è più forte tra me e te e quindi facci un video così vede chi è più forte. Non leggerai mai questo messaggio ma se lo leggi me lo puoi fare questo favore? E ti seguo da quando avevi 800 mila iscritti fammi questo favore s puoi senno pace ok ciao

Questi testi, scritti probabilmente con uno smartphone, sono privi di interpunzione, rientrano nella tipologia dei testi a flusso, nota agli studi sulle capacità di scrittura degli adolescenti (Lavinio 2011)⁷. In questo caso non ci troviamo dinanzi a una comunità, ma a milioni di ragazzi che seguono il loro idolo senza elaborare contenuti, né avere una rete di relazioni che vada oltre la convergenza sul canale di Favij.

Un caso diverso è quello della comunità Facebook che si ispira a *Breaking Italy*, il canale gestito da Alessandro Masala, noto come Shooter Hates You (o semplicemente Shy), che conduce uno

Show giornaliero di informazione e intrattenimento. Carrellata trasversale di notizie dal mondo, dal molto leggero al molto serio. Un commentario ironico che stimola al confronto, senza esser mai banale o

⁷ “Nei primi anni della scuola media prevale semmai uno scritto trasposto direttamente dal parlato; per rendersene conto, è spesso sufficiente limitarsi a intervenire su grafia, ortografia e punteggiatura, compresa la partizione in capoversi che spezzano la scrittura a flusso ininterrotto, cioè la scrittura che non sfrutta le possibilità spaziali del foglio su cui si depone per evidenziare e distanziare in paragrafi distinti gli sviluppi dei diversi nuclei (sotto)tematici del testo”.

*scontato, sempre alla ricerca dell'equilibrio e delle ragioni di tutti gli attori in gioco*⁸.



Il canale ha 485.720 iscritti (dato aggiornato al 3/06/2018). Intorno a *Breaking Italy* si sono formate più comunità, fra le quali *La gastrite di Shy* (29.000 membri), il gruppo Facebook che prende il nome da una caratteristica dello youtuber:

Shy soffre di gastrite e fino a qualche tempo fa era un argomento sempre presente, per cui ne siamo diventati fan! Questo gruppo potrà essere usato per parlare e discutere tra noi della gentaglia :) Enjoy, gentaglia, enjoy! P.S. Leggere il regolamento nella sezione "File".

La *Gastrite* è un gruppo aperto, ha una storia pluriennale (nasce nel 2013) e un Regolamento che fornisce indicazioni sui temi intorno ai quali si è aggregata la comunità (“È preferibile parlare di argomenti trattati nei Breaking Italy, Unedited o Parliamone”), sul modo di proporre gli argomenti di discussione (“Quando si decide **di iniziare una conversazione è gradito dare un input**, ovvero **motivare il proprio post**, per esempio con la propria opinione a riguardo. Se non sarà fatto il post potrebbe essere **"frainteso"** e **ritenuto non attinente al gruppo**, portando gli **admin ad eliminarlo**”), su ciò che non è dal punto di vista comunicativo (“**I post non sono una chat**: quando si **sbaglia** a scrivere qualcosa per favore, **PER FAVORE, non postate più commenti, esiste l'opzione "modifica"**, non morde”)⁹.

I membri del gruppo, detti la “gentaglia” con riferimento al modo con cui Shy appella i suoi fan, si distingue esplicitamente da altre comunità o tipi di utenti: i buongiornoisti (gli utenti di mezza età che frequentano Twitter e che scrivono banalità), i terrapiattisti, le mamme pancine, gli analfabeti

⁸ <<https://www.youtube.com/user/breakingitaly>>

⁹ Il grassetto è nel testo *Regole per una convivenza civile* <<https://www.facebook.com/notes/la-gastrite-di-shy/regole-per-una-convivenza-civile/424723724308647>>.

funzionali, i no vax, etc. Tutti questi appellativi sono usati in negativo per qualificare gli "altri"¹⁰:

Secondo me ok partire dalle scuole, ma non è che insegnando che i fascisti sono brutti e cattivi si elimina il fenomeno. Tanto più che i fascisti di ritorno sono tanti tra gli adulti, tipo buongiornoisti 40-50enni, che tra i ragazzi.

Vi capita spesso di discutere (non su internet) con persone fanatiche? (EDIT: fanatici Vegani), antivaccinisti, terrapiattisti, fondamentalisti religiosi, etc...Me lo chiedo perché su internet vedo tantissime persone che si insultano, ma poi nella vita reale non conosco nessuno e voglio capire se sono io fuori dal mondo o meno

Analfabeta funzionale ormai è il nuovo "negro" serve a cercare solo di sminuire chi si ha di fronte, pensando basti! 🙄🙄🙄🙄🙄🙄

Ce ne vuole prima che i leoni da tastiera, i sjw¹¹, i troll, i profili fake, i buongiornoisti cadano in estinzione... quando lo sarà potremmo dire: "Huston questo passo vale 1000 passi in avanti per il genere umano!"

La disponibilità a partecipare ai sondaggi è un segno di coesione della comunità, grazie alla quale si possono delineare alcune caratteristiche del gruppo. Gli utenti attivi, una porzione limitata rispetto a quella degli iscritti, sono prevalentemente studenti universitari e studenti degli ultimi anni delle scuole superiori (sondaggio 28 settembre 2016); condividono l'interesse per i fatti di cronaca che implicano i valori della solidarietà (un tema ricorrente è quello dell'immigrazione), dei diritti civili, del lavoro e dello studio, della politica nazionale e internazionale. La fascia più rappresentata è quella che va dai 18 ai 25 anni (sondaggio del 12 novembre 2016).

¹⁰ I post citati costituiscono una selezione volta a esemplificare opinioni diffuse e osservazioni ricavate da migliaia di messaggi. Pur essendo il gruppo aperto, per tutelare la privacy degli scriventi non si riportano il nome o il nickname né la data di pubblicazione.

¹¹ Acronimo di *Social Justice Warrior*, termine spregiativo per indicare chi interviene in modo aggressivo in difesa dei diritti sociali e civili solo per aumentare la propria reputazione.

I dati che si possono ottenere dai sondaggi, dalle discussioni e dai profili dei singoli utenti non sono paragonabili a quelli ricavabili dai sistemi di indagine tradizionali, come i questionari o le interviste svolte su base statistica. Guardando alle comunità online, ciò che interessa non è tanto la possibilità di verificare l'identità dei singoli membri e la veridicità delle loro dichiarazioni, quanto il modo in cui il gruppo si rappresenta, si percepisce e condivide le informazioni che lo differenziano rispetto ad altri. Diversamente dai *followers* di Favij, gli utenti della *Gastrite* si presentano di solito con nome e cognome (non con uno pseudonimo) perché l'anonimato viene associato ai troll, cioè ai provocatori, ai profili fake (falsi). Degli utenti è spesso visibile il profilo, che conferma età, titolo di studio e provenienza geografica.

Delineare la fisionomia di una comunità consente di valutare le produzioni riconducendole a parametri rilevanti per la sociolinguistica digitale, tenendo presente che i gruppi si formano su base volontaria, non per prossimità fisica. Le Regole della *Gastrite* riguardano la struttura dei post e fissano i temi, specificando che

Per i meme, le YTP¹², e tutto ciò che esula le discussioni serie, è stato creato un altro gruppo <https://www.facebook.com/groups/lagentaglia/>

Una sintesi sulle attitudini del gruppo si trova in questo commento:

Per la prima volta sono in un gruppo in cui si riesce a ragionare civilmente e anche se qualcuno, giustamente, la pensa in modo diverso da me riesce almeno ad argomentare la propria visione in modo non banale e sensato, grazie di avermi aggiunto, gran bel gruppo 😊

All'interno di una comunità, se sufficientemente coesa, si contaminano le pratiche che riguardano sia la netiquette, dunque le modalità di interazione e di intervento in caso di conflitto, sia le forme dell'argomentazione e della scrittura. Nei testi il ricorso alle emoji e alla punteggiatura modale (punto esclamativo, interrogativo e punti di sospensione) è

¹² Con YTP (YouTube Poop) si indicano i video umoristici, demenziali e virali montanti dagli utenti attraverso il riuso di materiali esistenti.

limitato se confrontato con gli usi grafici degli adolescenti su Youtube o di alcuni utenti di Twitter. Lo confermano i dati relativi allo spoglio di una discussione che si è svolta nel gruppo della *Gastrite* il 23 dicembre 2017 sul diritto di voto, alla quale hanno partecipato 89 utenti con 291 post per un totale di 10.100 parole. Il risultato è stato verificato su un corpus di controllo sempre tratto dalla stessa comunità.

I punti di sospensione sono considerati tipici delle scritture digitali sincrone caratterizzate da una forte interattività/dialogicità: gli utenti delle chat, per esempio, se ne servono, insieme al segno %, per indicare il mantenimento del turno. Nel corpus della *Gastrite* relativo alla discussione sul diritto di voto si osserva che su 60 occorrenze ben 22 si devono allo stesso utente (36,66%), seguito da altri due che vi ricorrono, rispettivamente, 7 e 6 volte. In sintesi, tre utenti coprono oltre il 58% delle occorrenze totali. Sull'uso dei puntini di sospensione sono significativi i commenti dei partecipanti, fra i quali si possono leggere i seguenti:

A giudicare dai puntini, sono dei buongiornoisti

U1 La spaziatura e la punteggiatura, che sono due cose che in genere mi irritano. Per esempio, quelli che come me sono cresciuti con gli sms abbreviavano tutto e cercavano di comprimere il più possibile un testo. I ragazzi di oggi (passami il termine) per gli sms non ci sono nemmeno passati. Mentre "i quarantenni" scrivono ancora così xk nn so xk lo fanno.

U1 I PUNTI DI SOSPENSIONE

U2 Hai capito.....

U1 C'è anche da dire che alcuni scrivono come scrivevo noi in prima superiore, solo che noi abbiamo smesso, loro no. Mi riferisco a cpt ;cmq ; keecc

L'uso dei puntini di sospensione viene considerato tipico degli adulti che hanno conservato le abitudini scritte maturate con gli SMS, dunque hanno una connotazione generazionale. Limitato è anche il ricorso a emoji e emoticon. Nel corpus sono solo 19, poche, se si pensa che un solo utente le usa 6 volte (31,57%). Confrontando questo dato con la

frequenza rilevata da Spina (2016) per Twitter¹³, si osserva che nel gruppo della *Gastrite* sono poco rilevanti e collocati, con due sole eccezioni, sempre a fine turno. Anche in questo caso le valutazioni degli utenti relative a post con emoji spiegano il divario rispetto ad altri ambienti:

Sarò strano io, ma appena vedo le emoji usate a caso mi vengono in mente quelle catene che si mandano i 40enni su whatsapp e il mio cervello alza una barriera.

L'utilizzo di emoji scredita ed invalida qualsiasi cosa in cui si trova imo¹⁴

La lingua di questa comunità è influenzata da una serie di fattori, non generalizzabili rispetto alla cornice (Facebook, blog, Instagram), quali l'ispirazione a *Breaking Italy* che determina la scelta dei temi, le differenze rispetto ad altri gruppi o tipologie di utenti, le pratiche scritte che privilegiano l'argomentazione e il confronto.

L'uso della punteggiatura modale è un esempio limitato di come si può studiare la lingua in Internet tenendo conto, partendo dai dati, dei commenti degli utenti e del contesto specifico dell'interazione.

5. Considerazioni conclusive

La definizione dei generi e degli stili della CMC ha subito dalle origini cambiamenti costanti e repentini. Le forme di scambio oggi prevalenti non hanno un corrispettivo nei generi tradizionali: in quanto mezzo di comunicazione di massa, Internet raccoglie le produzioni di milioni di persone, prevalentemente giovani e adulti, che rappresentano una parte consistente della popolazione italiana, molto variegata dal punto di vista diastratico. Il contenitore in sé (Facebook, blog, e-mail, etc.) non è sufficiente per identificare un genere con corrispettivi linguistici specifici. Alla definizione dei generi concorrono gli aspetti tecnici (scambio sincrono o

¹³ “Gli emoticon sono dunque un elemento caratterizzante della comunicazione digitale scritta anche da un punto di vista quantitativo. I dati tratti dal corpus TW2, in cui vengono usate un totale di 96.137 faccine, indicano che ogni 100 parole che vengono scritte su Twitter, una è un emoticon” (Spina 2016: 176).

¹⁴ Imo è acronimo di “In My Opinion”. Il post ottiene 30 like.

asincrono, le dimensioni del messaggio, l'anonimato, il carattere privato o pubblico dei messaggi, i canali della comunicazione) e contestuali (scambio uno a uno, uno-a-molti, molti-a-molti; numerosità dei gruppi, caratteristiche dei partecipanti, temi, netiquette). Susan Herring (2007), cui si deve la definizione di *socio-technical mode*, ha fornito una griglia di parametri per inquadrare le diverse tipologie comunicative, insistendo sulla loro flessibilità, sul fatto che a seconda delle comunità essi assumono un peso maggiore o minore e che non sono necessariamente correlati.

Un filone di studio promettente riguarda l'applicazione alla CMC delle ricerche sulla *New Literacy*, attenta alla relazione tra forma, struttura, contesto e significato sociale delle pratiche di scrittura. Oggi pare più sfumata la distinzione tra *Institutional Literacy* e *Vernacular Literacy*: la prima riguarda la scuola, le professioni, la norma e lo standard; la seconda include un'ampia gamma di forme di scrittura e di lettura volontarie, gestite dagli individui fuori dagli schemi delle istituzioni sociali, dalla lista della spesa fino alla scrittura creativa (Iorio 2016). La CMC ha incrementato la seconda tipologia, rendendo la comunicazione scritta ubiqua, onnipresente e modellizzante rispetto a quella istituzionale. Questa realtà si somma a una delle linee di tendenza dell'italiano contemporaneo individuata nella "pressione del parlato sullo scritto, con conseguente accoglimento di tratti propri dell'oralità" (D'Achille 2016: 171) che erano stati emarginati dalla norma fondata sulla lingua letteraria.

L'idea che tutte le forme di scrittura della CMC siano riducibili a una sola varietà è legata alla prima fase di sviluppo di Internet, quando la sua penetrazione era limitata, i sistemi di scambio solo grafici, in parte riconducibili a tipi testuali noti. L'evoluzione e l'integrazione di piattaforme "native digital", l'incremento della multimedialità, l'avvento del web 2.0 hanno reso obsolete le categorie interpretative degli anni ottanta e novanta del secolo scorso.

Rispetto agli studi quantitativi che si basano sullo spoglio di milioni di dati, la sociolinguistica digitale, dunque lo studio delle sue forme e dei suoi generi, non può prescindere dalla domanda: chi scrive? La nozione di comunità qui appena delineata consente di affrontare il tema dell'italiano in rete tenendo

conto del profilo degli utenti, dei dati che essi decidono di condividere, i quali sono etichettati come postdemografici, cioè relativi ai gusti, agli interessi, alle competenze informatiche, alla partecipazione a iniziative o gruppi.

L'attenzione alla composizione delle comunità è fondamentale per situare nel loro contesto le scritture digitali. Tale contesto è definito dal sistema tecnologico adottato, dagli scopi e dall'interpretazione delle pratiche comunicative, dai modi della partecipazione, che possono essere occasionali o strutturarsi in forme di collaborazione duratura sulla base di interessi comuni. La costruzione di una griglia interpretativa che combini i fattori sociotecnici con le pratiche degli utenti può essere utile per impostare un'educazione linguistica che oggi deve confrontarsi con il tema della scrittura come pratica quotidiana, con le sue nuove, pervasive e inedite funzioni. Le scritture non istituzionali sono diversificate, rispondono a scopi comunicativi distinti, dallo svago, al commento occasionale depositato nella pagina online di un quotidiano, fino alla partecipazione a un gruppo che può avere come tema il *bricolage*, le ricette di cucina, le recensioni a ristoranti o a libri. Imparare, attraverso l'osservazione e la pratica, a esprimersi correttamente in ambienti diversi significa avere la possibilità di ottenere informazioni, di influire sulle scelte importanti, come dimostrano le consultazioni online promosse in vari ambiti della vita pubblica. In sintesi, significa imparare a esercitare con efficacia e consapevolezza la cittadinanza digitale.



Indicazioni bibliografiche

- Alfieri, G. (2016). Lo stile mutante degli stili del web. È possibile una rifunzionalizzazione euristica e didattica? *Lingue e culture dei media*, 1, pp. 91-125.
- Androutsopoulos, J. (2006). Introduction: Sociolinguistics and Computer-Mediated Communication, *Journal of Sociolinguistics*, 10.4, pp. 419-438.
- Berruto, G. (1987). *Sociolinguistica dell'italiano contemporaneo*. Firenze: Nuova Italia Scientifica (nuova edizione, Roma: Carocci 2012).
- Berruto, G. (2011). Varietà. In: *Enciclopedia dell'italiano*, dir. R. Simone, vol. II. Roma: Istituto della Enciclopedia italiana, pp. 1550-1553. <[http://isfolo.isfol.it/bitstream/handle/123456789/1262/Oss_1-2_2016_DiFrancesco_Amendola_Mineo.pdf?sequence=1](http://www.treccani.it/enciclopedia/variet%C3%A0_(Enciclopedia-dell'Italiano)/></p><p>Censis-Ucsi (2017). <i>Quattordicesimo Rapporto sulla comunicazione. I media e il nuovo immaginario collettivo</i>. Milano: FrancoAngeli.</p><p>Cristofori, C., J. Bernardini, S. Massarini (2015). <i>Giovani nella rete della politica. Un'indagine in Facebook</i>. Milano: FrancoAngeli.</p><p>Crystal, D. (2001). <i>The Language and the Internet</i>. Cambridge (England): Cambridge University Press (2nd edition 2006).</p><p>D'Achille, P. (2016). Architettura dell'italiano di oggi e linee di tendenza. In: S. Lubello (a cura di), <i>Manuale di linguistica italiana</i>. Berlin/Boston: De Gruyter, pp. 165-189.</p><p>Di Francesco, G., M. Amendola, S. Mineo (2016). I low skilled in Italia. Evidenze dall'indagine PIAAC sulle competenze degli adulti, <i>Osservatorio Isfol</i> 1-2, pp. 53-67. <
- Herring, S. C. (2004). Computer-Mediated Discourse Analysis: an Approach to researching Online Communities. In: S. A. Barab, R. Kling and J. H. Gray (eds.), *Designing for Virtual Communities in the Service of Learning*. New York: Cambridge University Press, pp. 338-376.
- Herring, S. C. (2007). A Faceted Classification Scheme for Computer-Mediated Discourse, *language@internet*, 4, <<http://www.languageatinternet.org/articles/2007/761>>
- Iorio, J. (2016). Vernacular literacy. In: A. Georgakopoulou, T. Spilioti (eds.), *The Routledge Handbook of Language and Digital Communication*. London/New York: Routledge, pp. 166-179.
- Lavinio, C. (1995). Testi scritti e testi orali: differenze, interazioni, intersezioni. In: M. T. Calzetti, L. Panzeri Donaggio (a cura di), *Educare alla scrittura*. Firenze: La Nuova Italia, pp. 19-43. <<http://www.roberto-crosio.net/2/LAVINIO.pdf>>
- Mangen, A., L. Balsvik (2016). Pen or Keyboard in Beginning Writing Instruction? Some Perspectives from Embodied Cognition, *Trends in Neuroscience and Education*, 5.3 (September 2016), pp. 99-106.
- Murgese, E. (2017). Analfabeti funzionali, il dramma italiano: chi sono e perché il nostro Paese è tra i peggiori, *L'Espresso* (21 marzo 2017). <http://espresso.repubblica.it/inchieste/2017/03/07/news/analfabeti-funzionali-il-dramma-italiano-chi-sono-e-perche-il-nostro-paese-e-tra-i-peggiori-1.296854?refresh_ce#commenta>

- Pistolesi, E. (2004). *Il parlar spedito. L'italiano di chat, e-mail e SMS*. Padova: Esedra.
- Pistolesi, E. (2014), *Scritture digitali*. In: G. Antonelli, M. Motolese, L. Tomasin (a cura di), *Storia dell'italiano scritto*. Roma: Carocci, vol. III: Italiano dell'uso, pp. 349-75.
- Pistolesi, E. (2015). *Diamesia: la nascita di una dimensione*. In: E. Pistolesi, R. Pugliese e B. Gili Fivela (a cura di), *Parole, gesti, interpretazioni. Studi linguistici per Carla Bazzanella*. Roma: Aracne, pp. 27-56.
- Pistolesi, E. (i.c.s.). *Storia, lingua e varietà della Comunicazione Mediata dal Computer*. In: G. Patota e F. Rossi (a cura di), *L'italiano e la rete, le reti per l'italiano*. Firenze: Accademia della Crusca – goWare.
- Pistolesi, E. (in preparazione). *Testualità e interpunzione nei testi digitali*. In: A. Ferrari, L. Lala, F. Pecorari, R. Stojmenova Weber (a cura di), *Punteggiatura, sintassi, testualità nella varietà dei testi contemporanei*. Firenze: Cesati.
- Quattroccocchi W., A. Vicini (2018). *Liberi di crederci. Informazione, Internet e post-verità*. Torino: Codice edizioni.
- Rogers, R. (2016). *Metodi digitali. Fare ricerca sociale con il web*. Bologna, il Mulino (ed. or. *Digital Methods*. Cambridge Mass.-London, MIT press, 2013).
- Spina, S. (2016). *Fiumi di parole. Discorso e grammatica delle conversazioni scritte in Twitter*. Loreto: Streetlib.
- Turlow, C. (2007). *Fabricating Youth: New Media Discourse and the Technologisation of Young People*. In: S. Johnson and A. Ensslin (eds.), *Language in the Media*. London: Continuum, pp. 213-233.
- Voghera, M. (2014). *Segni, canali, modalità*. In: E. Garavelli e E. Suomela-Härmä (a cura di), *Dal manoscritto al web: canali e modalità di trasmissione dell'italiano*. Firenze: Cesati, vol. I, pp. 13-26.