

SOCIETÀ DIGITALE E SCRITTURA DI MASSA IN ITALIA: ALCUNI PRELIMINARI SOCIOLINGUISTICI

*Fabio Massimo Cesaroni*¹

1. INTRODUZIONE

È dato noto che la storia non si muova mai con passi netti e distinti: qualora si voglia dunque guardare a un evento come principio o epilogo di un dato periodo, lo si fa sempre con intento generico, se non addirittura simbolico. È con questa precauzione che si indicano, alla fine della prima decade del Duemila, due avvenimenti socioeconomici importanti, che creano un punto di forte discontinuità con le vicende culturali dei decenni precedenti e che sono rilevanti ai fini del discorso che sarà condotto in queste pagine:

1. nel gennaio del 2007 viene presentato l'iPhone, il primo modello di smartphone: arriverà sui mercati nel giugno dello stesso anno. Esso si può definire l'antenato comune a tutti gli smartphone di oggi, e non solo di questi;
2. nel settembre del 2008 il fallimento della banca americana Lehman Brothers segna l'inizio di una vasta crisi economica, che ha ripercussioni anche in Europa.

Questi due avvenimenti, entrambi provenienti dall'altra sponda dell'Atlantico, disegnano un arco temporale di diciassette mesi in cui si pongono le basi per le grandi mutazioni sociali e culturali del decennio successivo, che hanno interessato almeno gran parte del mondo occidentale: da un lato l'inizio del radicamento dei nuovi media nella vita quotidiana, con una progressiva digitalizzazione della vita privata e dei servizi pubblici; dall'altro un cambio di passo dell'economia, che segna un punto di non ritorno rispetto ai livelli dei decenni precedenti. L'alto tasso di radicamento dei nuovi media nella vita pubblica e privata dei cittadini pone l'urgenza di ricorrere al concetto di mediatizzazione come categoria interpretativa del decennio lungo 2007-2019. Quella della mediatizzazione è una teoria recente, che fa riferimento agli studi di sociologia e di scienze delle comunicazioni. Spesso confusa con il concetto di mediazione², si indica con mediatizzazione quel processo di influenza delle logiche comunicative dei media sulle categorie culturali e sulle pratiche sociali³. L'obiettivo delle prossime pagine è quello di ipotizzare come lo studio delle dinamiche sociolinguistiche dell'italiano contemporaneo possa trarre profitto da questo approccio teorico: il presente contributo si propone, infatti, di indagare come l'espansione dei nuovi media abbia modificato le pratiche culturali, e come queste abbiano avuto ricadute sulle pratiche linguistiche. Nei paragrafi che seguono, si renderà conto di alcuni dati quantitativi inerenti alla diffusione dei nuovi media tra il 2007 e il 2019, per analizzarne poi gli effetti sulle pratiche linguistiche e sulle dinamiche sociolinguistiche dell'italiano del nuovo millennio.

¹ Università di Roma "La Sapienza".

² Definita semplicemente come «semiotic materialization, its premise being that all realizations of language depend on technologies of mediation» (Androutsopoulos, 2016: 287).

³ La definizione del termine interessa diverse scuole di pensiero, che non hanno ancora esaurito il dibattito al riguardo. Cfr. Androutsopoulos (2014b, 2016), Hepp (2014), Hepp, Hjarvard, Lundby (2015), Hjarvard (2013).

2. IL DECENNIO LUNGO DELLA MEDIATIZZAZIONE, TRA LINGUA E CULTURA (2007-2019)

2.1. *L'ascesa dei nuovi media in termini quantitativi*⁴

Il primo elemento da tenere in considerazione è l'incremento, dopo il 2008, delle famiglie con accesso a una connessione Internet a banda larga. Si parte da un 34.5% nel 2009 e da un 43.4% nel 2010, per arrivare infine al 64.4% del 2015 e al 74.7% del 2019⁵. Il dato non sorprende se lo si esamina tenendo in considerazione la spesa mediatica delle famiglie italiane. Il rapporto Censis del 2018 a riguardo sottolinea come all'interno del contesto 2007-2017, dove i consumi generali delle famiglie conoscono una flessione che impedisce loro un ritorno ai livelli pre-crisi, le spese per l'acquisto di smartphone sono cresciute anno dopo anno, triplicando in un decennio (+221.6%): andamento analogo ha conosciuto la spesa per i computer per lo stesso periodo (+54.7%)⁶. Ad emergere non è solo Internet come spazio di comunicazione, ma, più nello specifico, un nuovo strumento che ad esso si lega profondamente: lo smartphone. Gli italiani che lo utilizzano arrivano nel 2017 al 73.8%, quando nel 2009 si fermavano al 15%. Nel 2019 lo smartphone è lo strumento più usato per accedere a Internet, usato dal 91.8% degli italiani. Seguono il personal computer (43.4%), il Laptop o il Notebook (27.2%) e il tablet (25.7%, Istat 2019). È possibile anche raccogliere dati sulle attività svolte dagli utenti della rete, registrando di fatto l'ascesa dei social. Nel 2010 l'attività più popolare per gli utenti di Internet era inviare e ricevere e-mail (vi ricorreva il 78.5% della popolazione). L'uso dei social network si fermava al 45%, superato da altre attività come cercare informazioni su merci e servizi (64.5%) e consultare Internet per l'apprendimento (69.4%). Nel 2018 i social network hanno ormai conquistato il 72.5% della popolazione: fra questi, incontrano maggiore successo Whatsapp (67.5% degli italiani), Facebook (56%) e YouTube (51.8%). L'anno dopo, nel 2019, la situazione muta ancora. Secondo i dati Istat, l'88.3% delle persone che avevano usato Internet nei tre mesi precedenti all'indagine, lo aveva fatto per scrivere e ricevere testi di messaggistica istantanea.

Se il decennio lungo 2007-2019 vede, dunque, l'ascesa incontrastata della rete, è utile anche riflettere sui dati inerenti alle disparità nell'accesso a Internet. Nel 2010 l'Italia si collocava al ventesimo posto nell'Unione Europea sia per il possesso di Internet da casa (59%, Istat) sia per l'accesso mediante banda larga (49%). Ma se già nello stesso anno si riducono le differenze sociali nel possesso di beni tecnologici, tra i motivi dell'assenza di Internet nelle famiglie italiane figurava ancora la mancanza di competenze e capacità nel gestire lo strumento (40.8%). Il tasso rimane alto fino al 2019, anno in cui, fra le famiglie che non accedono a Internet, la percentuale di quelle che indicano come motivo la mancanza di competenze necessarie si attesta su percentuali analoghe al 2015 (56.4%). Significativa è anche la disparità tra Nord e Sud del Paese. Nel 2010 il 54% delle famiglie del Centro-Nord possedeva l'accesso ad Internet, mentre al Sud e nelle Isole si arrivava solo al 47%. La situazione non cambia negli anni seguenti. Il vantaggio del Centro e del

⁴ Per ciò che concerne i risultati delle indagini Censis citati nelle pagine che seguono, si rende noto che essi fanno riferimento alle sintesi per la stampa rese pubbliche dalla stessa agenzia, e consultabili sul loro sito. Per ogni approfondimento e per un quadro più generale circa i dati stessi, si rimanda comunque ai volumi integrali.

⁵ Istat (2010, 2015, 2019).

⁶ Censis (2015: 3): «Gli italiani hanno evitato di spendere su tutto, ma non sui media connessi in rete, perché grazie ad essi hanno aumentato il loro potere di disintermediazione, che ha significato un risparmio netto finale nel loro bilancio personale e familiare. Usare Internet per informarsi, per prenotare viaggi e vacanze, per acquistare beni e servizi, per guardare film o seguire partite di calcio, per entrare in contatto con le amministrazioni pubbliche o svolgere operazioni bancarie ha significato spendere meno soldi, o anche solo sprecare meno tempo: in ogni caso, guadagnare qualcosa».

Nord Italia rimane infatti anche nel 2015, mentre il 2019 vede Trentino Alto Adige, Veneto e Lazio come le regioni con la percentuale più alta di famiglie che hanno a disposizione una connessione a banda larga. Un altro fattore da tenere in considerazione è l'età di chi accede alla rete. Come prevedibile, sono i più anziani a farne un minor uso, anche se per la prima volta nel 2019, a margine del 90% dei giovani compresi tra 15 e 24 anni che navigano su Internet, si registra anche una diffusione significativa della pratica tra i soggetti di età compresa tra i 65 e i 74 anni: fra questi, la quota dei fruitori della rete sale al 41.9%. Dirimenti nell'accesso al Web sono anche le diversificazioni per sesso e per titolo di studio. Gli uomini restano più connessi delle donne fino al 2019 (71.7% contro 64.2%), mentre nello stesso anno emerge come nelle famiglie con accesso a banda larga vi siano genitori in possesso del diploma o della laurea (rispettivamente 87,8% e 94,1%). L'ultimo aspetto evidenziato dai dati è quello delle competenze informatiche: per arrivare a una percentuale del 29.1%⁷ di utenti della rete con competenze digitali elevate occorrerà aspettare il 2019.

Un aspetto sociale importante di questi anni è la digitalizzazione dei servizi. Ancora nel 2015, secondo dati Censis, la percentuale di utenti che interagiva in rete con la Pubblica Amministrazione era ferma al 36%, senza variazioni significative rispetto ai dati di 5 anni prima (37.8%). Differente il caso della digitalizzazione delle imprese. Nel 2015 (Istat) già il 70.7% delle imprese con almeno 10 dipendenti disponeva di un sito web, con una crescita rispetto al 2014 delle imprese che ricorrevano alla fatturazione elettronica in un formato adatto all'elaborazione automatica (+10.1%) e di quelle che adottavano software specifici per l'elaborazione della clientela (+2.2%). Aumenta anche la quota di utenti che hanno fatto acquisti online, dal 45.9% del 2014 al 48.7% del 2015. Negli anni successivi, cresce la percentuale di imprese che vende online, fino ad arrivare al 12.2% nel 2018.

Mentre i nuovi media conoscono la propria consacrazione, la carta stampata sembra andare incontro a una forte decrescita della propria popolarità. I primi a risentirne sono i quotidiani: se nel 2007 erano letti dal 67% degli italiani, nel 2018 tale quota si riduce al 37.4% (Censis, 2018). È importante sottolineare come questo calo non sia dovuto al passaggio dei lettori ai giornali online, che nello stesso arco di tempo di riferimento passano da un bacino di utenza del 21.1% al 26.3%. Per la lettura di libri la situazione non è diversa. Gli stessi dati Censis mostrano come si sia passati da una quota di lettori del 59,4% del 2007 a una del 42% nel 2018: anche in questo caso, il corrispettivo digitale sembra non crescere abbastanza per compensare la perdita di lettori di libri. Solo l'8.5% degli italiani, infatti, legge gli e-book. In definitiva, nello stesso arco di tempo in cui aumenta la spesa in nuovi media per le famiglie, cala in modo sensibile quella per libri e giornali (-38%)⁸.

Riassumendo, i dati attraverso i quali è più agevole leggere il radicamento dei nuovi media nella società italiana nel decennio lungo 2007-2019 sono i seguenti:

- aumento delle famiglie che dispongono di un accesso a banda larga a Internet, segnando un +40% in dieci anni (2009-2019);
- malgrado la spesa generale delle famiglie italiane faticò a tornare a livelli precedenti alla crisi del 2008, la spesa dedicata ai mezzi tecnologici conosce, tra 2007 e 2017, un incremento travolgente: gli smartphone aumentano del +221.6%, mentre i computer registrano un +54.7%;
- aumento della fruizione dei social network, in modo particolare di WhatsApp e di Facebook. Nel 2018 i social network raggiungono ormai il 72.5% degli italiani, mentre

⁷ 45.1% tra i giovani di 20-24 anni (Istat, 2019).

⁸ I dati Istat non segnano certo una tendenza diversa. Se nel 2007 i lettori di libri risultavano il 43.1% (per raggiungere nel 2010 il picco del 46.8%), nel 2019 il dato cala fino al 40%. Cfr. Solimine (2019).

- nel 2019 l'88.3% della popolazione che usa la rete lo fa per scrivere e ricevere testi di messaggistica istantanea;
- i nuovi media non sono un servizio esclusivo del privato cittadino, ma diventano anche un valido aiuto per la Pubblica Amministrazione e per le imprese;
 - se la rete nasce come strumento dalla distribuzione sociale trasversale, è pur vero che, in media, l'accesso alla stessa conosce divari legati a diversi fattori: il Centro-Nord è più connesso del Sud e delle Isole, gli uomini più delle donne. Significativa anche la differenza in base al titolo di studio, mentre solo nel 2019 comincia ad assottigliarsi il divario generazionale. Nel contesto europeo, invece, l'Italia rimane nelle ultime posizioni delle classifiche per il possesso di competenze digitali tra i cittadini;
 - parallelo all'ascesa dei nuovi media è il declino della carta stampata. Si assiste infatti a una diminuzione dei lettori dei giornali e dei libri, senza che tale esodo sia assorbito dalla lettura delle rispettive controparti digitali.

2.2. *Gli effetti della mediatizzazione sulla lingua e il cambiamento sociolinguistico*

I dati raccolti in § 2.1 ci aiutano a inquadrare con più precisione i presupposti del mutamento delle pratiche culturali degli italiani dopo il 2007. Per approfondire in questo paragrafo la dimensione teorica, si richiama all'attenzione il concetto di mediatizzazione esposto in § 1, con l'obiettivo di applicarne le implicazioni agli usi linguistici. La mediatizzazione, lo si ribadisce, è

a concept used in order to analyze the interrelation between the change of media and communication on the one hand, and the change of culture and society on the other hand in a critical way⁹.

La mediatizzazione non è legata esclusivamente ai nuovi media, ma fa riferimento a tutte le tecnologie che l'uomo ha usato nella sua storia per comunicare¹⁰. Lo stesso Hepp¹¹ (*ibidem*), inoltre, spiega come la mediatizzazione possieda un versante quantitativo e uno qualitativo. Sotto il punto di vista quantitativo, il concetto fa riferimento alle metriche inerenti alla diffusione e all'uso dei media all'interno di una società, mentre sotto il profilo qualitativo, esso indica i processi di influenza degli stessi nel cambiamento socioculturale. Anche per il contesto appena definito, quello dell'Italia tra 2007 e 2019, è possibile individuare alcuni elementi di mediatizzazione: se il versante quantitativo è stato delineato in § 2.1, si discuteranno di seguito due aspetti qualitativi inerenti specificamente alla dimensione linguistica¹², seguendo le proposte teoriche avanzate da Androutsopoulos (2014b):

⁹ Hepp (2014: 50).

¹⁰ In questo senso, gli effetti della mediatizzazione sono presenti, per esempio, sin dal passaggio dalle civiltà orali alle civiltà chirografiche, come già indicato nel celebre saggio *Orality and Literacy: the technologies of word* di W. J. Ong.

¹¹ Hepp (2014: 50).

¹² È possibile individuare anche elementi di mediatizzazione della cultura, da cui la mediatizzazione della lingua deriva (sullo stretto legame tra lingua e cultura cfr. Hudson, 1996: 78-81). Se ne forniscono solo alcuni brevi esempi. I rapporti Censis (2018 e 2015) evocano due mutamenti culturali dovuti all'espansione dei nuovi media: la fine dello star-system e la disintermediazione dell'economia. Il primo consiste nel venire meno della figura degli idoli come punto di riferimento culturale: «il divismo forniva a tutti un ricco pantheon di idoli ed “eroi” sul quale incardinare un congegno proiettivo. [...] Oggi la moltitudine dei soggetti, novelli Prometeo dell'era digitale, ha trascinato quel pantheon giù dall'Olimpo nel disincanto del

- I. influenza della stereotipia linguistica dei nuovi media sulle scelte dei parlanti. Torna utile a questo proposito la celebre definizione di “plastismi” coniata da Castellani-Polidori (1995) per descrivere, appunto, la «lingua di plastica». Si riconoscono nel termine “plastismi”:

i tanti logori cliscé, gl’innunerevoli tecnicismi e burocratismi superflamente usati, le dubbie trovate, la pletora di formule ‘usa e getta’, fatalmente volgari nella loro immediata ed eccessiva popolarità, immesse di continuo sul mercato della lingua¹³.

Se appare intuitivo che categorie di questo tipo sono state conosciute dalla lingua di ogni epoca, è anche vero che il mondo connesso e globalizzato di oggi ne potenzia genesi e diffusione. Negli ultimi anni sono aumentati tanto le dimensioni della mediasfera, ovvero della fonte di quel materiale linguistico, quanto gli spazi linguistici del cittadino privato, in base all’uso del quale certe locuzioni o certi termini possono diventare plastismi. Si aggiungano altre considerazioni di carattere metodologico per lo studio della stereotipia linguistica. La grande quantità di testi privati che oggi è possibile produrre e conservare può essere un’utile testimonianza per lo studio dell’origine e dello sviluppo dei plastismi. Non solo se ne può tenere traccia per ciò che riguarda il grado di diffusione, per esempio, ma anche per la loro eventuale popolarità tra fasce di età diverse o in zone d’Italia differenti¹⁴. In ultima analisi, l’eterogeneità dei testi presenti in rete può aiutare a identificare l’acclimatamento di un plastismo lungo un asse diafasicamente orientato: chi fosse interessato allo studio di questo fenomeno può così osservare, grazie ai testi presenti in rete, se una data formula sia presente solo nella produzione linguistica privata oppure, al contrario, anche in quella più formale e istituzionale.

- II. Nuovo equilibrio tra standard e substandard, grazie al nuovo peso che le fonti di lingua più o meno lontane dallo standard assumono nell’orizzonte quotidiano del parlante. Dall’indagine Censis *I media della crisi* è emerso, per esempio, che

mezzi come la televisione e la radio, tradizionalmente considerati affidabili, e titolari di una fiducia trasversale, hanno dovuto fare i conti con la pluralità delle fonti quando si è trattato di affrontare argomenti caldi come la lotta al Covid-19 e il conflitto russo-ucraino¹⁵.

Questo andamento è riassumibile nel dato seguente: nel 2022 i telegiornali vedono decrescere la propria utenza del 9%, mentre l’uso di Facebook come mezzo di informazione arriva al 35.2%. Tale aspetto costituisce un interessante esempio di

mondo. Uno vale un divo: siamo tutti divi» (Censis, 2018: 18). Nel 2015, invece, il rapporto Censis *Comunicazione e media* illustrava la disintermediazione dell’economia contemporanea. Si tratta di un processo che si fonda sulla capacità delle piattaforme telematiche contemporanee di superare, da parte di chi le utilizza, la mediazione dei soggetti tradizionali: «si sta così sviluppando una economia della disintermediazione digitale che sposta la creazione di valore da filiere produttive e occupazionali verso nuovi ambiti» (Censis, 2015: 3). Il nuovo business consiste dunque nel fare da mediatore (digitale) tra domanda e offerta, come diverse piattaforme che oggi si conoscono molto bene (per esempio Booking o Ebay). Per approfondire questi e altri mutamenti culturali contemporanei, cfr. Solimine-Zanchin (2020) e bibliografia relativa.

¹³ Castellani Polidori (1995: 14).

¹⁴ Si precisa che questo è possibile laddove la tipologia testuale che contiene il plastismo sia in grado di fornire chiare informazioni rispetto ai parametri menzionati.

¹⁵ Censis (2022b: 9).

come l'informazione sia uno dei versanti in cui aumenta il tempo di contatto degli italiani con uno spazio linguistico meno soggetto a controllo formale, quindi potenzialmente più vicino al substandard che allo standard¹⁶.

Per approfondire e comprendere meglio la mediatizzazione della lingua è necessario inquadrarne la natura all'interno della teoria del cambiamento sociolinguistico. Seguendo Coupland (2014: 70), il cambiamento sociolinguistico va tenuto separato dal cambiamento linguistico in quanto

the interest is less in discovering structural change in language systems and more in discovering changing relationships between language and society and their instantiation at the level of practice. Sociolinguistic change research carries the specific presupposition that whatever we identify as language change happens in the context of social change, and that these dimensions need to be handled integratively. Sociolinguistic change research aspires to understand change that is both linguistic and social, as part of a socially constituted linguistics.

La stessa mediatizzazione della lingua, secondo lo studioso, sarebbe in questa prospettiva un livello del cambiamento sociolinguistico. Coupland (2016: 433) offre poi un'altra definizione del cambiamento sociolinguistico, condensandolo come «consequential change over time in language-society relations». Proprio in questa direzione, alla luce dei dati sul panorama socioculturale e delle riflessioni sulla mediatizzazione degli usi linguistici condotte sopra, si propongono di seguito alcune dimensioni potenzialmente rilevanti del cambiamento sociolinguistico nell'Italia contemporanea.

1. I nuovi media sembrano avere innescato una omogeneizzazione verso il polo inferiore dell'asse diafasico della lingua. Già Fiorentino (2011: 102) ha notato come

l'informalità, intesa come registro comunicativo, è lo stile dominante delle interazioni interpersonali mediate dal computer, per ragioni che sociologi e psicologi sociali attribuiscono all'alta democraticità della rete e alla riduzione degli indici sociali [...], e che i linguisti attribuiscono al carattere di ibridazione tra oralità e scrittura [...] e al formato di produzione specifico di certi testi, soprattutto di quelli che sono testi 'scritti', ma sono realizzati in modalità sincrona come le conversazioni naturali [...].

È interessante notare come tale processo non sia rintracciabile solo nello scambio di commenti tra sconosciuti sotto un post di un articolo della pagina Facebook del giornale "La Repubblica", per esempio, ma anche in casi dove la formalità è più attesa, come nelle comunicazioni via e-mail degli studenti ai docenti universitari. Ne ha parlato la stessa Fiorentino, commentando un messaggio di posta elettronica ricevuto che qui si ripropone:

Gentile professoressa, Sono la studentessa di lettere che un mese fa le aveva mandato una mail perché volevo iscrivermi al corso di laurea scienze della

¹⁶ Occorre sottolineare come naturalmente all'interno della dimensione social non tutta la lingua sia lontana da ogni controllo. Si tratta di un gradiente di formalità, in cui coesistono le pagine ufficiali dei quotidiani e i post dei singoli cittadini. Purtroppo l'indagine Censis di riferimento non dà informazioni su questo aspetto del dato in questione, ma quel che comunque si fotografa chiaramente è il successo di spazi privati a danno di spazi più istituzionali, come telegiornali e quotidiani cartacei.

comunicazione, ho fatto l'iscrizione con riserva perché dovrei laurearmi ad aprile al corso di laurea triennale di scienze della comunicazione. Se l'esame di linguistica vale 9 CFU devo integrare l'esame che ho già fatto visto che lei vale 6 CFU con l'orale? Cordiali saluti¹⁷.

Si tratta di un testo che è possibile paragonare con molte altre composizioni digitali estemporanee. In particolare, sembra opportuno confrontarlo con questo testo di messaggistica istantanea¹⁸:

Allora per latino io ho frequentato L****. Il corso era di didattica di latino ed è stato molto utile perché ci ha insegnato anche come insegnare e ci ha spiegato come fare le unità didattiche. Resta però il fatto che comunque è un esame difficile, perché devi comunque portare testi da tradurre e ti fa fare una prova di lingua // «È comunque un corso che ti dà sia i cfu per i magici 24 che per latino» // «Parlando dei 24 cfu la situazione è questa [...]».

L'esistenza di elementi testuali comuni a brani così distanti per situazione comunicativa può essere un indizio dell'azione di erosione dell'espressione linguistica della formalità che le scritture digitali quotidiane stanno operando. Si noti, in primo luogo, come in entrambi i casi la coesione testuale sia garantita da riprese lessicali: si tratta di una strategia che trova la sua ragion d'essere nell'immediatezza del parlato e che, in quanto tale, è riscontrabile in diversi testi di messaggistica istantanea tra pari (cfr. Cesaroni, 2022: 80). È questa una spia dell'assenza di riformulazione, che può essere un problema in un testo che invece si dovrebbe caratterizzare per un alto tasso di formalità, come la comunicazione di una studentessa con una docente universitaria. Nella stessa direzione andrebbe quel meccanismo semantico per cui chi insegna viene identificato totalmente con il corso che tiene o con l'esame da sostenere (*lei vale 6 cfu; io ho frequentato L*****). In ultima analisi, l'unico elemento che differenzia in diafasia i due testi è il residuo di formalità ravvisabile nella resistenza di espressioni formulari in apertura e chiusura della e-mail (*Gentile professoressa; Cordiali saluti*).

2. Fra i fattori che hanno un ruolo nel cambiamento sociolinguistico, Coupland (2016) annovera anche l'ideologia linguistica. Sembra importante, allora, sottolineare il profondo attaccamento degli italiani alla propria lingua, e già Serianni (2006: 48-54) ricordava la costanza e l'acume dei quesiti sottoposti a *La Crusca per voi* da parte di non linguisti. Tale attaccamento trova oggi chiara manifestazione nella vulgata che vede la nostra lingua andare incontro all'ennesimo imbarbarimento: non solo per l'eccessivo impiego di anglicismi, ma anche per le forti oscillazioni ortografiche rinvenibili nei testi digitali¹⁹. Si aggiunge, in questa sede, una breve rassegna delle ricerche affini all'argomento "lingua italiana" che emergono dai dati presenti nel motore di ricerca di Google per il periodo 2010-2019²⁰. Tra le ricerche affini più frequentate, troviamo curiosità linguistiche (per es. "parole giapponesi nella lingua italiana") e dubbi (per es. "dove è nata la lingua italiana", "quanti accenti ci sono nella lingua italiana", "quanti vocabolari ha la lingua italiana"). Lo stesso interesse è ravvisabile anche nell'uso della rete come dizionario. Si ricorre spesso a Google,

¹⁷ Cfr. Fiorentino (2018a: 53-54). Già la studiosa sottolineava la «scarsità di segni interpuntivi che non consente di interpretare correttamente i rapporti logici tra i fatti enunciati», insieme alla «scarsa pianificazione» (ivi: 54). Sull'italiano delle email degli studenti universitari cfr. anche Lubello (2022, 2023).

¹⁸ Il testo è tratto dal corpus già usato per Cesaroni (2022).

¹⁹ Cfr. a titolo di esempio Gheno (2017). Per un resoconto invece sul rapporto che gli utenti hanno con la divulgazione linguistica cfr. Grandi-Masini (2018) e Miola (2020).

²⁰ Fonte: Google Trends.

infatti, per rispondere a dubbi linguistici più specifici, digitando la questione di interesse seguita da “(Accademia della) Crusca”. Fra le questioni più cercate, per lo stesso periodo di riferimento, troviamo: “apposta”, “soprattutto”, “tuttora”, “buongiorno o buon giorno”, “da o dà”, “valigie o valige”, “fa o fà”, “esci il cane”. Un cenno a parte merita l’incremento di ricerche di *Accademia della Crusca* che si registra nel marzo del 2016: la causa va ricondotta alla famosa vicenda di ‘petaloso’, che ha trovato ampio spazio su quotidiani e telegiornali.

3. In conclusione, si fa riferimento ad alcuni aspetti linguistici e retorici della narrativa di consumo contemporanea, che possono essere letti come effetti dell’influenza dei nuovi media sulla lingua²¹. Ci si limita in questo contesto a riportare alcune osservazioni di Simonetti (2018). Lo studioso mette in luce come nel romanzo di consumo cresca il peso della velocità dei tempi narrativi, e quanto per un’opera risulti sempre più decisiva la capacità di essere “sistema passante” di informazioni, riversando e riflettendo volumi di dati e riferimenti fra narrazioni anche mediaticamente diverse. Lo studioso descrive come nel romanzo contemporaneo

si avverte, sul piano strutturale, una resa diffusa e commossa al primato spettacolare delle immagini; alla dose superiore di energia emotiva e di piacere che i media sono in grado di spacciare; alla loro capacità di coinvolgere in tempi rapidi e svilupparsi in orizzontale, rinunciando, in nome di un guadagno di libertà e di accelerazione, alla zavorra della profondità²².

Gli spunti di riflessione che sono stati chiamati in causa in questa breve rassegna, la quale rimane ben lontana da ogni pretesa di esaustività, si dipanano da aree periferiche alla sociolinguistica (come accade nel caso degli aspetti linguistici e retorici della narrativa di consumo o la stereotipia linguistica dei plastismi), ma toccano anche questioni più tradizionali (come la resa linguistica e testuale della formalità e il nuovo rapporto tra standard e substandard nei nuovi media). Una teoria come quella del cambiamento sociolinguistico, dunque, potrebbe essere in grado di approfondire la comprensione di fenomeni già noti ai sociolinguisti, e di creare collegamenti con nuove prospettive di analisi.

3. DAL 2020 A OGGI: RIFLESSIONI GENERALI TRA MEDIATIZZAZIONE E SOCIOLINGUISTICA

3.1. Nuovi temi di variabilità linguistica

Un nuovo punto di rottura storico per le coordinate socioeconomiche del nostro Paese arriva con la pandemia del 2020. L’evento segna un punto di non ritorno rispetto agli anni precedenti, sia a livello culturale, dati gli effetti della pandemia sul tessuto sociale e

²¹ La giustificazione della presenza di riferimenti alla letteratura, specie di consumo, all’interno di uno studio inerente alla linguistica va riconosciuta nelle linee teoriche che guidano la ricerca sul cambiamento sociolinguistico. Come ricorda anche Androutsopoulos (2014a: 6), il cambiamento sociolinguistico si concentra «not on linguistic features but on language practices». Una teoria così posta potrebbe ben giovare dello studio della produzione letteraria di un dato momento storico come specchio del rapporto tra pratiche o ideologie linguistiche e società che ha prodotto quei testi. Ciò può valere in special modo per la nostra epoca, dove il romanzo è entrato nel mercato dell’intrattenimento e, diventando un bene di consumo, è stato costretto a scendere a patti con la massificazione della cultura e della lingua.

²² Simonetti (2018: 52).

sull'immaginario collettivo, sia a livello economico. Nell'approccio teorico che caratterizza il presente studio, l'inizio degli anni Venti del Duemila è fecondo di conseguenze. Si assiste, infatti, a un radicamento ulteriore delle nuove tecnologie della comunicazione nella vita privata degli italiani i quali, una volta forzati ad entrare in largo contatto con la mediasfera, sembrano non voler tornare alle abitudini pre-pandemiche.

Una breve analisi dei dati Istat e Censis per il periodo 2020-2023 trova testimonianza di tali cambiamenti. Le spese mediatiche delle famiglie italiane sono ancora in crescita rispetto agli altri settori paragonati al livello precedente alla crisi del 2007: nemmeno la pandemia, quindi, ha impedito alle famiglie italiane di spendere in dispositivi digitali (+450,7% tra 2007 e 2020). Inoltre, il periodo di chiusure forzate ha

costituito uno straordinario, impreveduto potentissimo fattore di accelerazione del paradigma biomediativo, prefigurando l'alba di una nuova transizione digitale, che adesso coinvolge anche coloro che finora ne erano rimasti ai margini. Oltre all'informazione e all'intrattenimento, i dispositivi digitali hanno garantito la continuità di molte attività pubbliche e private²³.

Nel 2022 la dieta mediatica degli italiani risulta la seguente: WhatsApp è l'applicazione più usata, e raggiunge il 93.4% degli italiani (83,6% dei quali giovani fra i 14 e i 29 anni). Seguono YouTube (83.3%), Instagram (80.9%) e Facebook (51.4%, Censis 2022b). Nel triennio in esame continua il declino della carta stampata. Per quel che riguarda i libri in particolare, secondo Istat (2022d) i lettori scendono al 39.3%, con il prevalere del profilo del lettore definito "debole" (che legge cioè al massimo tre libri in un anno, cfr. Istat, 2022d).

Ad avviso di chi scrive, un ulteriore dato può essere messo in correlazione con quelli citati in § 2.2, suggerendo nuovi spunti per l'analisi del cambiamento sociolinguistico nell'italiano contemporaneo. Antonelli (2014) ipotizza e descrive una nuova varietà di lingua, l'e-taliano, che secondo lo studioso sarebbe

una varietà diamesica, senz'altro (un «italiano trasmesso dell'uso scritto» come è stato definito); che però può essere considerata anche diafasica o diastratica, a seconda di quanto sia ampio (verso l'alto) il repertorio di chi la usa. Per le persone colte rappresenta infatti solo una scelta stilistica: uno dei tanti registri possibili: l'evoluzione del più volte evocato «italiano dell'uso medio» [...]. Ma per tutti quelli che scrivono soltanto in queste occasioni potrebbe finire col diventare l'unico modo di scrivere: l'unica scelta possibile, ghetizzante e socialmente deficitaria. L'e-taliano, in questo caso, come italiano neopopolare²⁴.

Si individua, dunque, una varietà di lingua che ha come elemento costitutivo l'avvicinamento tra scritto e parlato operato dalle moderne tecnologie della parola. Dal punto di vista della testualità, essa si distingue per brevità e incompiutezza, mentre per ciò che concerne la sua diffusione sociale è ascrivibile tanto al polo inferiore quanto al polo superiore dell'asse diastratico. La discussione in materia è ancora aperta, giacché altri studiosi hanno obiettato alle osservazioni di Antonelli. Osserva, per esempio, D'Achille (2019: 252), proprio a proposito dell'e-taliano, che

è difficile considerare unitariamente testi tra loro molto vari per tipologia, finalità, funzioni, e che certi tratti dell'italiano della rete, pur molto

²³ Censis (2021b: 14).

²⁴ Antonelli (2014: 551).

caratterizzanti, non hanno (o almeno non hanno avuto finora) ricadute nel “sistema” della lingua in generale, e potrebbero rivelarsi effimeri e transitori.

Dello stesso avviso Fiorentino (2018a: 55), secondo la quale «sicuramente non è sufficiente [...] accorpate in un unico macro-contenitore ‘lingua del web’ tutte le varietà descritte, ma sarebbe più soddisfacente sistamarle in modo da rendere conto dei reciproci rapporti»²⁵. Mentre questa discussione resta aperta, un ruolo diverso che i testi della rete possono svolgere riguarda la loro possibilità di essere testimonianza del cambiamento linguistico nel breve periodo. Già Renzi (2000: 293) suggeriva come:

l'uso della lingua, soprattutto della lingua materna, è in gran parte inconscio, e molti fenomeni innovativi, e anche non innovativi, ci sfuggono. Ma certamente, d'altra parte, le innovazioni in atto non hanno carattere così radicale, e per questo colpiscono di meno.

Questo passo è estratto dal lavoro pubblicato in *Studi di Lessicografia Italiana* che dà il via a una serie di altre ricerche, accomunate dall'obiettivo di documentare il cambiamento linguistico nel breve periodo²⁶. Ancora diciannove anni dopo, lo stesso Renzi torna sulla materia:

ho scelto come campo di osservazione l'italiano contemporaneo, scelta inconsueta, perché la grandissima parte degli studi sul cambiamento sono condotti sul lungo periodo. Questa scelta è stata una sfida, perché molti linguisti in diversi periodi avevano affermato che il cambiamento linguistico non è osservabile nel breve periodo. Alcuni dei fatti che ho segnalato e in parte descritto coincidono peraltro con quelli illustrati da altri studiosi non come fatti di cambiamento, ma sotto denominazioni diverse, ma in realtà equivalenti, o quasi, come quella della riformulazione della norma, o di nuovo standard dell'italiano, e simili²⁷.

È chiaro come oggi la rete si presenti soprattutto come un grande contenitore di testi: per questo il suo ruolo nello studio del cambiamento linguistico nel breve periodo può essere rilevante. Eppure, anche in questo caso le possibili contraddizioni che tale approccio porta con sé non sono da sottovalutare. Dal punto di vista delle variabili sociolinguistiche, infatti, Internet è un contenitore tanto eterogeneo da sfidare ogni razionalizzazione metodologica nella resa dei rapporti fra le stesse; dal punto di vista delle realizzazioni linguistiche, invece, proprio l'estrema ricchezza di dati della rete offre la possibilità di tenere traccia del comportamento di tali variabili. Riflessioni del genere ci spingono verso problemi teorici, che riguardano il rapporto tra i metodi classici della sociolinguistica e la loro applicazione alla comunicazione mediata tecnicamente. Come ha già suggerito Androutsopoulos (2013), nella ricerca sociolinguistica la rete può essere vista come “text” o come “place”:

²⁵ Merita attenzione anche il commento di Pistolesi (2018: 19): «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 un'unica tipologia testuale».

²⁶ Cfr. anche Renzi (2003, 2012, 2019).

²⁷ Renzi (2019: 14). I fenomeni strutturali della lingua che l'autore ha indagato, sin dal suo primo intervento, sono diversi. Fra queste si ricordano l'espandersi della locuzione *è che/non è che/e sì che*; l'affermazione di *centra/c'entra* con il significato di “avere a che fare”; l'oscillazione nella scelta dei pronomi da assegnare agli enti inanimati; l'evoluzione degli impieghi dell'avverbio *tipo*.

‘CMC as text’ focuses on the vast archive of written language provided by the Internet. It implies a tendency toward screen-based data, a view of digital modes as ‘containers’ of written language, and a preference of *etic* (researcher-oriented) rather than *emic* (participant-oriented) classification and categories. By contrast, a ‘CMC as a place’ perspective might approach digital communication as a social process and CMC environments as discursively created spaces of human interaction, which are dynamically related to offline activities²⁸.

3.2. *Note di sociolinguistica della scrittura*

In questa ultima sezione, si concentrerà l’attenzione su un cambiamento sociolinguistico particolare che, invece di investire gli usi linguistici in senso generale, interessa gli usi del codice semiotico con cui la lingua è veicolata: la scrittura. La sociolinguistica della scrittura nasce nel 2013 con il volume *The Sociolinguistics of Writing* di T. Lillis²⁹: l’approccio metodologico di quest’area di ricerca consiste nella valutazione delle capacità linguistiche di un individuo non solo alla luce delle sue competenze in quanto parlante, ma anche in base alle varietà inerenti alla sua competenza come scrivente. In Italia è stato proposto da G. Fiorentino (2018a-b), che ha applicato questo approccio alle varietà scritte del web. Nei paragrafi successivi, ci si limita a suggerire ulteriori elementi di riflessione circa l’evoluzione degli usi della scrittura nella società digitale moderna.

- Emergenza dell’aspetto multimediale – in special modo nell’elemento visivo – nei testi scritti. Si pensi alla messaggistica istantanea: oggi esiste la possibilità di inserire fra i testi diversi elementi multimediali, come gif, messaggi audio e foto. Nello studio degli elementi che hanno promosso il successo della visione come senso privilegiato per elaborare conoscenza, Simone (2012: 52-60) fa riferimento a diversi fattori: si ricordano in questa sede la multisensorialità della visione, che garantisce all’utente «una certa sicurezza di cogliere comunque l’informazione trasmessa»; il grado di iconicità, giacché «le parole stampate non rivelano affatto la natura del loro soggetto a prima vista, e per conseguenza tendono a escludere la dimensione del pathos da parte dell’utente»; e la convivialità della visione, che consente infine di «guardare uno spettacolo e nello stesso momento fare altre cose più o meno impegnative, anche per il senso della vista, stando in mezzo alla gente e magari parlando con qualcuno che ci sta attorno». Tutto ciò, secondo lo studioso, decreta come «la ‘fatica di leggere’ non possa competere con la ‘facilità di guardare’».
- La massificazione della scrittura per opera dello sviluppo dei nuovi media offre l’occasione di mettere in discussione l’ottica preminente che il parlato ha tendenzialmente avuto negli studi di sociolinguistica. Lillis, McKinney (2013: 418) ricordano i punti di vista ricorrenti attraverso cui il rapporto tra scritto e parlato è messo a fuoco nell’indagine sociolinguistica:
 - a) importanza principale della lingua parlata nella socializzazione e nella costruzione delle identità³⁰;

²⁸ Androutsopoulos 2013: 239 (corsivo dell’autore).

²⁹ Cfr. anche Lillis, McKinney (2013) e Blommaert (2013).

³⁰ (Lillis-McKinney, 2013: 418): «The primacy argument is widely used in sociolinguistic to warrant the disciplinary focus on spoken language on the grounds that speech comes first chronologically in individual lifespan, human development and the histories of societies, often accompanied by an assumption that it is of greater or more profound social significance, for example with regard to socialization and identity formation».

- b) ruolo centrale della lingua scritta limitatamente ai processi di standardizzazione e di codificazione della lingua;
- c) rilevanza dello scritto solo in quanto immagine o insieme di elementi linguistici stabili, in base ai quali determinare la fluidità del parlato spontaneo.

Alla luce di queste riflessioni, si indicano di seguito alcuni effetti della massificazione digitale della scrittura che possono indurre a riconsiderare il peso differente della lingua scritta nell'indagine sociolinguistica, approfondendo le considerazioni di Lillis e McKinney:

- a) Una parte consistente dei processi di socializzazione e di costruzione delle identità avviene oggi attraverso la mediazione digitale (soprattutto per i più giovani): nel 2022 ormai l'82.4% degli italiani frequenta social network, e fra questi quelli più popolari sono WhatsApp (93.4%), Facebook (51.4%) e Instagram (80.9%): applicazioni che mettono la scrittura fra le funzionalità più importanti (contattare utenti con messaggi, interagire con commenti, scrivere post). Per uno studio delle dinamiche inerenti alla costruzione dell'identità nell'era della mediasfera, inoltre, cfr. Censis (2020b: 11-13).
- b) La non coincidenza dello scritto digitale di massa con la lingua standard può variare di intensità, secondo un gradiente che va dai testi di messaggistica istantanea fra pari semicolti agli avvisi sui siti web o sulle pagine social dei soggetti istituzionali. Soprattutto nei casi diastraticamente e diafasicamente più bassi, si nota, i nuovi media sarebbero una nuova fase di quel processo di avvicinamento tra lingua standard e lingua substandard già cominciato con un altro genere scrittoria: l'epistolografia (cfr. Antonelli, 2014: 545-546).
- c) Lo scritto massificato dei nuovi media, soprattutto nelle sue manifestazioni più dialogiche, è forse fra gli esempi più chiari di testi in cui agisce una commistione tra scritto e parlato (cfr. Baron, 1998; Fiorentino, 2004; Prada, 2016). Nessuno dunque penserebbe di poter usare tali testi come punto di riferimento in base al quale descrivere il parlato³¹. Anche se la contaminazione della lingua scritta con elementi di parlato – è bene ricordarlo – non è certo un processo nuovo (cfr. D'Achille, 1990), la scrittura digitale ne porta comunque i risultati a livelli inediti, fornendo nuovi spazi e nuove occasioni di scrittura a una vasta platea di nuovi scriventi.

Pur ereditando a volte dinamiche già innescate da generi che l'hanno preceduta (che è comunque lecito comprendere nella lingua scritta), la nuova scrittura digitale di massa sembra, pertanto, offrire una preziosa conferma alle teorie di Lillis e McKinney sul peso che la scrittura deve occupare nella moderna indagine sociolinguistica³².

- Un altro cambiamento riguarda il nuovo ruolo della scrittura all'interno delle strategie economiche della nostra società. Il sistema economico contemporaneo è stato definito già da Brandt (2015) come *Knowledge Economy*. Si tratta di una definizione incentrata sul ruolo e sul valore della scrittura. Secondo Brandt (2015: 16) infatti, oggi la scrittura «is the product that is bought and sold, as it embodies knowledge, information, invention, service, social relations, news – that is, the products of the new economy». Notando

³¹ Cfr. Voghera (2017: 219): «Le tecnologie permettono di sfruttare alcune proprietà tipiche della modalità parlata, per esempio lo scambio dialogico semi-sincrono, utilizzando il canale grafico-visivo e questo fa assumere ai testi scritti delle caratteristiche molto diverse da quelle della scrittura tradizionale. Sarebbe però un errore pensare che si tratti di un parlato grafico perché mancano a questi testi molte caratteristiche tipiche del parlato, che infatti non si riscontrano nella lingua usata».

³² Cfr. anche Androutsopoulos (2013: 237): «The online data of interest to linguists is overwhelmingly written language data. CMC research is therefore confronted with the marginal status of written language in sociolinguistics and at the same time contributes to raising interest in written language data».

come l'economia contemporanea sia costituita sempre più da «knowledge workers», la studiosa puntualizza come l'informazione sia diventata l'asse portante dei processi di compravendita³³. Per calare queste definizioni nella realtà nota, si può offrire un esempio concreto osservabile nella nostra società. Molte pagine web possono essere fonte di introiti grazie al flusso di traffico che riescono a intercettare nella rete: di conseguenza, più il posizionamento di una pagina web è alto nel motore di ricerca, più utenza la pagina web riesce a fidelizzare, aumentando così la probabilità di creare profitto (grazie, per esempio, alle pubblicità). Proprio per questo motivo si è sviluppata la “Search Engine Optimization” (SEO), ovvero quell'insieme di tecniche che consente a un sito Internet di intercettare il traffico di utenti ponendo all'interno dei propri contenuti delle stringhe di parole o delle frasi coincidenti con quelle più cercate nei motori di ricerca in un dato momento (“query”). Oggi, di conseguenza, esistono figure professionali specializzate, che consentono ai siti di migliorare il piazzamento nei motori di ricerca attraverso una pianificazione della scrittura dei contenuti del sito stesso. La scrittura, quindi, è diventata anche un vettore di fidelizzazione dei clienti, che investono tempo nella ricerca di informazione nei nuovi media. In base anche ai parametri di Lillis (2013) già evidenziati, possiamo considerare questo come un cambiamento sociolinguistico legato alla scrittura: esso, addirittura, ha avuto effetti diretti anche nelle gerarchie occupazionali, visto che oggi – a differenza anche degli anni scorsi – esistono figure professionali specifiche che si dedicano a tale attività.

- L'ultimo spunto di riflessione nell'ottica della sociolinguistica della scrittura che si intende offrire è forse quello più ambizioso. Un panorama socioeconomico che vede la scrittura come pratica massificata ci spinge a pensare di affiancare alla tradizionale variabilità sociolinguistica ‘lingua-dialetto’ anche una gradazione di variabilità connessa alle competenze degli individui in quanto scriventi, e acquisite attraverso la fruizione e la produzione di diversi tipi di testo. Se, all'indomani del secondo Dopoguerra, la massificazione della lingua italiana ha reso necessario ragionare in termini di variabilità del repertorio parlato, distinguendo tra lingua standard, lingua neostandard, italiano regionale e dialetto, la massificazione della scrittura ci spinge oggi ad affiancare a tale classico paradigma il concetto nuovo di repertorio grafico, e a studiare la variazione sociolinguistica all'interno dello stesso. Una direzione del genere è stata già suggerita da Fiorentino (2018a: 58):

In questo quadro infatti si può immaginare di costruire il repertorio delle varietà scritte che sono a disposizione di uno scrivente, un repertorio basato sulle competenze incluse nell'abilità di scrittura e che tenga conto di parametri diversi da quelli della comunicazione orale.

Se già dunque Antonelli (2014) aveva proposto come la scrittura digitale fosse ascrivibile a punti diversi del continuum diastratico della società, le teorie della sociolinguistica della scrittura ne arricchirebbero la caratterizzazione linguistica, retorica e pragmatica, con l'obiettivo ultimo di arrivare a una catalogazione dei diversi tipi di repertori grafici.

³³ *Ibidem*. «then writing has become a dominant form of labor as it transforms knowledge and news into usable, shareable form».

4. CONCLUSIONI

Questo studio ha avuto inizio con l'analisi dei dati quantitativi sulla distribuzione e sull'uso delle nuove tecnologie della parola nella società italiana e ha cercato di evidenziarne – pur in linee generali – le ripercussioni in ambito sociolinguistico, indagando il rapporto tra lingua e cultura nell'età dei nuovi media, alla luce della teoria della mediatizzazione e del cambiamento sociolinguistico. L'ipotesi che ha orientato il lavoro è stata quella di suggerire in che modo sia possibile arricchire il paradigma di ricerca della sociolinguistica quando ad essere sotto osservazione è il rapporto tra lingua e nuove tecnologie della comunicazione: per questo motivo, il lavoro che si è presentato ha proposto una prospettiva in cui armonizzare, sempre nell'alveo della stessa sociolinguistica, questioni diverse, ma tutte inerenti agli effetti dell'influenza dei nuovi media su vari aspetti della cultura e della lingua. Come ha già suggerito Androutsopoulos (2006):

the time is ripe for supplementing and eventually replacing the listings of 'prototypical' features that have been popular in mode-centered 'Internet linguistics' by a user and community-centered approach, which is promising for a more complex theorizing of the social and contextual diversity of language use on the Internet ³⁴.

Proprio in tale direzione si sono dibattuti i temi dei precedenti paragrafi, che trovano qui un breve riassunto:

1. potenzialità della stereotipia linguistica come carattere sociolinguistico distintivo della società digitale, e validità dei testi della rete come ausilio nello studio della stessa;
2. nuove dinamiche tra lingua standard e lingua substandard, grazie alla crescita dei nuovi media privati nell'orizzonte quotidiano dei parlanti;
3. omogeneizzazione verso il polo basso della diafasia nei testi digitali;
4. riflessioni sull'ideologia linguistica contemporanea;
5. effetti dei nuovi media sulla costruzione linguistica e retorica della narrativa di consumo;
6. dibattito sull'esistenza di una varietà di lingua digitale e validità dei testi della rete nello studio del cambiamento linguistico nel breve periodo;
7. introduzione della sociolinguistica della scrittura, relativamente a diverse questioni:
 - a) emergenza dell'elemento visivo nella composizione dei testi digitali;
 - b) dinamiche per cui la massificazione della scrittura può mettere in discussione la prospettiva privilegiata tradizionalmente tipica del parlato nel contesto dell'analisi sociolinguistica;
 - c) ruolo della scrittura digitale nella *Knowledge Economy* ed effetto nelle gerarchie occupazionali della società;
 - d) proposta del concetto di repertorio grafico come parametro di variabilità sociolinguistica contemporanea.

Questo approccio alla sociolinguistica potrebbe arrivare ben oltre i confini dello studio del rapporto tra lingua e rete. Partendo da dati quantitativi e servendosi delle nuove teorie sul cambiamento sociolinguistico, infatti, la sociolinguistica potrebbe estendere la propria ricerca anche al rapporto tra le pratiche linguistiche e la diffusione del sapere in una

³⁴ Androutsopoulos (2006: 430).

determinata società: in tale dialettica, il medium non si comporterebbe come un mero veicolo dei contenuti, ma sarebbe capace di trasmettere le sue logiche linguistiche alle coordinate culturali delle collettività che ne fanno uso.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Androutsopoulos J. (2006), "Introduction: sociolinguistics and computer mediated communication", in *Journal of Sociolinguistics*, 10, 4, pp. 419-438.
- Androutsopoulos J. (2011), "Language change and digital media: a review of conception and evidence", in *Standard Languages and Languages Standard in Europe*, 1, pp. 145-159.
- Androutsopoulos J. (2013), "Online data collection", in Childs B., Mallinson C., Van Herk G., *Data collection in sociolinguistics. Methods and applications*, Routledge, New York, pp. 233-244.
- Androutsopoulos J. (2014a), "Beyond 'media influence' ", in *Journal of Sociolinguistics*, 18, 2, pp. 242-249.
- Androutsopoulos J. (2014b), "Mediatization and sociolinguistic change. Key concepts, research traditions, open issues", in Androutsopoulos J. (ed.), *Medialization and Sociolinguistic Change*, De Gruyter, Berlin-Boston, pp. 3-48.
- Androutsopoulos J. (2016), "Theorizing media, mediation and mediatization", in Coupland N. (ed.), *Sociolinguistics: theoretical debates*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 282-302.
- Antonelli G. (2014), "L'e-taliano: una nuova realtà tra le varietà linguistiche italiane?", in Garavelli E., Soumela-Harju E. (a cura di), *Dal manoscritto al Web: canali e modalità di trasmissione dell'italiano. Tecniche, materiali e usi nella storia della lingua*. Atti del XIX congresso SILFI, Società Internazionale di Linguistica e Filologia Italiana (Helsinki, 18-20 giugno 2012), II, Franco Cesati Editore, Firenze, pp. 537-556.
- Ballarè S. (2020), "L'italiano neo-standard oggi: stato dell'arte", in *Italiano LinguaDue*, 12, 2, pp. 469-492: <https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/15013>.
- Ballarè S., Fiorentini I., Miola E. (a cura di) (2024), *Le varietà dell'italiano contemporaneo*, Carocci, Roma.
- Baron N. S. (1998), "Letters by phone or speech by other means: the linguistics of email", in *Language and Communication*, 18, pp. 133-170.
- Baron N. S. (2008), *Always on: language in an Online and Mobile World*, Oxford University Press, New York.
- Berruto G. (2012 [1987]), *Sociolinguistica dell'italiano contemporaneo*, Carocci, Roma.
- Berruto G. (2017b), "Dinamiche nell'architettura delle varietà dell'italiano nel ventunesimo secolo", in Caprara G., Marangon G. (a cura di), *Italiano e Dintorni. La realtà linguistica italiana: approfondimenti di didattica variazione e traduzione*, Lang, Frankfurt at Main, pp. 7-31.
- Berruto G. (2018), "Tendenze nell'italiano del Duemila e rapporti fra varietà standard e sub-standard", in *AggiornaMenti*, 13, pp. 5-15.
- Blommaert J. (2013), "Writing as a sociolinguistic object", in *Journal of Sociolinguistics*, 17, 4, pp. 440-459.
- Bonomi I., Masini A., Morgana S. (a cura di) (2003), *La lingua italiana e i mass media*, Carocci, Roma.
- Brandt D. (2015), *The Rise of Writing. Redefining Mass Literacy*, Cambridge University Press, Cambridge.

- Cardona G. R. (1987), *Introduzione alla sociolinguistica*, Loescher, Torino.
- Castellani Polidori O. (1995), *La Lingua di Plastica. Vezzzi e malvezzzi dell'italiano contemporaneo*, Morano Editore, Napoli.
- Castellani Polidori O. (2002), “Aggiornamenti sulla «lingua di plastica»”, in *Studi Linguistici Italiani*, XXVIII, 2, pp. 161-196.
- CENSIS (2010), *Comunicazione e media*:
<https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/Comunicazione.pdf>.
- CENSIS (2015), *Comunicazione e media*:
https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/8__Comunicazione_e_media_2015.pdf.
- CENSIS (2018), *I media digitali e la fine dello star system*:
https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/Sintesi_2.pdf.
- CENSIS (2020a), *Il capitolo «La Società Italiana al 2020» del 54° rapporto Censis sulla situazione sociale del Paese*:
https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/Sintesi_la_societ%C3%A0_italiana_2020.pdf.
- CENSIS (2020b), *I media e la costruzione delle identità. Sintesi per la stampa*:
https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/Sintesi_27.pdf.
- CENSIS (2021a), *Il capitolo «La società italiana al 2021» del 55° rapporto Censis sulla situazione sociale del Paese*:
https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/La%20societaitaliana_2021.pdf.
- CENSIS (2021b), *I media dopo la pandemia. Sintesi per la stampa*:
https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/Sintesi_32.pdf.
- CENSIS (2022a), *Vivere e valutare la digital life. 2° rapporto sulla connettività in Italia*, sintesi dei principali risultati:
https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/2%C2%B0Rapporto%20Windtre-Censis_Sintesi.pdf.
- CENSIS (2022b), *I media della crisi*:
https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/Sintesi_31.pdf.
- CENSIS (2022c), *Il capitolo «La Società Italiana al 2022» del 56° rapporto Censis sulla situazione sociale del Paese*:
<https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/Sintesi%20Fenomenologico%202022.pdf>.
- Cesaroni F. M. (2022), “Per uno studio del contatto tra scritto e parlato nei testi di messaggistica istantanea: analisi di un corpus”, in *Lingue e Culture dei Media*, 6, 1, pp. 68-102.
- Coupland N. (2014), “Sociolinguistic change, vernacularization and broadcast British media”, in Androutsopoulos J. (ed.), *Medialization and Sociolinguistic Change*, De Gruyter, Berlin-Boston, pp. 67-96.
- Coupland N. (2016), “Five Ms for sociolinguistic change”, in Coupland N. (ed.), *Sociolinguistics: theoretical debates*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 433-454.
- Crystal D. (2011), *Internet Linguistics*, Routledge, London-New York.
- D’Achille P. (1990), *Sintassi del parlato e tradizione scritta della lingua italiana. Analisi dei testi dalle origini al secolo XVIII*, Bonacci, Roma.
- D’Achille P. (2019 [2003]), *L’italiano contemporaneo*, il Mulino, Bologna.
- D’Onghia L. (2018), “Da quanto tempo gli italiani parlano italiano? Riflessioni sparse sulle questioni dell’italofonia preunitaria”, in Fiorentino G., Ricci C., Siekiera A. (a cura di), *Trasversalità delle lingue e dell’analisi linguistica*, Franco Cesati Editore, Firenze, pp. 35-48.

- De Mauro T. (1997 [1963]), *Storia linguistica dell'Italia unita*, Laterza, Roma-Bari.
- De Mauro T. (2014), *Storia linguistica dell'Italia repubblicana. Dal 1946 ai nostri giorni*, Laterza, Roma-Bari.
- Eco U. (1964), *Apocalittici e integrati*, Bompiani, Milano.
- Ferrari A. (2017), “Tra punteggiatura e testualità. Virgola, punto e punto e virgola nella scrittura mediata dal computer”, in *Lingue e Culture dei Media*, 1, 2, pp. 1-14.
- Fiorentino G. (2004), “Scrivere come si parla. Variabilità diamesica e CMC: il caso dell’e-mail”, in *Horizonte*, 8, pp. 83-110.
- Fiorentino G. (2011), “Informe informale: le amicizie in rete”, in Cerruti M., Corino E., Onesti C. (a cura di), *Formale e informale: la variazione di registro nella comunità elettronica*, Carocci, Roma, pp. 102-125.
- Fiorentino G. (2014), “‘Ti auguro tanta fortuna, ma non dov’esse esser così...’ norma liquida tra internet e scrittura accademica”, in Lubello S. (a cura di), *Lezioni di italiano. Riflessioni sulla lingua del nuovo millennio*, il Mulino, Bologna, pp. 181-204.
- Fiorentino G. (2016), “Scrittori per caso: scritture spontanee sul web”, in Lubello S. (a cura di), *L’è-italiano. Scriventi e scritture nell’era digitale*, Franco Cesati Editore, Firenze, pp. 53-72.
- Fiorentino G. (2018a), “Sociolinguistica della scrittura: varietà del web nel repertorio linguistico italiano”, in De Santis C., Grandi N., Masini F., Tamburini F. (a cura di), *CLUB - Circolo Linguistico dell’Università di Bologna*, Bologna, 2, pp. 40-60.
- Fiorentino G. (2018b), “Sociolinguistica della scrittura: prospettive e applicazioni”, in *Rivista Italiana di Dialettologia*, 42, pp. 53-77.
- Fornari R. (2020), “Internet in Everyday Life: Profiling Individual Behaviour in the Field of Online Experience”, in *DigiCult - Scientific Journal of Digital Cultures*, 5, 1, pp. 17-28.
- Giovanardi C. (1993), “Note sul linguaggio dei giovani romani di borgata”, in *Studi linguistici italiani*, XIX, 62-78.
- Gheno V. (2017), “Parlare di dialetto in 140 caratteri: un dialogo tra il profilo Twitter della Crusca e i suoi utenti”, in Marcato G. (a cura di), *Dialetto uno nessuno e centomila*, CLEUP, Padova, pp. 415-422.
- Grandi N., Masini F. (2020), “Perché la linguistica ha bisogno di divulgazione (e viceversa)”, in Grandi N., Masini F. (a cura di), *La linguistica della divulgazione, la divulgazione della linguistica. Atti del IV Convegno Interannuale SLI nuova serie* (Bologna, 14-15 giugno 2018), Officinaventuno, Milano, pp. 5-12.
- Herring S. (ed) (1996), *Computer-Mediated Communication. Linguistic, social and cross-cultural perspectives*, John Benjamins Publishing Company, Amsterdam-Philadelphia.
- Hepp A. (2014), “Mediatization. A panorama of media and communication research”, in Androutsopoulos J. (ed.), *Medialization and Sociolinguistic Change*, De Gruyter, Berlin-Boston, pp. 49-66.
- Hepp A., Hjarvard S., Lunby (2015), “Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society”, in *Media, Culture & Society*, 37, 2, pp. 314-324.
- Hjarvard S. (2013), *The Mediatization of Culture and Society*, Routledge, London.
- Hudson R. A. (1996 [1980]), *Sociolinguistics*, Cambridge University Press, New York.
- INVALSI (2021), *Rilevazioni nazionali degli apprendimenti 2020-2021. I risultati in breve delle prove INVALSI 2021*: <https://www.invalsiopen.it/risultati/risultati-prove-invalsi-2021/>.
- INVALSI (2022), *Rapporto Invalsi 2022*: https://invalsiareaprove.cineca.it/docs/2022/Rilevazioni_Nazionali/Rapporto/Rapporto_Prove_INVALSI_2022.pdf.
- INVALSI (2023), *Rapporto Invalsi 2023*:

- https://invalsiareaprove.cineca.it/docs/2023/Rilevazioni_Nazionali/Rapporto/Rapporto%20Prove%20INVALSI%202023.pdf.
- ISTAT (2010), *Cittadini e nuove tecnologie*:
<https://www.istat.it/it/files//2011/01/testointegrale201012232.pdf>.
- ISTAT (2012), *L'Italia in 150 anni. Sommario di statistiche storiche 1861-2010*:
<https://www.istat.it/it/archivio/228440>; Capp. VII (“Istruzione”) e VIII (“Cultura e tempo libero”).
- ISTAT (2015), *Cittadini, imprese e ICT*: https://www.istat.it/it/files/2015/12/Cittadini-Imprese-e-nuove-tecnologie_2015.pdf.
- ISTAT (2019), *Cittadini e ICT*: <https://www.istat.it/it/files//2019/12/Cittadini-e-ICT-2019.pdf>.
- ISTAT (2021), *Cittadini e competenze digitali*: <https://www.istat.it/it/files//2023/06/cs-competenzedigitali.pdf>.
- ISTAT (2022a), *Rapporto annuale in pillole*: <https://www.istat.it/it/archivio/272772>.
- ISTAT (2022b), *I ragazzi e la pandemia: primi risultati dell'indagine sugli alunni delle scuole secondarie*: <https://www.istat.it/it/archivio/270127>.
- ISTAT (2022c), *Tempo libero e partecipazione culturale*:
https://www.istat.it/it/files/2022/09/Tempo-libero-e-partecipazione-culturale_Ebook.pdf.
- ISTAT 2022d, *Letture di libri e fruizione delle biblioteche*:
https://www.istat.it/it/files//2023/05/STATISTICA_TODAY_Libri_bibliotech e.pdf.
- Jacobs G. E. (2006), “Fast times and digital literacy: participation roles and portfolio construction within instant messaging”, in *Journal of Literacy Research*, 38, 2, pp. 171-196.
- Kress G. (2003), *Literacy in the new media age*, Routledge, New York.
- Labov W. (1994-2001-2010), *Principles of Linguistic Change*, vol. I “Internal factors”, vol. II “Social Factors”, vol. III “Cognitive and cultural factors”, Wiley-Blackwell, Massachusetts-Oxford.
- Lillis T. (2013), *The Sociolinguistics of Writing*, Edinburgh University Press, Edinburgh.
- Lillis T., McKinney C., (2013), “The sociolinguistics of writing in a global context: objects, lenses, consequences”, in *Journal of Sociolinguistics*, 17, 4, pp. 415-439.
- Lo Duca M. G. (2013), *Lingua italiana ed educazione linguistica*, Carocci, Roma.
- Lubello S. (2022), “Sulla scrittura degli studenti: modelli di lingua e norme in conflitto”, in D’Aguanno *et al.* (a cura di), *Saggi di linguistica e storia della lingua italiana per Rita Librandi*, Franco Cesati Editore, Firenze, pp. 135-146.
- Lubello S. (2023), “Sul ‘parlar scrivendo’. Ancora sulle email degli studenti (universitari)”, in Mastrantonio D., Salvatore E. (a cura di), *Forme, strutture e didattica dell’italiano. Studi per i 60 anni di Massimo Palermo*, Edizioni Università per Stranieri di Siena, Siena, pp. 345-358.
- Marroni S. (2022), *La forza della norma*, Franco Cesati Editore, Firenze.
- Mengaldo P. V. (2014 [1994]), *Storia dell’italiano nel Novecento*, il Mulino, Bologna.
- Miola A. (2020), “La divulgazione della linguistica in rete: proposte, problemi, sfide”, in Grandi N., Masini F. (a cura di), *La linguistica della divulgazione, la divulgazione della linguistica*. Atti del IV Convegno Interannuale SLI nuova serie (Bologna, 14-15 giugno 2018), Officinaventuno, Milano, pp. 15-31.
- Nesi A. (a cura di, 2022), *L’italiano e i giovani. Come scusa? Non ti followo*, Accademia della Crusca, Firenze.
- OCSE-PISA (2009), *Le competenze in lettura, matematica e scienze dei quindicenni italiani. Rapporto Nazionale Pisa 2009*:

- https://www.invalsi.it/invalsi/ri/Pisa2009/documenti/RAPPORTO_PISA_2009.pdf.
- OCSE-PISA (2015), *Indagine Ocse Pisa 2015: i risultati degli studenti italiani in scienze, matematica e lettura*.
https://www.invalsi.it/invalsi/ri/pisa2015/doc/rapporto_2015_assemblato.pdf.
- OCSE-PISA (2018), *Sintesi dei risultati italiani di Ocse Pisa 2018*:
<https://www.invalsiopen.it/wp-content/uploads/2019/12/Sintesi-dei-risultati-italiani-OCSE-PISA-2018.pdf>.
- Ong W. J. (1982), *Orality and Literacy. The technologizing of the word*, Methuen, London-New York.
- Palermo M. (2018), “Organizzare il discorso in rete. Caratteristiche della testualità digitale”, in Patota G., Rossi F. (a cura di), *L’Italiano e la rete, le reti per l’Italiano*, Accademia della Crusca, Firenze, pp. 49-63.
- Paolillo J. C. (2001), “Language variation on Internet Relay Chat: a social network approach”, in *Journal of Sociolinguistics*, 5, 2., pp. 180-213.
- Pistolesi E. (2011), “Frammenti di un discorso ordinario. Contributo all’analisi pragmatica degli SMS”, in Held G., Schwarze S. (a cura di), *Testi brevi. Teoria e pratica della testualità nell’era multimediale*, Bern, Lang, pp. 113-125.
- Pistolesi E. (2014), “Scritture digitali”, in Antonelli G., Motolese M., Tomasin L. (a cura di), *Storia dell’italiano scritto*, vol. III “Lingua d’uso”, Carocci, Roma, pp. 349-375.
- Pistolesi E. (2022), *L’italiano del web: social network, blog & co*, Franco Cesati Editore, Firenze.
- Pistolesi E. (2018), “L’italiano in rete: usi, varietà e proposte di analisi”, in *AggiornaMenti*, 13, pp. 17-26.
- Prada M. (2015), *L’Italiano in rete. Usi e generi della comunicazione mediata tecnicamente*, FrancoAngeli, Milano.
- Prada M. (2016), “Nuove diamesie: l’italiano dell’uso e i nuovi media (con un caso di studio della risalita dei clitici con *bisognare*)”, in *Italiano LinguaDue*, 8, 2, pp. 192-219: <https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/8503>.
- Regis R. (2019), “Varianti per iscritto. Tendenze di ristandardizzazione ortografica nell’italiano contemporaneo”, in Moretti B., Kunz A., Natale S., Krakenberger E. (a cura di), *Le tendenze dell’italiano contemporaneo rivisitate*. Atti del LII Congresso Internazionale di Studi della Società di Linguistica Italiana (Berna, 6-8 settembre 2018), Officinaventuno, Milano, pp. 343-361.
- Renzi L. (2000), “Le tendenze dell’italiano contemporaneo. Note sul cambiamento linguistico nel breve periodo”, in *Studi di lessicografia italiana*, XVII, pp. 279-319.
- Renzi L. (2003), “Il cambiamento linguistico nell’italiano contemporaneo”, in Maraschio N., Poggi Salani T. (a cura di), *Italia linguistica anno Mille Italia linguistica anno Duemila*. Atti del XXXIV convegno della Società di Linguistica Italiana, Bulzoni, Roma, pp. 37-52.
- Renzi L. (2012), *Come cambia la lingua. L’italiano in movimento*, il Mulino, Bologna.
- Renzi L. (2019), “Ancora su come cambia la lingua. Qualche nuova indicazione”, in Moretti B., Kunz A., Natale S., Krakenberger E. (a cura di), *Le tendenze dell’italiano contemporaneo rivisitate*. Atti del LII Congresso Internazionale di Studi della Società di Linguistica Italiana (Berna, 6-8 settembre 2018), Officinaventuno, Milano, pp. 13-33.
- Sabatini F. (1984), “L’italiano dell’uso medio?: una realtà tra le varietà linguistiche italiane”, in Holtus G., Radtke E. (eds.), *Umgangssprache in der Iberoromania*, Tübingen, Narr, pp. 154-184.
- Serianni L. (2006), *Prima lezione di grammatica*, Laterza, Roma-Bari.

- Serianni L. (2014), “Giusto e sbagliato: dove comincia il territorio dell’errore?”, in Lubello S. (a cura di), *Lezioni d’italiano. Riflessioni sulla lingua del nuovo millennio*, il Mulino, Bologna, pp. 235-246.
- Simone R. (2012), *Presi nella rete. La mente ai tempi del web*, Garzanti, Milano.
- Simonetti G. (2018), *La letteratura circostante. Narrativa e poesia nell’Italia contemporanea*, il Mulino, Bologna.
- Sobrero A. (a cura di) (1993), *Introduzione all’Italiano Contemporaneo*, 2 voll., Laterza, Roma-Bari.
- Solimine G. (2019), “La lettura e il suo contesto: i dati analizzati con il grandangolo”, in *AIB Studi*, 58, 3, pp. 427-437.
- Solimine G., Zanchini G. (2020), *La cultura orizzontale*, Laterza, Roma-Bari.
- Spina S. (2018), *Fiumi di parole. Discorso e grammatica delle conversazioni scritte in Twitter*, Aracne, Roma.
- Stark E., Ueberwasser S. (2017), “What’s up, Switzerland? A corpus-based research project in a multilingual country”, in *Linguistik Online*, 84, 5, pp. 105-126.
- Tavosanis M. (2011), *L’italiano nel web*, Carocci, Roma.
- Tavosanis M. (2019), “Il rapporto tra le tecnologie, il cambiamento linguistico e l’educazione linguistica”, in Coppola D. (a cura di), *Educazione linguistica e insegnamento*, Edizioni ETS, Pisa, pp. 97-112.
- Voghera M. (2017), *Dal parlato alla grammatica. Costruzione e forma dei testi spontanei*, Carocci, Roma.

