

LA MAREA DELLE SCRITTURE NUOVE (MA NON È ANCORA DILUVIO)

Massimo Prada

La preoccupazione per gli effetti che le nuove tecnologie telematiche, e in particolare alcuni servizi interattivi e social, avrebbero sui loro utenti, specie giovani, sul loro modo di esprimersi, soprattutto nello scritto, e sulla lingua italiana in genere appare talora molto intensa. Si tratta del portato di più fattori: del rilievo oggettivo di alcune difficoltà di alcuni studenti nell'uso dell'italiano scritto in contesti istituzionali o formali; di rilievi non sempre privi di approssimazione sulla fenomenologia collegata al loro uso delle tecnologie telematiche, e in particolare dei servizi di messaggistica elettronica e di quelli social; di qualche esagerazione, spesso di ambito giornalistico, sulle abitudini dei giovani, considerati a volte indistintamente come espressione della “generazione cento parole”¹; della percezione non ingiustificata della stra-ordinarietà della lingua del Web (o di Internet), considerata – non del tutto a ragione dal punto di vista strettamente fenomenologico² - come una realtà uniforme; e del timore che la sua anomalia possa diffondersi e proliferare anche in ambienti più canonici di quelli della Rete.

Nell'affrontare il problema dell'eventuale influsso (negativo o positivo) dei servizi neomediali sulla lingua italiana (e su quella dei giovani nella fattispecie), in realtà, pare necessario un atteggiamento spregiudicato, che consenta di prendere in considerazione *sine ira et studio* alcuni aspetti dell'attività comunicativa sul Web nel tentativo di correlarli, se ve ne è ragione, con le debolezze che si dice caratterizzino gli usi comunicativi, scritti e parlati, dei ragazzi (o di diversi tra loro): più che i fenomeni, infatti, sembra importante verificare se essi siano interdipendenti, e in che modo. Si proverà a farlo nei paragrafi che seguono.

¹ O anche meno: Alessio Balbi, *Bella e scialla: ecco come parla la "generazione 20 parole"*, «La Repubblica», 12 gennaio 2010; http://www.repubblica.it/scuola/2010/01/12/news/venti_parole-1913023/; ma non è sempre così: nell'articolo a di Martina Pennisi e Federica Seneghini, *Noi, i ragazzi autentici: spaccato di una generazione (tra like e amici veri)*, «Corriere della Sera», 16 maggio 2017; <http://www.corriere.it/your-voice/notizie/noi-ragazzi-autentici-spaccato-una-generazione-ricerca-millennial-58bedf96-3a77-11e7-acbd-5fa0e1e5ad68.shtml> si fornisce un quadro diverso dei rapporti tra i giovani e Internet: i due articoli sono citati solo in quanto spècimi casuali di due tendenze diverse, la prima probabilmente più frequente della seconda.

² Si veda, ad esempio, Massimo Cerruti e Cristina Onesti, *Netspeak: a language variety?*, in E. Miola (a cura di), *Languages go Web. Standard and non-standard languages on the Internet*, Alessandria, Edizioni dell'Orso, 2013, pp. 23-39.

1. I NUOVI MEDIA, L'ATTIVITÀ COMUNICATIVA E I COMPORTAMENTI LINGUISTICI

Molti studi, soprattutto a partire dai primi anni del nuovo secolo, hanno sottolineato come i nuovi media abbiano favorito, contro alcune previsioni precedenti, un incremento delle occasioni di scrittura³: in effetti, i testi digitali innervano di caratteri alfabetici la vita quotidiana di moltissime persone; hanno acquisito una capacità di diffusione e di penetrazione prima sconosciuta; si offrono al ricircolo e al riuso come non hanno mai potuto; e – a dispetto di una volatilità e di una caducità altrettanto inedite – sono capaci di un'influenza sempre crescente, non solo in termini positivi, su coloro i quali ad essi sono esposti.

Le possibilità offerte dalla telematica, la presenza di infrastrutture, di artefatti e di interfacce che consentono di essere interattivamente al centro di un flusso di informazioni sempre più indifferenziato (perché sempre più interconnesso e reticolare), la multimedialità diffusa, la multicanalità, la convergenza mediale e la stessa tendenza, in fondo oligopolistica, verso l'unificazione delle interfacce⁴ potenziano fenomeni di contaminazione tra tipi di testo un tempo ben distinti, producono nuovi generi e riflettono, talora potenziandola, una più generale tendenza alla riduzione dell'escursione diafasica e alla compressione del differenziale diamesico che ha effetti che possono parere destrutturanti o perturbanti, o che sono addirittura considerati pericolosi per la salute della lingua. In effetti, le modalità di produzione e consumo dei testi nei servizi della comunicazione mediata tecnicamente (CMT), specie in quelli a carattere interazionale più spiccato (anche oggi quando, peraltro, tutti i servizi possono essere impiegati in modalità quasi sincrona), possono indurre nella scrittura una fenomenologia (per ora) anomala, perché la piegano ad usi che apparivano e continuano ad apparire propri della voce, facendone uno strumento dialogico. Il dialogo, prevedendo naturalmente un'interazione rapida, si risolve in testi progettualmente deboli, che favoriscono forme e strutture altamente accessibili (e in generale, dunque, correnti) e tipi non sempre garantiti dagli usi scritti tradizionali i quali, d'altra parte, occorre sottolinearlo, non fungono necessariamente da modello per gli scriventi anche in altri

³ Ad esempio, Giuseppe Antonelli, *L'italiano nella società della comunicazione*, il Mulino, Bologna, 2007 e Id., *Un italiano vero: La lingua in cui viviamo*, Milano, Rizzoli, 2016; Giuliana Fiorentino, "Wild language" goes Web: new writers and old problems in the elaboration of the written code, in E. Miola (a cura di), *Languages go Web*, cit., pp. 67-90; Giovanna Cosenza, *Introduzione alla Semiotica dei nuovi media*, Bari, Laterza, 2014; Elena Pistolesi, *Scritture digitali*, in G. Antonelli, M. Motolese e L. Tomasin, *Storia dell'italiano scritto*, Roma, Carocci, 2014, pp. 349-375.

⁴ Per una prima informazione su questi concetti e per alcune indicazioni bibliografiche, che non sono in genere di stretta pertinenza linguistica, Massimo Prada, *L'Italiano in Rete. Usi e generi della comunicazione mediata tecnicamente*, Milano, FrancoAngeli, 2015. Sulla *convergenza* e sui fenomeni culturali innescati dalla diffusione dei *media* telematici, in ogni caso, si può partire da Henry Jenkins, *Cultura Convergente*, Apogeo, Milano, 2007.

contesti. Inoltre, l'interazione accelerata, sincopata, sospesa di molti servizi della CMT, per descrivere i prodotti della quale si può usare l'etichetta "subtesti", elicitando anche comportamenti adattivi, che predispongono ad atteggiamenti più accomodanti nei confronti di performance testuali e linguistiche non esemplari⁵.

Le considerazioni che si sono appena fatte, lo si deve sottolineare, hanno carattere generalizzante di una situazione complessa e richiedono alcune precisazioni. In primo luogo infatti, nonostante la rilevabile diffusione di una certa disinvoltura nei comportamenti linguistici e comunicativi in Rete, gli atteggiamenti disinibiti non si possono ancora considerare universali: vi sono persone che hanno un atteggiamento anche molto conservativo e che scrivono, anche quando utilizzano la messaggistica istantanea o interagiscono nei forum o attraverso i social media, in maniera corretta, stilisticamente controllata e in qualche caso addirittura raffinata. Ciò è vero soprattutto delle persone più mature, ma non solo di queste: anche il livello culturale e il contesto hanno un ruolo determinante (lo si può notare, ad esempio, se si consultano forum di argomento letterario, o specialistico, in cui le condotte linguisticamente caute, se non costituiscono la norma, non sono rare). In secondo luogo, nonostante l'attitudine alla contaminazione tipologica, stilistica ed espressiva, malgrado la tendenza alla forte omologazione dei servizi e a dispetto della multicanalità, non tutti i servizi sono considerati equivalenti: molte rilevazioni, infatti, fanno osservare differenze interessanti, per esempio, tra l'orizzonte d'attesa degli utenti della posta elettronica e quello di chi usa un programma di messaggistica istantanea come WhatsApp o un sito social come Twitter: l'uso dell'e-mail, maggiormente embricata con modelli tradizionali (quelli della scrittura epistolare, in primis) predispone al loro rispetto e il servizio, infatti, è considerato da molti giovani adatto soprattutto a fini produttivi e d'istituto, in ambito professionale o equiparabile⁶. In terzo luogo, pur, ancora una volta, nell'ambito di una generale inclinazione alla contaminazione tipologica, gli utenti dei servizi Internet (e meglio i più maturi e i più colti) sembrano essere consapevoli dello statuto particolare della comunicazione telematica; sembrano cioè consci del fatto che la lingua della CMT (qualunque cosa nei fatti essa sia) consente e a volte richiede atteggiamenti moderatamente eversivi dal punto di vista linguistico, ammiccanti a un insieme di usi ambientali e ispirati al *divertissement* e alla sprezzatura, ma che essi, altrove, possono non essere apprezzati o, addirittura, venire sanzionati. Numerosi studi hanno infatti

⁵ Lo ha rilevato recentemente anche Rita Fresu, *Semicolti nell'era digitale: testi, scriventi, fenomeni in e-taliano (popolare?)*, in S. Lubello (a cura di), *L'e-taliano. Scriventi e scritture nell'era digitale*, Cesati, Firenze, 2016, pp. 93-118; se ne vedano anche i rinvii bibliografici.

⁶ Oltre a Mirko Tavosanis, *L'italiano del Web*, Roma, Carocci, 2011, ad esempio H. Hyo Kim. *et al.*, *Configurations of Relationships in Different media: FtF, Email, Instant Messenger, Mobile Phones, and SMS*, «Journal of Computer Mediated Communication», 12 (2007), pp. 1183-1207; <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00369.x/pdf>. La bibliografia però è vasta: mi permetto di rinviare ancora a Prada, *L'italiano in Rete*, cit.

evidenziato che il trasferimento di tratti dell'informalità espressiva dalla CMT (e segnatamente di quelli che sono stati chiamati gergalismi grafici)⁷ ad altri ambienti comunicativi è fenomeno tutto sommato collaterale e limitato a situazioni particolari⁸. In quarto luogo, sempre nella media, la focalizzazione stilistica e la capacità di piegare la lingua alle esigenze dell'espressività - sia pure tenendo conto che esistono atteggiamenti di irriflessa adozione di scelte altrui e inevitabili processi di plastificazione⁹ indotti dalla ricerca del consenso e dal conformismo (che uno scrivente e un lettore tradizionali considererebbero "alla rovescia") - dimostrano il possesso di una buona competenza linguistica e comunicativa, che sole possono risolversi nella creatività lessicale e nella scelta di strutture efficienti ed efficaci. Ciò non significa, beninteso, che un utente aduso alle consuetudini dei nuovi media non possa esserne influenzato in termini più generali, o che, addirittura, non possa farsene un abito quotidiano: indica solo che non esistono segni convincenti che ciò avvenga spesso o addirittura sempre, in maniera deterministica. Mi pare si possa dire, insomma, anche per i servizi della CMT, che essi funzionano allo stesso modo dei media tradizionali, anche se con una pervasività decisamente maggiore, come uno specchio a due raggi (l'espressione è stata impiegata con particolare pregnanza descrittiva da Andrea Masini)¹⁰: riflettono usi e tendenze al contempo cooperando alla loro definizione.

Andrà precisato, d'altro canto, che gli ambienti telematici sono molto più dinamici di quelli mediali tradizionali: il continuo riposizionamento dell'offerta in termini di strumenti, di possibilità e di *affordance* percepite¹¹ spinge gli utenti a uno sforzo adattivo senza precedenti, a una sperimentazione continua, a una ricerca stilistica che anticipa esiti tipologici, perché le abitudini approvate dai co-attori dello scambio comunicativo possono depositarsi in convenzioni e divenire sistema di attese. Una ricerca condotta recentemente¹² sembra confermare che, in effetti, attraverso i servizi telematici, alcune

⁷ Luca Lorenzetti, Giancarlo Schirru, *La lingua italiana nei nuovi mezzi di comunicazione: SMS, posta elettronica e Internet*, in Stefano Gensini [a cura di], *Guida alle pratiche della comunicazione*, Roma, Carocci, 2006, pp. 71-89.

⁸ Ancora Prada *L'italiano in rete* cit., in cui si ricorda la presenza di un numero non insignificante di artefatti neomediali in elaborati scolastici, però in situazioni educative speciali, e Fresu, *Semicolti*, cit., con i suoi riferimenti bibliografici. Sull'impiego di alcuni grafismi particolarmente diffusi in (ma non esclusivi di) Internet, è intervenuto con ragionevolezza il servizio di consulenza linguistica della Crusca nelle sue *Domande ricorrenti e risposte ai quesiti*: Vera Gheno, *Scritture tachigrafiche*; <http://www.academidellacrusca.it/it/lingua-italiana/consulenza-linguistica/domande-risposte/scritture-tachigrafiche>.

⁹ Trasparente il rinvio a Ornella Castellani Pollidori, *La lingua di plastica: vezzi e malvezzi dell'italiano contemporaneo*, Napoli, Morano, 1995 e ad Ead., *Aggiornamento sulla "lingua di plastica"*, «Studi linguistici italiani», 28 (2002), pp. 161-196 (ora anche in *Sul fiume della lingua. Studi di linguistica e filologia (1961-2002)*, Roma, Salerno, 2004, pp. 459-496).

¹⁰ Andrea Masini, *L'italiano contemporaneo e la lingua dei media*, in I. Bonomi e S. Morgana (a cura di), *La lingua italiana e i mass media*, Roma, Carocci, 2017, pp. 26-28.-

¹¹ Sul concetto di *affordance* e sul suo impiego talora problematico, ora Sandra K. Evans *et al.*, *Explicating Affordances: A Conceptual Framework for Understanding Affordances in Communication Research*, «Journal of Computer-Mediated Communication», 22 (2017), pp. 35-52.

¹² Massimo Prada, *Nuove diamesie: l'italiano dell'uso e i nuovi media (con un caso di studio sulla risalita dei clitici con*

forme e alcuni usi e costrutti connotati dal punto di vista diafasico e diastratico tendono a diffondersi, anche se con velocità variabile, tra i vari servizi. Non è impossibile che essi escano dal loro confino digitale e si propaghino anche ad ambienti diversi, più alti (magari attraverso le scritture giornalistiche, luoghi di elaborazione ma anche di osmosi, per ragioni che Ilaria Bonomi¹³ e altri hanno chiarito molto bene; o nell'editoria per i giovani, specie in quella dei fumetti;¹⁴ o ancora attraverso il linguaggio della pubblicità, onnivoro e innovante, con il quale si innescano a volte veri e propri cortocircuiti),¹⁵ anche per l'effetto autorizzante che sembrano avere i contesti stilisticamente e linguisticamente misti, molto frequenti in Internet e nel Web, in cui proprio le forme culte e ricercate possono fungere da volano per la diffusione di quelle più connotate, ma, ancora una volta, non esistono indizi che ciò debba accadere sempre e necessariamente. Nelle scritture telematiche, in effetti, lo si è sottolineato spesso¹⁶, la contaminazione linguistica, nella forma dell'interpolazione di elementi alti e bassi, costituisce un tratto comunicativamente qualificante, che produce a volte effetti di riuso e di diffusione virale di elementi linguistici (veri e propri glottemi, se ci si vuole inserire in una trafila pseudoderivativa collegata a meme, che ne è un iperonimo, riferendosi più genericamente a un'unità di informazione), con risultati raramente pandemici, talora endemici, ma più spesso, sembra, autolimitanti¹⁷. La lingua della CMT, infatti, pur non identificandosi con quella dei giovani, mostra una forte componente giovanilistica¹⁸, da cui eredita anche l'atteggiamento vagamente (e a volte velleitariamente) iconoclastico e in parte avanguardista, destinato però a bruciare nella sua fiamma i suoi stessi prodotti,

bisognare), *Italiano LinguaDue*, 2 (2016), pp. 192-219.

¹³ Già in *L'italiano giornalistico dall'inizio del '900 ai quotidiani on line*, Firenze, Cesati, 2002, ma poi anche in *L'italiano giornalistico dalla carta al web: costanti e novità*, in E. Garavelli e E. Suomela-Härmä (a cura di), *Dal manoscritto al web: canali e modalità di trasmissione dell'italiano. Tecniche, materiali e usi nella storia della lingua*. Atti del XII Congresso SILFI, Helsinki, 18-20 giugno 2012, 2 voll., Firenze, Cesati, 2014, vol.II, pp. 161-178 e in *La lingua dei quotidiani*, in I. Bonomi e S. Morgana (a cura di), *La lingua italiana e i mass media*, cit., pp.167-220.

¹⁴ Silvia Morgana, *La lingua del fumetto*, in I. Bonomi e S. Morgana (a cura di), *La lingua italiana e i mass media*, cit., pp. 221-256; Ead., *Lingua nelle nuvole. Considerazioni sul fumetto*, in L. Finocchi, A. Gigli Marchetti (a cura di), *Editori e piccoli lettori tra Otto e Novecento*, Milano, FrancoAngeli, 2004, pp. 368-380.

¹⁵ Giuseppe Sergio, *Il linguaggio della pubblicità radiofonica*, Roma, Aracne, 2004; Massimo Arcangeli, *Il linguaggio pubblicitario*, Roma, Carocci, 2008; Giuseppe Sergio, *La lingua della pubblicità*, in I. Bonomi e S. Morgana (a cura di), *La lingua italiana e i mass media*, cit., pp. 291-331.

¹⁶ Si vedano ad esempio le considerazioni di Cerruti e Onesti (in *Netspeak*, cit.), mettendone a frutto anche la bibliografia.

¹⁷ La ricerca è ancora da fare, ma si consideri la volatilità di alcuni *meme* con il loro addentellato linguistico; e non sarà inutile osservare che molte mode diffuse attraverso i servizi telematici si sono originate anche in contesti altri rispetto ad Internet, ad esempio nei media tradizionali.

¹⁸ Gaetano Berruto (*Italiano parlato e comunicazione mediata dal computer*, in K. Hölker e C. Maaß C. [a cura di], *Aspetti dell'italiano parlato*, Lit, Münster-Hamburg-Berlin-Wien-London, 2005, pp. 137-156) sottolineava il predominio degli utenti giovani nell'universo dei servizi telematici; si tratta, naturalmente, di una giovanilità intesa in senso piuttosto ampio, che arriva ad includere almeno i trentacinquenni, come segnalano anche recenti rilevazioni demografiche (ad esempio quella del Censis 2016).

che invecchiano molto rapidamente e sono abbandonati. Per verificare come, quanto e con quanta efficacia la CMT incida sugli usi medi, occorre dunque prestare attenzione specifica a un certo numero di fenomeni, da seguire nella loro curva diffusiva, distinguendo le novità che si stabilizzano da quelle che non sono che epifenomeni transitori: si potrebbe considerare questa attività di controllo il compito di un osservatorio dedicato, i cui lavori sarebbero importanti anche in un'ottica generale.

2. LE COMPETENZE COMUNICATIVE E LINGUISTICHE DEI GIOVANI E I NUOVI MEDIA

Il decremento delle prestazioni linguistiche dei giovani è lamentato non solo dai docenti della scuola dell'obbligo, ma anche da quelli dell'università. Il problema sembra avere una doppia origine, inerendo da una parte alle competenze comunicative e dall'altra alle abilità più strettamente linguistiche¹⁹. Si tratta in effetti di due aspetti strettamente correlati, ma distinti della questione: la competenza comunicativa - vale a dire, insieme ad altro, la capacità di fare uso funzionale ed efficace dell'italiano nell'insieme delle sue varietà - è connessa non solo con la capacità di declinare chiaramente i fini che si intende raggiungere, ma anche con quella di analizzare la situazione comunicativa per individuare il sistema di attese del proprio interlocutore/destinatario nell'ambito della più ampia struttura delle attese socializzate (per esempio, nei tipi di testo). I giovani sono talora carenti nelle attività di indagine e progettazione, e producono testi che non rispondono alle attese del destinatario, neppure a quelle collegate agli istituti formali dei generi e dei tipi testuali, specie quando ve ne siano, in gioco, di molto formalizzati e tanto più se essi prevedono l'accesso alle varietà linguistiche alte, alle quali sono sempre meno assuefatti²⁰.

Le ragioni di queste *défaillances* sono certamente numerose e l'influenza dei nuovi media non è che uno degli aspetti da considerare: forse, in effetti, l'uso abituale di alcuni servizi della CMT può indurre a comportamenti talvolta non ottimali attraverso l'esposizione massiccia a testi che contengono forme e strutture diafasicamente marcate e a contesti nei quali forme e strutture marginali o depredate appaiono affrancate. Nella scrittura dei media, inoltre, come si è già sostenuto, il differenziale esistente tra parlato e scritto tipici appare ridotto, sicché, per lo più, tratti del primo penetrano nel secondo, ricevendo una convalida. L'estensione di questi usi al di fuori della zona franca in cui sono nati sortisce

¹⁹ La bibliografia è vastissima: mi limito a segnalare la vasta raccolta di articoli di interesse glottodidattico (anche dell'italiano come L1) liberamente disponibili su *Italiano LinguaDue*: www.italianolingua2.uni-mi.it/.

²⁰ Il problema delle competenze è da sempre oggetto di attenzione da parte del GISCEL (si veda, ad esempio: Edoardo Lugarini [a cura di], *Valutare le competenze linguistiche*, Milano, FrancoAngeli, 2010); in campo universitario, esso è stato affrontato anche dallo scrivente: *Le competenze di scrittura e le interazioni comunicative attraverso lo scritto: problemi e prospettive per una didattica della scrittura*, «Italiano LinguaDue», 1 (2009), pp. 232-278; Id., *Scritto e parlato, il parlato nello scritto. Per una didattica della consapevolezza diamesica*, «Italiano LinguaDue», 2 (2016), pp. 232-260.

spesso, come è ovvio, risultati negativi; è però chiaro che un giovane che abbia avuto una formazione scolastica adeguatamente focalizzata sul tema della variazione linguistica e che abbia sviluppato, anche autonomamente, una sufficiente sensibilità funzionale, dovrebbe risentire in misura marginale dell'effetto di impoverimento espressivo cui si è fatto cenno. La competenza linguistica, invece, consiste, tra l'altro, nella capacità di riconoscere forme e strutture convalidate come corrette dalla media degli utenti e, dunque, nella capacità di identificare gli errori (vale a dire: ciò che il sistema non consente, non ciò che appare improprio). Questa capacità si forma soprattutto attraverso l'addestramento scolastico e la pratica dei testi nell'ambito del nucleo familiare, del gruppo dei pari e della società in senso lato. I nuovi media difficilmente possono peggiorare significativamente un quadro competenziale: possono, semmai, ancora una volta, riflettere situazioni di debolezza. Forse si può pensare che contribuiscano, in maniera puntiforme, a mediare usi non esemplari, ma si tratta, per lo più, di casi isolati (si pensi al *pò* per *po'* che tanta diffusione ha avuto negli SMS di qualche decina di anni fa, forse anche a causa del T9²¹: oggi pare rientrato a livelli fisiologici, non è diventato un fatto sistemico e si può considerare quindi un mero problema di performance individuale). Va anche segnalato che le infrazioni a questo tipo di norma sono (a volte ferocemente) condannate su Internet, nel cui seno fioriscono non solo generici amanti della correttezza, ma anche più estremisti adoratori dei cavilli grammaticali (i temuti *grammarnazi*)²².

²¹ Sul T9, ormai elemento dell'archeologia tecnologica, Marco Biffi, *Il T9 e la semplificazione dell'italiano*, in N. Maraschio e D. De Martino (a cura di), *Se telefonando... ti scrivo. L'italiano al telefono, dal parlato al digitato – I giovani e la lingua*. Atti dei convegni, Firenze, Accademia della Crusca, 11 maggio 2007 e 26 novembre 2007, Firenze, Accademia della Crusca, pp. 37-55.

²² Dei quali scrive Mirko Tivosanis, *L'italiano del Web*, cit.; ma sulla sanzione linguistica, anche il già citato Fresu, *Semicolti*.

3. CONCLUSIONI

«Technology often enhances [...] linguistic and social change»²³: queste parole, scritte ormai una quindicina di anni fa da una delle studiose che con maggiore assiduità si sono occupate di linguistica dei nuovi media, mi pare possano essere utilizzate anche a conclusione di questo testo per riassumerne un'idea fondamentale: quella, cioè, che i servizi messi a disposizione da Internet, in primo luogo riflettono e amplificano, anche dal punto di vista linguistico, dinamiche socialmente già attivate, eventualmente potenziandole grazie alla loro fortissima capacità di penetrazione e alla loro larghissima diffusione. Per quanto attiene alla situazione italiana (ma gli effetti sono stati notati anche per altre lingue)²⁴, sembra di poter affermare che l'uso estensivo, soprattutto da parte dei più giovani, dei servizi telematici abbia contribuito non solo alla diffusione della scrittura, ma anche alla deproblematizzazione dell'atto scrittorio, favorendo il consolidamento di quello che forse si potrebbe chiamare italiano scritto dell'uso medio e ampliando i margini di spendibilità, ma sempre entro confini ancora definiti, delle sue varietà più connotate in diafasia e più accoglienti di fenomeni meglio collegati con il parlato dialogico. Ciò, a sua volta, pare stia facilitando la risalita nel dominio dell'accettabile di fenomeni marginali e spesso percepiti come devianti: si tratta però, per lo più, di dinamiche già attive e inquadrabili in una fenomenologia più generale ben nota e per verificare, al di là delle impressioni, quale sia l'effettiva incidenza delle tecnologie telematiche sulle abitudini linguistiche e, magari, sulle strutture dell'italiano, sarà comunque necessario accertare la diffusione e l'effettiva tenuta dei “nuovi” usi e delle “nuove” forme. Forse, dunque, la conseguenza più importante della CMT e delle pratiche ipergrafiche che la caratterizzano sull'italiano è quella di aver concorso a modificare, almeno in alcuni contesti, il rapporto tra gli scriventi e l'atto scrittorio, indebolendo alcuni ritegni normativi, ancora normali però in ambienti più conservativi, come la scuola e le professioni: se l'ondata anti- o extranormativa potrà sommergere le pianure alluvionali degli usi tradizionali, non è dato al momento prevedere.

²³ Naomi Baron, *Why Email Looks Like Speech: Proofreading, Pedagogy, and Public Face*, in J. Aitchinson e D. Lewis D. (a cura di), *New media Language*, London, Routledge, 2003, pp. 102-113; <http://www.american.edu/cas/lfs/faculty-docs/upload/2003-Paper-Why-Email-Looks-Like-Speech.pdf>.

²⁴ Si vedano, per l'inglese, i numerosi interventi di Crispin Thurlow, fortemente critico di certo determinismo di impronta giornalistica, come anche di ogni mitizzazione dei benefici di alcuni servizi telematici (ad esempio: *Generation Txt? The sociolinguistics of young people's text-messaging*, «Discourse Analysis Online», 1/1 [2003]; <http://extra.shu.ac.uk/daol/articles/v1/n1/a3/thurlow2002003-paper.html>; Id., *From Statistical Panic to Moral Panic: The Metadiscursive Construction and Popular Exaggeration of New media Language in the Print media*, «Journal of Computer-Mediated Communication», 11 [2006], pp. 667-701; <http://www.crispinthurlow.net/papers/Thurlow%282006%29-jcmc.pdf>; Id. e Katherine Bell, *Against Technologization: Young People's New media Discourse as Creative Cultural Practice*, «Journal of Computer Mediated Communication», 14 [2009], pp. 1038-1049).