



Vulgare
latium

Lingua Testi Storia

Veronica Bagaglini

L'uso del che polivalente nei commenti di Facebook

Distribuzione e forme della relativa
non-standard in un corpus di testi telematici

FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con **Adobe Acrobat Reader**



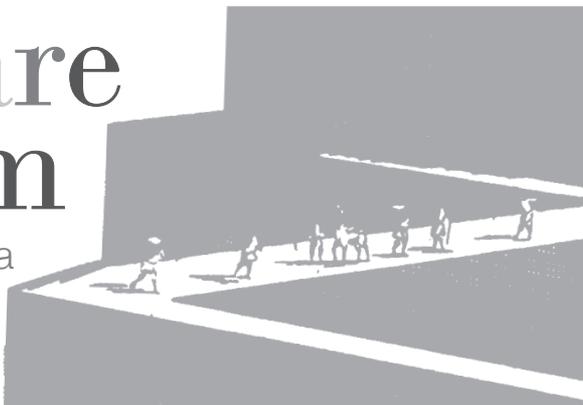
La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile **con Adobe Digital Editions**.

Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.

Vulgare latium

Lingua Testi Storia

diretta da
Massimo Prada e
Giuseppe Polimeni



COMITATO SCIENTIFICO

Giuseppe Antonelli (Università di Cassino), Ilaria Bonomi (Università di Milano), Margarita Natalia Borreguero Zuloaga (Università Complutense di Madrid), Gabriella Cartago (Università di Milano), Michela Dota (Università di Milano), Rita Fresu (Università di Cagliari), Hermann W. Haller (Queens College & Graduate School - City University of New York), John Joseph Kinder (University of Western Australia-Perth), Rita Librandi (Università di Napoli "L'Orientale"), Bruno Moretti (Università di Berna), Silvia Morgana (Università di Milano), Franco Pierno (Università di Toronto), Giovanni Rovere (Università di Heidelberg), Giuseppe Sergio (Università di Milano), Pietro Trifone (Università di Roma "Tor Vergata").

La collana *Vulgare latium* si propone di sondare la profondità e la complessità della lingua e dei volgari italiani, delle loro espressioni, dalle origini ai giorni nostri, valorizzando in prima istanza un approccio storico capace di illuminare momenti e testi, letterari e documentari, della nostra tradizione.

La storia è considerata nella sua valenza sociale, quella che, dentro la babelica varietà delle grammatiche e delle forme, permette la nascita e la condivisione del codice lingua, frutto di un accordo tra individui e, per accordo, in continuo cambiamento.

Centrale nella ricerca è il testo, inteso come punto non ripetibile di interazione tra il soggetto e il codice, ma anche come campo in cui le forze dell'interpretazione esercitano la loro azione, tra la storia propria e del contesto e la storia della tipologia e del sistema.

Dentro la diacronia del mezzo espressivo si collocherà la vicenda del testo, osservato nel momento della sua genesi e seguito nel percorso d'archivio e di biblioteca, considerato nelle fasi della trasmissione, con una ricostruzione che può e deve essere ipotetica e verificata anche in relazione alla lingua e al suo evolversi.

La direzione e il comitato assicurano attraverso un processo di double *blind peer review* la validità scientifica dei volumi pubblicati.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: *www.francoangeli.it* e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.



Veronica Bagaglini

**L'uso del che polivalente
nei commenti di Facebook**

Distribuzione e forme della relativa
non-standard in un corpus di testi telematici

FrancoAngeli

Il volume è stato pubblicato con il contributo del Dipartimento di Filologia, Letteratura e Linguistica dell'Università degli Studi di Pisa.

Isbn: 9788835164913

Copyright © 2024 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Per F. P.

Indice

Premessa	pag.	11
1. La lingua scritta su internet	»	13
1.1. L'uso di internet in Italia e la rivoluzione delle pratiche di scrittura con il web 2.0	»	13
1.2. Il testo <i>nativo digitale</i> , i diversi generi, la lingua	»	17
1.3. Le caratteristiche non-standard della scrittura del web 2.0	»	26
1.4. L'italiano dei social network	»	30
2. L'italiano popolare o dei semicolti: una realtà ancora viva sul web?	»	32
2.1. L'italiano popolare e dei semicolti: un quadro riassuntivo	»	32
2.2. La varietà popolare o semicolta online	»	36
2.3. Il <i>che polivalente</i> su Facebook: il punto di vista quantitativo	»	41
3. Facebook e la sua lingua	»	43
3.1. La rilevanza di Facebook	»	43
3.2. Facebook: la piattaforma	»	46
3.3. La lingua su Facebook	»	50
3.3.1. Gli <i>italiani scritti</i> su Facebook	»	51
3.3.2. I fenomeni substandard su Facebook	»	55
4. Raccolta dati: il corpus CoCIF	»	59
4.1. I software adoperati per la raccolta e l'analisi dei dati: Facepager e AntConc	»	59

4.1.1. Facepager	pag.	59
4.1.2. AntConC	»	61
4.2. Descrizione delle pagine Facebook analizzate: <i>Fanpage.it, la Repubblica</i>	»	62
4.3. Grandezza del corpus, numero e tipo dei post e dei commenti	»	65
4.4. Alcune caratteristiche dei commenti nei due sotto- corpora	»	72
4.5. Il campione: criteri di selezione nel campionamento per l'analisi del <i>che polivalente</i>	»	73
5. L'uso del <i>che polivalente</i> nel campione CoCIF	»	79
5.1. Il <i>che polivalente</i>	»	79
5.2. Il <i>che polivalente</i> nel campione	»	82
6. Il <i>che relativizzatore</i>: la relativa non-standard	»	88
6.1. Il quadro teorico. La frase relativa, la gerarchia di ac- cessibilità, standard e non-standard	»	88
6.1.1. La frase relativa in italiano	»	89
6.1.2. Le strategie di relativizzazione, la gerarchia di accessibilità e il non-standard	»	92
6.2. L'analisi: le condizioni co-testuali nei casi di relativiz- zazione non-standard	»	98
6.3. Procedimento nell'analisi	»	106
7. Analisi della relativizzazione non-standard nel campio- ne CoCIF	»	108
7.1. La relativizzazione su <i>Fanpage.it</i> : il tipo di strategie e la loro distribuzione	»	108
7.1.1. Le relativizzazioni non-standard su <i>Fanpage.it</i>	»	112
7.1.1.1. Oggetto diretto: strategia [che+ripresa]	»	112
7.1.1.2. Oggetto indiretto	»	115
7.1.1.3. Tempo	»	120
7.1.1.4. Locativo	»	124
7.1.1.5. Obliqui	»	130
7.1.1.6. Genitivo	»	137
7.2. La relativizzazione su <i>la Repubblica</i> : il tipo di strate- gie e la loro distribuzione	»	139
7.2.1. Le relativizzazioni non-standard su <i>la Repubblica</i>	»	142
7.2.1.1. Oggetto diretto: strategia [che+ripresa]	»	142
7.2.1.2. Oggetto indiretto	»	145

7.2.1.3. Tempo	pag. 148
7.2.1.4. Locativo	» 150
7.2.1.5. Obliqui	» 154
7.2.1.6. Genitivo	» 159
7.3. Sintesi: la relativa non-standard nel campione di CoCIF	» 161
8. Conclusioni	» 164
8.1. L'uso del <i>che polivalente</i> nel campione	» 164
8.2. L'uso della relativa non-standard nel campione	» 164
8.2.1. Le condizioni sintattiche e semantiche della relativa non-standard nel campione	» 165
8.3. L'uso del <i>che polivalente</i> e della <i>relativa non-standard</i> su Facebook: chi scrive su Facebook usa l'italiano dei semicolti?	» 170
8.4. Una considerazione sull'educazione linguistica attraverso l'osservazione dell'italiano scritto sui social network	» 173
Appendice	» 175
Bibliografia	» 179

Premessa

La scrittura online è comunemente considerata una scrittura sciatta, vicina a quella dei semicolti, piena di errori su tutti i livelli di lingua: ortografico, sintattico, lessicale, testuale. Tuttavia, in rete si riscontrano scritture molto diverse tra loro, anche a livello diacronico: online è possibile leggere tanto l'italiano letterario de *I promessi sposi* di Alessandro Manzoni quanto l'italiano sintatticamente sconnesso e pieno di dialettalismi dei commenti di utenti con scarsa scolarizzazione.

L'opinione negativa comune si basa prevalentemente sulla scrittura dialogica esercitata sulle piattaforme di comunicazione online, come i blog, i forum, i social network, che tendono, in effetti, a una scrittura meno formale, fortemente espressiva, aperta a sperimentazioni e a soluzioni lontane dalla norma.

Il lavoro che si presenta in questo volume ha provato a verificare quanto effettivamente l'italiano scritto online dagli utenti comuni si allontani dallo standard e quanto si avvicini all'italiano sub-standard, *popolare* o dei *semicolti*. Lo studio si è soffermato su un tratto caratterizzante quest'ultima varietà, il *che polivalente*, in particolare nella sua realizzazione come *che indeclinato*, e sul suo uso in uno specifico genere testuale, i commenti pubblicati su Facebook, social network che in Italia ha assunto una certa rilevanza nell'ambito della comunicazione e informazione pubblica oltre che privata.

A tal fine è stato costruito il corpus CoCIF (Corpus dei Commenti Italiani di Facebook), composto da 13.555.094 token, da cui è stato estratto un campione di 2.643.200 token sul quale è stata svolta l'analisi delle occorrenze del *che*. L'approccio adottato è stato quantitativo e qualitativo. I *che* sono stati esaminati (più volte) da chi scrive nel contesto di occorrenza per verificare l'uso della polivalenza e calcolarne la frequenza.

Il campione sul quale sono state svolte le ricerche sarebbe senz'altro potuto essere più grande, ma sarebbero state necessarie anche altre forze e altri mezzi per una sua lucida esplorazione, dal momento che l'analisi del *che polivalente* non può essere trattata del tutto in modo automatico: il sincretismo che caratterizza la costruzione complica la disambiguazione dei valori assunti nel contesto da parte dei software di analisi sintattica. Inoltre, l'uso di ortografia e interpunzione lontane dalla norma, tipico dei commenti online, rende più difficoltoso il compito di decodifica alla macchina¹.

I risultati, dunque, sono limitati al campione (come sempre, del resto, accade in questo tipo di ricerche, che, per quanto grandi, rimangono ridotte rispetto al costante aumento della produzione scritta che caratterizza il web), ma possono essere comunque utili a fotografare parte dell'uso dell'italiano scritto su Facebook e, più in generale, sui social network, strumenti di comunicazione ormai diffusissimi tra tutte le classi sociali e non più di uso esclusivo dei più giovani.

La ricerca è frutto dell'assegno di ricerca svolto presso il dipartimento di Filologia, Letteratura e Linguistica svolto nell'anno accademico 2019/2020, con la guida attenta e propositiva del Professor Mirko Tavosanis, al quale vanno i miei ringraziamenti più sentiti.

Ringrazio, inoltre, la Professoressa Rita Fresu per le osservazioni e i suggerimenti preziosi, il Professor Matteo Viale e la Professoressa Francesca Gatta per i loro consigli.

Rivolgo infine un ringraziamento particolare al Professor Massimo Prada e al Professor Giuseppe Polimeni per aver accettato questo volume nella prestigiosa collana *Vulgare Latium*.

1. Cfr. Mannini (2021).

1. La lingua scritta su internet

1.1. L'uso di internet in Italia e la rivoluzione delle pratiche di scrittura con il web 2.0

Internet è ormai parte della realtà quotidiana degli italiani. Se ai suoi albori, anche a causa di una digitalizzazione e di una copertura sul territorio nazionale limitate, relativamente poche persone si avvalevano della rete (in prevalenza giovani o appassionati di informatica), oggi è invece alla portata di tutti (o quasi)¹, disponibile sempre e ovunque (*always on*, cfr. Palermo 2017: 26), grazie ai dispositivi portatili, come smartphone e tablet, e alla rete mobile (Pistolesi 2018a: 19), pubblica o privata, talvolta gratuita (un esempio è il wi-fi messo a disposizione dalle regioni o quello presente negli aeroporti, nelle stazioni ferroviarie, nei ristoranti o nei caffè). Inoltre, come nota Prada (2015: 11), lo sviluppo tecnologico ha reso sempre più accessibile l'interazione tra utente e macchina attraverso strumenti e canali *user-friendly* che hanno favorito l'uso di internet anche da parte di quelle persone più restie all'impiego degli strumenti digitali. In particolare, una vera e propria rivoluzione a favore dell'utente si è avuta col passaggio del web² 1.0, o *web statico* e monodirezionale, al web 2.0, o *web dinamico*: il primo permetteva soltanto la consultazione di siti curati da persone con conoscenze di programmazione e scrittura dei metadati, limitando l'utente comune primariamente alla lettura (*read-only web*, cfr. Shivalingaiah, Naik 2008: 500); il secondo, invece, ha predisposto lo spazio virtuale in modo

1. Secondo i dati Istat relativi all'anno 2022, più della metà delle famiglie italiane composte da soli anziani non dispongono della connessione internet, cfr. www.istat.it/files//2023/03/REPORT_CITTADINIEICT_2022.pdf.

2. Per la differenza tra internet e web si vedano Tavosanis (2011: 17-18), Pistolesi (2018a: 16).

tale che qualsiasi utente, a prescindere dalla profondità delle sue conoscenze informatiche, possa collaborare alla creazione e alla diffusione dei contenuti (*folksonomy*) (Prada 2015: 14; Palermo 2017: 86; Pistolesi 2018b: 18). L'utente diventa così uno *scrittore* (Palermo 2017: 78; 2018: 50)³, parte attiva della rete.

In Italia, tra il 2020 e il 2021, durante le quarantene, generali e individuali, conseguenti alla pandemia da Covid-19, internet è stato uno strumento essenziale per instaurare, mantenere relazioni con altre persone e interagire nella sfera pubblica⁴: coloro che, fino ad allora, erano rimasti fuori dalla realtà online si sono trovati nella necessità di entrare a far parte della sua comunità. Si è registrata così un'ulteriore diversificazione dell'utenza a favore di fasce di popolazione che, in condizioni diverse, molto probabilmente non sarebbero entrate mai a far parte del mondo degli internauti⁵ (come gli anziani, che trovano di solito maggiori difficoltà nell'uso delle tecnologie più recenti). Inoltre, sono stati aumentati e migliorati (almeno in parte) i servizi offerti sul web (*e-commerce*, prestazioni sanitarie: la stessa prenotazione dei vaccini è avvenuta online). La pandemia ha dunque velocizzato il processo di digitalizzazione del paese a livello di servizi e diffusione⁶.

La diffusione di internet sul territorio italiano ha registrato, infatti, un tasso di incremento del 4,2% tra 2020 e 2021, che nel biennio precedente (2018-2019) si attestava soltanto allo 0,9% (Censis 2021: 145). L'uso della rete, nel 2022, ha riguardato l'88,0% della popolazione⁷, superando anche quello della televisione digitale terrestre (84,0%) che era ancora al primo posto nel 2021 (87,9%)⁸. Nello specifico, la ripartizione degli utenti online vede la componente maschile (88,8%)⁹ prevalere su quella femminile (87,2%)¹⁰, i diplomati e laureati (95,4%) su coloro che posseggono una

3. Si veda anche la nozione di *read-write web*, cfr. Shivalingaiah, Naik (2008: 500).

4. Un esempio dell'impatto sulla sfera pubblica è la comunicazione avviata dai sindaci su Facebook e su altre piattaforme per informare i cittadini sulla situazione pandemica locale.

5. Cfr. Censis (2021: 145-147).

6. Non ha velocizzato però l'acquisizione di competenze digitali raffinate, come si osserverà nelle conclusioni.

7. I dati sono in costante aggiornamento. Nel momento in cui si scrive, si riportano le ultime percentuali aggiornate dal Censis, relative all'anno 2022 (cfr. Censis 2022: 83).

8. Nel 2021, internet non superava l'83,2%. Cfr. Censis (2021: 20; 2022: 19).

9. Si usano le categorie *maschio/femmina* perché così sono riportate sul report del Censis (2022).

10. Il dato è importante perché segna un netto cambiamento di tendenza: infatti, nel rapporto Censis (2021: 50) la differenza tra utenza maschile e femminile era maggiore (3,8%); nel report, la ragione si individuava nelle diverse abitudini che caratterizzavano le due categorie della popolazione (e non a un possesso di competenze, contrariamente a quanto accadeva in passato).

licenza elementare o media (81,5%), gli utenti del Nord-Ovest (90,4%) e del Nord Est (90,7%) su quelli del Centro (86,3%), del Sud e delle isole (85,5%)¹¹. È da notare che la crescita dell'utenza ha riguardato in gran parte le persone meno istruite: mentre nel 2019 gli utenti con licenza elementare o media non superavano il 68,4%, nel 2021 hanno raggiunto il 75,0%, con uno scarto di ben 8,6 punti percentuali, mentre i diplomati e laureati sono aumentati solo dello 0,5%¹²; ancora nel 2022, l'incremento maggiore ha riguardato gli utenti meno istruiti rispetto ai diplomati e laureati: i primi (6,5%) sono cresciuti circa il doppio dei secondi (3,3%)¹³.

Negli anni, dunque, lo sviluppo tecnologico e le esigenze determinate dal periodo storico hanno reso internet, in particolar modo nei paesi economicamente più avanzati, uno spazio virtuale accessibile a persone diverse, con livelli culturali e gradi di alfabetizzazione informatica diversi, nel quale svolgere le più svariate azioni: telefonare, ricercare informazioni, ascoltare la musica, guardare film e serie televisive, svolgere operazioni bancarie, di e-commerce, seguire corsi di formazione¹⁴, ottenere prestazioni ospedaliere (Censis 2021: 148-152). Il mezzo digitale ha inglobato in sé servizi di cui prima si usufruiva attraverso altri strumenti, come la televisione e il telefono; per i più giovani, è divenuto, oltretutto, il canale preferenziale attraverso il quale stabilire relazioni sociali e, talvolta, costruire le proprie carriere professionali¹⁵.

Per lungo tempo, la scrittura è stato il canale principale attraverso il quale accedere a tali servizi. Tuttavia, attualmente le piattaforme permettono all'utente di avvalersi anche di altri mezzi che sfruttano l'oralità, come i sintetizzatori vocali per la ricerca e la lettura o le videochiamate, i video-messaggi e i messaggi vocali per la comunicazione. Nonostante ciò, la rete sembra continuare a privilegiare lo scritto¹⁶ (Antonelli 2016a: 12 parla di un carattere «testocentrico» di internet)¹⁷, costringendo gli utenti

11. Tutte le percentuali tra parentesi relative alla posizione geografica degli utenti sono da considerare rispetto alla popolazione totale in quelle aree e sono tratte da Censis (2022: 83).

12. Cfr. Censis (2021: 31).

13. Cfr. Censis (2022: 84).

14. Questa attività ha ottenuto un incremento in tempo pandemico, cfr. Censis (2021: 146-148).

15. Con il web e i social network sono nati lavori nuovi, come quello dello *youtuber* o dell'*influencer* (che sfruttano le piattaforme social per condividere video su temi diversi: dai viaggi alla divulgazione scientifica, al semplice racconto spettacolarizzato della propria vita).

16. L'importanza dello scritto in rete si nota anche su piattaforme come Instagram, che, nato come social basato sulla condivisione di immagini, ha aumentato progressivamente nel tempo lo spazio dedicato alla scrittura.

17. Il canale scritto è inoltre quello *naturale* per la comunicazione tramite internet, che nasce innanzitutto per scambiare messaggi scritti. I primi studi sulla CMC si sono occu-

a confrontarsi con la scrittura molto più frequentemente rispetto al passato (Antonelli 2011, 2016a), sia come riceventi sia, soprattutto, come mittenti, principalmente grazie all'uso dei social network e della messaggistica istantanea. Dalle indagini Censis 2021, risulta infatti che l'81,2% degli italiani possiede almeno un profilo social, mentre coloro che posseggono anche un servizio di messaggistica istantanea sono l'86,2% (Censis 2022: 85).

Il web dinamico e i suoi diffusi servizi di comunicazione hanno fatto in modo che

[...] per la prima volta l'italiano si ritrova a essere non solo parlato, ma anche scritto quotidianamente dalla maggioranza degli italiani. [...] la lingua nazionale ha conquistato finalmente anche l'uso scritto di massa. [...] Digitare su una tastiera era, fino a non molti anni fa, un'attività quasi esclusivamente professionale e in generale legata all'idea di una copia in pulito. Oggi rappresenta un gesto quotidiano per un'ampia fetta della popolazione (Antonelli 2011: 31-33)¹⁸.

Il primo italiano scritto di massa riguarda però un testo nuovo, che si avvale contemporaneamente di molteplici modalità di comunicazione diversamente da quanto accade per il formato cartaceo (Voghera 2022: 7-9)¹⁹. Sebbene infatti permanga la centralità del testo scritto, quest'ultimo si presenta spesso in relazione con immagini dinamiche (oltre a quella statica, propria anche del testo a stampa)²⁰, suoni e video e rinvia ad altri testi attraverso i collegamenti digitali (il *link*), attivati da un semplice *click* del *mouse* o della tastiera. Esso è, dunque, multimodale (Rossi 2022: 64; Prada 2022a: 91-95), ossia sfrutta molteplici modi per veicolare un messaggio, e ipertestuale (Palermo 2017), ossia rinvia ad altri contenuti. Inoltre, spesso risulta essere *plurivoco*, composto da più scriventi, sia sui social network (Lubello 2022: 141), caratterizzati da una scrittura dialogica, sia nei casi di scrittura collaborativa, che si esercita, per esempio, su *blog* e *wiki*²¹.

pati infatti della *centralità della scrittura* (Roncaglia 2010) nelle forme delle e-mail, chat, ecc. cfr. Pistolesi (2018b: 18-20).

18. In Antonelli (2012: 538) si parla di *nuova rivoluzione* e in Antonelli (2016a: 13) si parla di *rivincita per la scrittura*; sul tema cfr. anche Antonelli (2011: 29-45; 2012: 547-548).

19. Sui concetti di multimedialità e multimodalità applicati alla rete si veda Dota, Polimeni, Prada (2022).

20. Si può parlare per la comunicazione di *fruizione integrata* di immagine e scritto, per citare ancora Antonelli (2016: 12). Sull'impatto del testo digitale sul testo cartaceo si veda, per esempio, Prada (2022a: 88-90).

21. Piattaforme di scrittura collettiva sulle quali vengono pubblicati contenuti informativi su temi specifici.

Il modello tradizionale del testo scritto è stato e continua ad essere, quindi, sottoposto alla reinterpretazione e al rimaneggiamento della comunicazione online. Di conseguenza, le nuove pratiche di comunicazione sul web hanno modificato in maniera netta (e inevitabile) i concetti tradizionali di lettura e di scrittura (Antonelli 2012: 539; 2016a: 13; Palermo 2017: 35-50).

1.2. Il testo *nativo digitale*, i diversi generi, la lingua

Uno degli aspetti più importanti da tenere in considerazione per l'analisi della scrittura sul web è senz'altro quello diamesico²².

Come è stato descritto dettagliatamente da altri studiosi (tra i quali, almeno Tavosanis 2011, Prada 2015, Antonelli 2016a, Palermo 2017), il supporto digitale, le sue modalità di produzione e fruizione e la necessità di rendere i contenuti indicizzabili dai motori di ricerca (Palermo 2017: 41-47; 2018: 49-63) hanno imposto al testo scritto di acquisire una struttura su più livelli (Pistolesi 2014: 372; Palermo 2017: 88), rendendolo un testo *matrioska* di cui il nucleo, a livello profondo, è formato dall'insieme dei metadati, ossia delle istruzioni per la macchina, che ne risulta essere quindi il primo destinatario e interprete, mentre a livello superficiale si manifesta la sua riproduzione in forma editata, i cui destinatari sono, invece, gli utenti del web²³.

A livello superficiale, spesso, il testo risulta essere comunque frammentato. Innanzitutto, lo è da un punto di vista grafico: le difficoltà di lettura determinate dal supporto digitale, il quale limita la visione dell'intera pagina (a meno che non la si rimpicciolisca molto a discapito della leggibilità)²⁴ e affatica la vista²⁵, spingono a soluzioni di messa in evidenza della sua struttura e dei suoi contenuti, come accade attraverso la distinzione grafica in blocchi informativi (solitamente si tratta di capoversi distinti tramite una riga vuota), tramite l'uso di una frase tematica o di parole chiave in grassetto e di enunciati editati con colori diversi che facilitano l'identificazione dei temi principali del testo e velocizzano la ricerca di informazioni. Il

22. Inizialmente privilegiato dagli studiosi, cfr. Pistolesi (2018a: 23-24) e Gualdo (2017: 138-139).

23. Sui diversi "destinatari" del testo digitale, cfr. ancora Palermo (2018: 88).

24. La lettura è ulteriormente ostacolata qualora si legga tramite smartphone o tablet rispetto allo schermo di un personal computer (e anche in questo caso la differenza dipende anche dalla dimensione dello schermo).

25. La lettura è ulteriormente ostacolata qualora si legga tramite smartphone o tablet rispetto allo schermo di un personal computer (e anche in questo caso la differenza dipende anche dalla dimensione dello schermo).

testo si adegua così alle letture di tipo *esplorativo* e *informativo*²⁶, che, in effetti, sembrano essere le modalità maggiormente intraprese dall'utente di internet (Palermo 2017: 38-39) (del resto, la lettura online avviene spesso in concomitanza con altre azioni).

A questa frammentarietà grafica si aggiunge quella determinata dai molteplici percorsi di lettura che permette l'ipertestualità (Palermo 2017: 80). Il testo può rinviare ad altri testi o ipertesti, collocati oltre la pagina web sulla quale è stato pubblicato, aprendo possibili percorsi di lettura pressoché illimitati di nuovi contenuti (Antonelli 2016a: 203; Palermo 2018: 51-56)²⁷: l'attenzione verso il testo di partenza si interrompe per essere rivolta verso nuovi testi o loro porzioni. Si consideri che, talvolta, l'ipertestualità riguarda anche il paratesto: la lettura può essere intralciata dall'inserimento di contenuti multimediali (come quelli pubblicitari), che si inframmezzano o sovrappongono allo scritto, attraverso i *pop-up*. Il testo perde la sua tradizionale struttura unitaria e autonoma, in cui ogni elemento è finalizzato alla costruzione del significato complessivo, e assume la veste di un insieme di informazioni, poco o per nulla collegate tra loro, che possono essere cercate e lette per singoli blocchi, senza considerare le parti precedenti o successive di cui si compone. Così, l'ipertestualità, che potenzialmente permetterebbe al lettore di ampliare in maniera agevole la sua conoscenza su un certo tema e di acquisire una maggiore capacità di contestualizzazione e comprensione delle informazioni contenute nel testo di partenza, se non viene gestita in maniera appropriata, sia dallo scrivente in fase di produzione sia dal lettore in fase di ricezione, rischia di decontestualizzare la lettura²⁸ e, di conseguenza, di renderla frazionata e acritica. L'utente abbandona la lettura lineare, con il pericolo di *perdere il filo* del tessuto testuale²⁹ e, quindi, di non comprenderne il significato o fraintendere il messaggio.

Altra importante differenza rispetto alla tradizione del testo scritto è la mancanza di *mediazione* dei contenuti. La pubblicazione a stampa prevede un processo di valutazione sull'effettiva qualità dello scritto o sull'effettivo interesse per il pubblico dei lettori interno all'ambiente culturale dal quale

26. Sul cambiamento del concetto di lettura si veda Mutter & Maurutto (1991: 257-266); per la lettura in rete, con la conseguente *decontestualizzazione* delle informazioni si veda Palermo (2017: 32-50).

27. Si consideri anche il *mode switching* possibile nelle chat, ossia il passaggio da una comunicazione dialogica scritta a una orale per mezzo della registrazione vocale (Palermo 2017: 67).

28. Sul concetto di decontestualizzazione dei media nella società contemporanea, cfr. Palermo 2017: 23-24.

29. Palermo (2017: 88) parla di *visione d'insieme*.

il testo proviene e al quale fa riferimento (Palermo 2018: 50): l'attenzione che lo scrivente dedica al testo è perciò costante ed emendare l'errore è necessario ai fini della pubblicazione. Poiché il web ha concesso a tutti³⁰ la possibilità di rendere pubblico un testo, senza la verifica dell'attendibilità e della qualità del prodotto da parte dei pari, è possibile leggere in rete scritti poco o per nulla emendati, con errori linguistici oltre che contenutistici anche gravi, a volte intenzionalmente faziosi e tesi all'inganno. Proprio la mancanza di autorevolezza dello scrivente e la facilità di modificare quanto si pubblica online, caratteristica del supporto elettronico (Palermo 2017: 78), rende il testo in movimento e mai definitivamente concluso.

Infine, il prodotto scritto online tende ad essere dialogico anche quando è pensato per una comunicazione unidirezionale. Ogni testo sul web può, infatti, ricevere potenzialmente una risposta:

La nostra chiave di lettura della comunicazione scritta sul web è che essa è intrinsecamente dialogica, anche quando si tratta di comunicazione unidirezionale, perché è lo scenario che il web crea per la comunicazione scritta che è profondamente diverso da quello tradizionale, cioè quello della scrittura per la carta (Fiorentino 2018: 65)³¹.

Tali novità incidono sulla qualità e sulla quantità dei generi testuali: quelli tradizionali si rinnovano e quelli nati per il web arricchiscono i tipi già disponibili (Palermo 2017: 74-75). Infatti, i testi *e-migrati* (Palermo 2017: 74), ossia nati nell'ambiente della scrittura tradizionale, tendono ad assumere nuove caratteristiche, come accade, per esempio, per il diario e la lettera cartacea, che sono riproposti attraverso il blog e l'e-mail con alcune trasformazioni: nel primo caso, il blog abbandona l'intimità della produzione e la monodirezionalità che caratterizzano il diario per diventare pubblico e dialogico (Fiorentino 2018: 68-70); nel secondo, le informazioni che dovevano essere ogni volta inserite sulla busta e nella lettera (mittente, destinatario, eventualmente oggetto della lettera), nei servizi di posta elettronica sono già presenti nel caso si tratti di una risposta (Palermo 2017: 87) e la comunicazione tende ad essere spesso informale indipendentemente dalla situazione comunicativa. Invece, tra i testi *nativi digitali* (Palermo 2017: 74) si possono citare l'*home page* personale, le *FAQs* e *microgeneri* come i *post* e *commenti* (Tavosanis 2011: 62-66), caratterizzati dalla brevità dei messaggi, talvolta anche solo monoproposizionali.

30. Palermo (2017: 43), trattando il fenomeno, parla della «conquista dello status di autore per l'uomo qualunque»; cfr. anche Prada (2015: 28).

31. Nel momento in cui il messaggio diventa pubblico si attende una risposta: per esempio, gli articoli dei giornali prevedono una sezione per il commento degli utenti abbonati.