

Le reti della lettura

Tracce, modelli, pratiche del social reading

A cura di

Chiara Faggiolani e Maurizio Vivarelli

EDITRICE BIBLIOGRAFICA

INDICE

Prefazione <i>di Giovanni Solimine</i>	7
--	---

Introduzione <i>di Chiara Faggiolani e Maurizio Vivarelli</i>	13
---	----

Parte I. Elementi di scenario

Le metamorfosi della lettura <i>di Gino Roncaglia</i>	21
--	----

Lettura e lettori nell'epoca dei social <i>di Luca Ferrieri</i>	53
--	----

Vedere la lettura. Dati, immagini, documenti <i>di Maurizio Vivarelli</i>	95
--	----

Parte II. Modelli, pratiche, esperienze

Social reading e social book network. Una prima mappa delle pratiche di lettura in rete <i>di Viola Marchese</i>	139
--	-----

Biblioteche e social network <i>di Cristina Bambini e Tatiana Wakefield</i>	165
--	-----

Strumenti social per festival, eventi, attività culturali <i>di Augusta Giovannoli</i>	179
---	-----

Pratiche di social reading in ambiente editoriale <i>di Nicola Cavalli</i>	205
---	-----

Parte III.

Dentro il social reading: lavorare con i dati

Prospettive di analisi dei dati <i>di Lorenzo Verna</i>	219
La lettura sul lettino: primi tentativi di data analysis <i>di Chiara Faggiolani e Lorenzo Verna</i>	231
Gomorra: 10 anni di conversazioni su aNobii <i>di Edoardo Brugnattelli e Chiara Faggiolani</i>	261
Osservazioni conclusive <i>di Chiara Faggiolani e Maurizio Vivarelli</i>	305
Bibliografia	308
Profilo biografico degli autori	345

LE METAMORFOSI DELLA LETTURA

GINO RONCAGLIA

Premessa

Abbiamo imparato a leggere (e a scrivere) più di cinquemila anni fa, e le origini stesse della scrittura (che le teorie più accreditate considerano oggi un'evoluzione dell'uso di contrassegni d'argilla – *clay tokens* – per rappresentare quantità di beni concreti e registrarne gli scambi)¹ suggeriscono che lettura e scrittura fossero inizialmente pratiche con una forte componente socio-economica e rituale, a cui si sono affiancate progressivamente la dimensione politico-amministrativa e quella religiosa. L'idea della lettura come attività volontaria e piacevole è lontanissima da queste prime pratiche, ed emerge solo lentamente: anche i primi testi ai quali attribuiamo una valenza letteraria, come l'epopea di Gilgamesh o alcuni testi dell'antico Egitto, avevano probabilmente in primo luogo la funzione di testimoniare e tramandare narrazioni e mitologie sociali o religiose in grado di contribuire alla costruzione di un'identità sociale comune. Non stupisce allora che la lettura fosse inizialmente non solo lettura a voce alta ma recitazione, e spesso recitazione rituale.

Basta ricordare questa ormai lontana eredità per capire quanto profonde siano state, nel corso del tempo, le metamorfosi delle pratiche della lettura. La letteratura al riguardo è amplissima,² e non è certo questa la sede per ripercorrerla o per

¹ Cfr. in particolare Denise Schmandt-Besserat, *Before Writing*, 2 voll. (vol. 1 – *From Counting to Cuneiform*; vol. 2 – *A Catalog of Near Eastern Tokens*), Austin, University of Texas Press, 1992; Ead., *How Writing Came About*, Austin, The University of Texas Press, 1996.

² Mi limito a ricordare, fra i molti riferimenti possibili, *Storia della lettura nel mondo occidentale*, a cura di Guglielmo Cavallo e Roger Chartier, Roma-Bari, Laterza, 1995, 2004³; Alberto Manguel, *A History of Reading*,

proporre sintesi di una storia lunga e complessa. Mi limiterò a ricordare che la storia dell'evoluzione e dei cambiamenti delle pratiche di lettura è anche storia dell'evoluzione e dei cambiamenti delle forme di testualità e delle stesse tecnologie e pratiche di produzione materiale e sociale dei testi e dei loro supporti: osservazione ovvia, certo, ma la cui portata e le cui implicazioni non possono essere sottovalutate.

Lettura (neo)estensiva e lettura (neo)intensiva

C'è un momento di questa storia – il passaggio dalla lettura intensiva di pochi testi alla lettura estensiva di molti testi diversi – che può risultare di particolare rilievo nell'interrogarci sui cambiamenti che la lettura sta attraversando in questi decenni, soprattutto (ma non unicamente) come conseguenza dell'incontro con le tecnologie digitali. L'idea che questo passaggio, accompagnato da un forte allargamento degli strati sociali interessati alla lettura, rappresenti una vera e propria *Lesenrevolution* è stata avanzata come è noto da Rolf Engelsing con riferimento alla lettura in Germania alla fine del XVIII secolo,³ ed è stata variamente discussa e criticata.⁴ Recentemente, sulla scia dei molti inter-

Toronto, Knopf Canada, 1996; *Lesen und Schreiben in Europa 1500–1900. Vergleichende Perspektiven – Perspectives comparées – Perspectives comparate*, Hrsg. Alfred Messerli, Roger Chartier, Basel, Schwabe, 2000; Steven Roger Fischer, *A History of Reading*, London, Reaktion Books, 2003.

³ Rolf Engelsing, *Die Perioden der Lesergeschichte in der Neuzeit. Das statistische Ausmass und die soziokulturelle Bedeutung der Lektüre*, «Archiv für Geschichte des Buchwesens», 10 (1969), cols. 944–1002; Id., *Der Bürger als Leser: Lesergeschichte in Deutschland, 1500–1800*, Stuttgart, J.B. Metzler, 1974.

⁴ Si vedano al riguardo, fra gli altri, Robert Darnton, *First Steps Toward a History of Reading*, in Id., *The Kiss of Lamourette: Reflections in Cultural History*, New York, W.W. Norton, 1990, p. 154–187; Reinhard Wittmann, *Una «rivoluzione della lettura» alla fine del XVIII secolo?* in *Storia della lettura nel mondo occidentale*, cit., p. 337–369; John Brewer, *Reconstructing the Reader: Prescriptions, Texts and Strategies in Anna Larpent's Reading*, in *The*

preti che hanno suggerito di vedere nel passaggio individuato da Engelsing un allargamento delle forme della lettura più che una sostituzione meccanica della lettura estensiva a quella intensiva, Geoffrey Turnovsky ha suggerito l'introduzione della categoria di "neo-intensive reading" per riferirsi alla lettura immersiva tipica della forma romanzo⁵ differenziandola dalla lettura intensiva dell'epoca che precede l'industrializzazione dell'editoria.

La discussione di queste categorie è di immediato interesse nel considerare l'evoluzione e i mutamenti delle forme della lettura (e, come vedremo, delle forme della testualità) nell'era del digitale, perché è difficile sfuggire all'impressione immediata che l'ecosistema della lettura digitale allarghi ulteriormente – e porti in un certo senso all'estremo – l'idea di lettura estensiva. Non è un caso dunque che, ad esempio, Sven Birkerts parta proprio dalle categorie individuate da Engelsing per affrontare il tema della lettura nell'era elettronica, vista come momento di ulteriore e radicale allargamento della tendenza centrifuga propria della tarda età della stampa.⁶ E non è un caso che con riferimento alla lettura in digitale vengano spesso usati termi-

Practice and Representation of Reading in England, edited by James Raven *et al.*, Cambridge, Cambridge University Press, p. 226-245; Jeroen Blaak, *Literacy in Everyday Life. Reading and Writing in Early Modern Dutch Diaries*, Leiden-Boston, Brill, 2006, in particolare p. 15-24; Stephen Colclough, *Readers: Books and Biography*, in *A Companion to the History of the Book*, edited by Simon Eliot and Jonathan Rose, Malden-Oxford, Blackwell, 2007, p. 50-62; Tim Carmody, *10 Reading Revolutions Before E-Books*, «The Atlantic», 25 agosto 2010, in rete alla pagina <<http://www.theatlantic.com/technology/archive/2010/08/10-reading-revolutions-before-e-books/62004/>>; Geoffrey Turnovsky, *Touched by an Author: Books and 'Intensive' Reading in the Late Eighteenth Century*, in *Precarious Alliances. Cultures of Participation in Print and Other Media*, edited by Martin Butler, Albrecht Hausmann, Anton Kirchhofer, Bielefeld, Transcript Verlag, 2016, p. 135-156. (Data di ultima consultazione dei siti web 5 ottobre 2016).

⁵ G. Turnovsky, *Touched by an Author*, cit., p. 137 e ss.

⁶ Sven Birkerts, *Reading in the Electronic Era – 1*, «Logos», 7 (1996), 3, p. 211-214; si veda anche Id., *The Gutenberg Elegies: The Fate of Reading in an Electronic Age*, Boston, Faber, 1994.

ni (*browsing, skimming...*) che sottolineano proprio il carattere di lettura veloce e non immersiva tipico di molte situazioni di fruizione della testualità digitale. Da questo punto di vista, potremmo pensare alla lettura in ambiente digitale come a una forma di lettura “neo-estensiva”, caratterizzata in molte situazioni dal recupero dello scorrimento verticale del testo rispetto alla lettura paginata e dal rapido passaggio orizzontale da un testo all’altro (a volte – ma non necessariamente – legato alla scelta di seguire link ipertestuali).

D’altro canto, alcune forme di lettura digitale e la stessa tendenza alla costruzione di narrazioni transmediali possono suggerire l’idea che anche il “neo-intensive reading” trovi nel nuovo ecosistema un fertile terreno di sviluppo: basti pensare all’esplosione di fenomeni come la *fan-fiction*,⁷ legata all’esplorazione dello spazio di possibilità offerto dall’immersione in un universo narrativo canonico che – si tratti di Jane Austen o di Harry Potter – viene assorbito e praticato in maniera non solo intensiva ma a volte maniacale, e basti pensare alla crescita del *transmedia storytelling*, il cui carattere immersivo Frank Rose ha efficacemente discusso nel suo *The Art of Immersion*.⁸

⁷ Sulla *fan fiction* si vedano in particolare Henry Jenkins, *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*, New York, Routledge, 1992; Id., *Fans, Bloggers, and Gamers*, New York, New York University Press, 2006; Id., *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York, New York University Press, 2006; Sheenagh Pugh, *The Democratic Genre: Fan Fiction in a Literary Context*, Wales, Seren, 2005; *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*, edited by Karen Hellekson and Kristina Busse, Jefferson (N.C.), McFarland & Co., 2006; Angela Thomas, *Fan Fiction Online: Engagement, Critical Response and Affective Play through Writing and Literacy*, «Australian Journal of Language», 29 (2006), 3, p. 226-239; *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*, edited by Jonathan Gray, Cornel Sandvoss and C. Lee Harrington, New York, New York University Press, 2007; Rebecca W. Black, *Online Fan Fiction and Critical Media Literacy*, «Journal of Computing in Teacher Education», 26 (2009), 2, p. 75-80; Karen Hellekson – Kristina Busse, *The Fan Fiction Studies Reader*, Iowa City, University of Iowa Press, 2014.

⁸ Frank Rose, *The Art of Immersion. How the Digital Generation is Re-*

La lettura ‘fuori dal libro’

Ma quanto pesa, effettivamente, la lettura in ambiente digitale? Dobbiamo qui fare una differenza assai netta fra la lettura di libri, rispetto alla quale come è noto la penetrazione del digitale è ancora abbastanza limitata,⁹ e la lettura “fuori dal libro”,¹⁰ che invece avviene oggi quasi esclusivamente in digitale, e prevalentemente online. Per molti versi, è proprio questa seconda tipologia di lettura a risultare al momento più interessante (e più complessa) da analizzare: sia per l'estrema varietà delle sue forme, sia perché essa sembra in qualche modo avvolgere, tanto nell'impiego del tempo (ben maggiore di quello dedicato alla lettura tradizionale)¹¹ quanto nella capacità di influenzare

making Hollywood, Madison Avenue, and the Way We Tell Stories, New York, Northon & Company, 2010, trad. it. *Immersi nelle storie. Il mestiere di raccontare nell'era di internet*, Torino, Codice Edizioni, 2013.

⁹ Negli Stati Uniti, la maggior parte delle ricerche mostra che negli ultimi 2-3 anni la percentuale di lettori di e-book è rimasta sostanzialmente ferma, fra il 26% e il 28%: uno ‘scalino’ di cui mi sono occupato in altre sedi (da ultimo cfr. G. Roncaglia, *Editoria digitale: da un anno all'altro, seduti sullo scalino*, sul sito IILibraio.it, 9 febbraio 2016, <<http://www.illibraio.it/editoria-digitale-bilancio-previsione-319277/>>). In Italia, lo stesso dato è stimato all'8,2% dagli ultimi dati ISTAT disponibili (report *La lettura in Italia*, gennaio 2016, <<http://www.istat.it/it/archivio/178337>>), ma la penetrazione effettiva degli e-book nelle abitudini di lettura (e sicuramente la quota di mercato) sembra anche minore.

¹⁰ Credo che la prima a utilizzare in maniera consapevole la categoria del “reading outside the book” per riferirsi (anche) alla lettura nell'ecosistema digitale sia stata Margaret Mackey: *Reading Outside the Book*, «Papers: Explorations into Children's Literature», 14 (2004), 2, p. 18-27.

¹¹ Secondo i dati dell'indagine *Connected Life* di Kantar TNS -Taylor Nelson Sofres che ha coinvolto un campione di 60.500 “consumatori” di vari paesi, intervistati nel corso del 2014 (<<http://www.tnsglobal.com/get-connected/connected-life>>), perfino nella più anziana fra le fasce d'età considerate (55-65 anni) la quota di tempo impegnata in media a livello globale su media digitali (PC, tablet, smartphone) è pari al 59,8% del consumo mediatico complessivo, rispetto al 25,6% relativo alla televisione e al 4,8% relativo alla carta stampata. Questo dato sale al 70,8% (rispetto al 21% per

le scelte di lettura e di ospitare il dialogo pubblico attorno ai libri, lo stesso lettore ‘tradizionale’. È per questi motivi che ho qui scelto di soffermarmi proprio sulla lettura fuori dal libro.

Fornire dati ragionevolmente affidabili sulle molte tipologie di lettura fuori dal libro proprie dell’ecosistema digitale è però compito assai difficile. I dati disponibili sono spesso incompleti e contraddittori, e la rapidissima evoluzione di questo settore non facilita né la produzione di ricerche verificabili e ripetibili, né il loro uso come strumenti di analisi.

Basti, al riguardo, un singolo esempio, che aiuta a capire sia l’estrema rilevanza del fenomeno, sia la difficoltà di analizzarlo partendo da dati affidabili. Secondo le statistiche 2016 di GlobalWebIndex, nel gennaio 2016 il tempo medio di attività online da parte degli utenti della rete è stato pari a 6,2 ore al giorno negli Stati Uniti (4,3 ore attraverso laptop o desktop, 1,9 ore attraverso dispositivi mobili) e a 6,3 ore al giorno in Italia (4,1 ore attraverso laptop o desktop, 2,2 ore attraverso dispositivi mobili).¹² Le statistiche Audiweb offrono però, almeno per il nostro paese, un quadro assai diverso: nel luglio 2016, i circa 22 milioni di utenti regolari della rete in Italia (“total digital audience”) spenderebbero online una media di 2 ore e 6 minuti (circa un terzo del dato stimato da GlobalWebIndex), con una netta prevalenza dell’uso da dispositivi mobili:¹³ dati in apparenza ragionevolmente coerenti con quelli rilevati da una

la televisione e all’1,7% per la carta stampata) nella fascia d’età 25-35 anni, per arrivare al 77,8% (rispetto al 16,8% per la televisione e all’1,6% per la carta stampata) nella fascia d’età più giovane, 16-24 anni. La determinazione del campione, chiaramente orientata a individuare fasce alte di consumi, non può essere considerata rappresentativa (un problema comune a molte indagini di questo tipo), ma i dati restano comunque impressionanti.

¹² Simon Kemp, *Digital in 2016*, «We Are Social», 27 gennaio 2016, slide 25: <<http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016>>.

¹³ Audiweb, *La total digital audience nel mese di luglio 2016*, 19 settembre 2016, <<http://www.audiweb.it/news/total-digital-audience-del-mese-di-luglio-2016/>>.

ricerca del settembre 2015 dell'Internet Advertising Bureau del Regno Unito (con un tempo medio online pari a 2 ore e 51 minuti al giorno).¹⁴

La differenza fra queste rilevazioni è certo in parte spiegabile con i differenti metodi di campionatura, e in particolare con la differenza nei criteri adottati per definire il tempo speso online (si misura solo tempo di effettiva attività, o anche l'esposizione "passiva" determinata ad esempio dall'uso di dispositivi connessi alla rete per attività diverse dalla navigazione online?). Ma queste differenze sono a loro volta assai difficili da analizzare (le indicazioni sui criteri adottati nelle indagini sono assai spesso sommarie e a volte sorprendentemente ingenui), e sembrano comunque spiegare solo una parte delle differenze – decisamente macroscopiche – sui dati forniti. Il rischio è dunque spesso quello di usare dati tutt'altro che affidabili, senza una piena comprensione sia dei meccanismi con i quali sono stati ricavati, sia del loro effettivo significato.

Comunque sia, il tempo impegnato online da ciascuno di noi è indubbiamente molto ed è in continua crescita, e i cambiamenti che questa evoluzione ha comportato e comporta tanto nelle forme di impiego del tempo quanto nella dieta mediatica e nella concorrenza fra consumi mediatici diversi sono di portata altrettanto rilevante. Quanta parte di questo enorme capitale di tempo è impiegato in attività di lettura? E di *quali* attività di lettura, esattamente, stiamo parlando?

Per provare a rispondere a questa domanda, la strategia che mi sembra garantire maggior rigore è legata all'individuazione e alla distinzione delle diverse forme di testualità digitale 'fuori dal libro'¹⁵ e del loro specifico impatto sulla lettura. L'estrema

¹⁴ Internet Advertising Bureau UK – UK Online Measurement Company, *Definitive Time People Spend Online - 2hrs 51 Mins a Day*, 2 settembre 2015, <<https://www.iabuk.net/about/press/archive/definitive-time-people-spend-online-2hrs-51-mins-a-day>>.

¹⁵ Riprendo, approfondisco e aggiorno nelle pagine seguenti, in par-

varietà nelle modalità di lettura proprie dell'era digitale è infatti radicata innanzitutto, come si è già accennato, nella moltiplicazione delle forme della testualità (non solo scritta, ma sempre più spesso multicodice).

Le (molte) forme della testualità digitale

Scambio asincrono di messaggi: la posta elettronica

La posta elettronica è fra le prime forme di scrittura di rete: la possibilità di inviare messaggi fra gli utenti è implicita nello sviluppo delle prime reti di computer, a partire dagli anni '60, e una prima codifica di alcuni degli aspetti formali propri delle mail di oggi (incluso l'uso della chiocciola '@' come strumento di indirizzamento dei messaggi verso reti esterne) si deve a Ray Tomlinson, un ingegnere impegnato nello sviluppo di Arpanet. È interessante osservare come Tomlinson abbia dichiarato più volte di non ricordare assolutamente il contenuto della prima mail spedita – nell'autunno 1971 – utilizzando tale sintassi:¹⁶ la percezione del carattere in qualche modo volatile della posta elettronica accompagna dunque questa forma di scrittura fin dalla sua nascita.

L'avvento delle mail precede di molto quello del Web, avvenuto nella prima metà degli anni '90: questo – assieme alla relativa stabilità nella forma delle mail (anche se non negli strumenti utilizzati per la loro lettura) – spiega anche come mai la posta elettronica sia una delle tipologie di testualità digitale sulle quali abbiamo una maggiore quantità di dati e di lavoro

te modificandole, alcune considerazioni già avanzate all'interno del mio articolo *Lingua e tecnologia: usi della lingua e strumenti di rete*, in Istituto dell'Enciclopedia Italiana, *Treccani: il libro dell'anno 2010*, Roma, Istituto della Enciclopedia Italiana, 2010, p. 308-320.

¹⁶ Ray Tomlinson, *The First Network Email*, dalle FAQ del sito personale di Tomlinson, in rete alla pagina <<https://ds.bbn.com/~tomlinso/ray/firstemailframe.html>>.

di ricerca. Punto di riferimento ‘naturale’ per la posta elettronica è certo la scrittura epistolare; tuttavia fra queste due forme di testualità esistono anche importanti differenze, che hanno fatto collegare le mail anche a forme di comunicazione orale a distanza come le telefonate. Questo gioco di relazioni e differenze è stato al centro di numerose analisi,¹⁷ legate anche all’idea che fra scrittura e oralità esista, anche grazie al nuovo ruolo della scrittura elettronica, un *continuum* – se non forme ancor più complesse di ibridazione – più che una rigida dicotomia.¹⁸

In linea generale, la posta elettronica presenta indubbiamente un carattere di maggiore immediatezza e vicinanza al linguaggio parlato (e dunque un rapporto più stretto con l’oralità), ma conserva comunque alcuni aspetti tipici della scrittura epistolare ‘codificata’. Innanzitutto il suo carattere almeno in prima istanza asincrono, che distingue l’email da forme di scrittura di rete ancor più vicine all’oralità, come il linguaggio di chat. Come nel caso della corrispondenza tradizionale, l’autore di un messaggio di posta elettronica sa che il suo corrispondente leggerà il messaggio solo dopo un intervallo di tempo (anche se la rapidità dell’inoltro contribuisce a ridurre

¹⁷ Cfr. ad es. Naomi Baron, *Letters by Phone or Speech by Other Means: The Linguistics of Email*, «Language & Communication», 18 (1998), 2, p. 133-170; Ead., *Why Email Looks Like Speech*, in *New Media Language*, edited by Jean Aitchison and Diana Lewis, London, Routledge, 2003, p. 102-113; Jonathan Gains, *Electronic Mail – A New Style of Communication or Just a New Medium? An Investigation into the Text Features of E-mail*, «English for Specific Purposes», 18 (1999), 1, p. 81-101; Giuliana Fiorentino, *Scrittura elettronica: il caso della posta elettronica*, in *Scrittura e nuovi media*, a cura di Franca Orletti, Roma, Carocci, 2004; Elena Pistolesi, *Il parlar spedito: l’italiano di chat, e-mail e SMS*, Padova, Esedra, 2004; Carmen Frehner, *Email – SMS – MMS. The Linguistic Creativity of Asynchronous Discourse in the New Media Age*, Bern, Peter Lang, 2008; Christa Dürscheid – Carmen Frehner, *Email Communication*, in *Pragmatics of Computer-Mediated Communication*, edited by Susan C. Herring, Dieter Stein and Tuija Virtanen, Berlin-New York, De Gruyter, 2013, p. 35-54.

¹⁸ Cfr. C. Frehner, *Email*, cit., p. 31-36.

notevolmente tale intervallo e a creare l'aspettativa di una risposta altrettanto rapida), ma non sa, di norma, esattamente *quando* avverrà la lettura.

La persistenza dei messaggi, che possono essere archiviati, salvati, citati e trasformati in qualcosa di assai simile a un *corpus* testuale interrogabile e ricercabile, costituisce un ulteriore fattore che avvicina la posta elettronica alla tradizione della corrispondenza epistolare. Anche da questo punto di vista la posta elettronica resta quindi intrinsecamente una forma di scrittura; accostarla in maniera troppo diretta alla dimensione dell'oralità rischia dunque di essere fuorviante: lo stesso uso di forme linguistiche, lessicali e sintattiche vicine al parlato corrisponde a scelte spesso consapevoli di scrittura, e dunque al riconoscimento e all'uso di specifici registri nell'ambito della testualità scritta.

D'altro canto, il registro usato nel caso delle email è certo più frequentemente e più marcatamente informale di quanto non avvenga nella corrispondenza cartacea: il linguaggio è spesso abbreviato, le frasi tendono a essere più brevi e la sintassi più vicina a quella del parlato. In questi casi, la posta elettronica sembrerebbe essere percepita dall'utente come uno strumento di comunicazione che offre una sorta di 'sincronia ritardata', anziché come totalmente asincrona,¹⁹ in grado dunque di collegare gli interlocutori in un orizzonte temporale condiviso. A questo si aggiunge anche la sensazione di condividere un luogo virtuale di interazione: non a caso, a differenza della corrispondenza tradizionale, le email non riportano di norma indicazioni relative al luogo in cui i messaggi sono scritti, e gli interlocutori sembrano dare per scontato che lo spazio dello scambio epistolare sia la rete piuttosto che un contesto geografico reale. Queste caratteristiche contribuiscono evidentemente ad avvicinare la posta elettronica al parlato, anche se non nella misura tipica

¹⁹ Cfr. E. Pistolesi, *Il parlar spedito*, cit., p.132, e Carla Bazzanella, *Parlato dialogico e contesti di interazione*, in *Aspetti dell'italiano parlato*, a cura di Klaus Hölker e Christiane Maass, Münster, LIT Verlag, 2005, p. 1-22.

del linguaggio di chat e in generale dei sistemi di messaggistica sincrona o quasi-sincrona.

Va osservato peraltro che la posta elettronica include a sua volta al suo interno diverse forme di testualità, collegate alla diversa natura dei messaggi: le considerazioni fatte finora si riferiscono innanzitutto alle mail personali e agli scambi di mail professionali fra utenti, ma una quota notevole dei messaggi di posta elettronica ricevuti da ognuno di noi è costituita da messaggi distribuiti a un numero assai più ampio di destinatari: dalle newsletter (alle quali l'utente si è più o meno consapevolmente iscritto e che dovrebbero quindi corrispondere a suoi interessi e sollecitare la lettura) ai messaggi pubblicitari, fino all'estremo dello spam e delle mail di *malware*.

Cosa possiamo dire della posta elettronica dal punto di vista della lettura? Innanzitutto, che la lettura e scrittura di mail costituisce un'attività largamente diffusa,²⁰ che almeno per alcune categorie professionali risulta ad alto assorbimento di tempo,²¹

²⁰ *L'Email Market 2016-2020* diffuso nel giugno 2016 da The Radicati Group Inc. stima che il numero di utenti unici mondiali di servizi di posta elettronica sia di 2 miliardi 672 milioni nel 2016, con una media di 1,7 account per utente. Lo stesso report stima a 215,3 miliardi il numero di mail spedite e ricevute ogni giorno a livello mondiale nel 2016. Cfr. The Radicati Group Inc., *Email Market 2016-2020*, <<http://www.radicati.com/wp-content/uploads/2016/06/Email-Market-2016-2020-Executive-Summary.pdf>>.

²¹ La stima esatta del tempo impiegato nelle attività di lettura e scrittura di mail varia considerevolmente in situazioni geografiche e professionali diverse e non conosco stime dettagliate affidabili (anche perché molte delle statistiche relative a questo settore sono sviluppate da società impegnate nel campo dell'email marketing), ma basterà ricordare che già nel 1996 Valerie Frazee osservava come in un campione di dipendenti di grandi aziende presenti nel Fortune 500 Index il tempo medio impiegato per la lettura di email fosse di 50 minuti al giorno. Cfr. Valerie Frazee, *Is E-Mail Doing More Harm Than Good?*, «Personnel Journal», 75 (1996), 5, p. 23. Una ricerca canadese del 2005 indicava anch'essa in 50 minuti al giorno l'impegno di tempo dedicato alle mail, in questo caso da parte degli utenti più attivi online (Ben Veenhof *et al.*, *How Canadians' Use of the Internet Affects Social Life and*

svolta per lo più in forma frammentata (il controllo della posta avviene più volte nel corso della giornata,²² il tempo dedicato alla lettura di ogni mail è assai breve)²³ e sempre più spesso

Civic Participation, <<http://www.statcan.gc.ca/pub/56f0004m/2008016/c-g/internet/c-g002-eng.htm>>). Ma l'impegno di tempo dedicato alle mail è evidentemente minore in altre situazioni lavorative e soprattutto non lavorative, e sembra essere diminuito dagli anni '90 del secolo scorso a oggi, anche per l'introduzione e la diffusione di altre forme di comunicazione online. Nel 2015 era stimato dalla già citata ricerca IAB UK come pari allo 0,8% del tempo impegnato online ogni giorno da un utente medio attraverso dispositivi fissi e come pari al 5% del tempo impegnato online attraverso dispositivi mobili (<<https://www.iabuk.net/about/press/archive/definitive-time-people-spend-online-2hrs-51-mins-a-day>>). Una ricerca più o meno contemporanea di comCore valutava al 4% la percentuale complessiva di tempo online dedicata alle mail da un utente medio negli Stati Uniti, senza distinzione per tipologia di dispositivo usata (*Share of Total Time Spent, by Content Category in December 2015, total US audience*, Marketingcharts.com, <<http://www.marketingcharts.com/online/how-are-consumers-spending-their-time-online-66742/attachment/comscore-digital-time-by-content-category-apr2016/>>). È ragionevole ipotizzare comunque che le differenze nell'impiego di tempo dedicato alla posta elettronica restino notevoli fra categorie diverse di utenti, e che queste ultime medie risultino largamente sottostimate nel caso dell'utenza professionale.

²² Una ricerca pubblicata nel 2003 e svolta nel Regno Unito da tre ricercatori della Loughborough University attraverso il monitoraggio dell'attività dei dipendenti del gruppo Danwood mostrava che i dipendenti verificavano la posta elettronica in media ogni 5 minuti e reagivano all'arrivo di un nuovo messaggio in media entro 6 secondi: Thomas Jackson – Ray Dawson – Darren Wilson, *Reducing the Effect of Email Interruption On Employees*, «International Journal of Information Management», 23 (2003), 1, p. 55-65.

²³ Nel 2006 Jakob Nielsen ha svolto una ricerca mirata all'ottimizzazione del design delle newsletter, analizzando attraverso tecniche di tracciamento oculare la lettura di alcune newsletter-tipo da parte di un campione di utenti. La ricerca rivela un comportamento di lettura decisamente superficiale: la mail viene scorsa rapidamente, saltando le parti introduttive e con una lettura effettiva solo del 19% del testo, con un impegno medio di tempo pari a 51 secondi per mail (cfr. Jakob Nielsen, *Email Newsletters: Surviving Inbox Congestion*, articolo del 12 giugno 2006 sul sito Nielsen Norman Group, <<https://www.nngroup.com/articles/email-newsletters-inbox-congestion/>>). Se è vero che questi dati sono riferiti a mail di natura commerciale e non professionale o personale, è anche vero che una ricerca

attraverso dispositivi mobili.²⁴ Se a livello globale il numero di mail scambiate è stato (ed è) in costante crescita,²⁵ tale crescita è tuttavia sensibilmente rallentata negli ultimi anni, soprattutto in rapporto alla crescita globale del numero di utenti di Internet.²⁶ Sono in particolare le generazioni più giovani che sembrano abbandonare l'uso delle mail a favore di sistemi di messaggistica veloce quasi-sincrona (Whatsapp, Facebook Messenger, Snapchat, Kik...), con una media di oltre 30 messaggi scambiati al giorno.²⁷

svolta più o meno nello stesso periodo da EmailLabs indicava un tempo medio di lettura ancor più breve, dell'ordine di 15-20 secondi (*Alarming Research Results: Average Email Open Time is 15-20 Seconds*, sul sito *marketingsherpa*, 13 gennaio 2015, <<http://www.marketingsherpa.com/article/average-email-open-time-is>>).

²⁴ Secondo le statistiche Litmus Email Analytics raccolte da Jordie van Rijn nel sito *emailmonday*, (Jordie van Rijn, *The ultimate mobile email statistics overview*, «Emailmonday», <http://www.emailmonday.com/mobile-email-usage-statistics>) nel giugno 2016 il numero di mail lette su dispositivi mobili era pari al 54% del totale, contro il 27% di mail lette attraverso client web e solo il 19% letto su desktop attraverso client locali. Nel corso della Google Teach Conference del 2015, Google ha rivelato che il 75% delle mail su account Gmail è aperto attraverso dispositivi mobili.

²⁵ Si vedano al riguardo i già citati report del Radicati Group.

²⁶ Cfr. Adrienne Lafrance, *The Triumph of E-mail*, «The Atlantic», 6 gennaio 2016, in rete alla pagina <<http://www.theatlantic.com/technology/archive/2016/01/what-comes-after-email/422625/>>.

²⁷ Secondo le statistiche del Pew Research Center, già nel luglio 2011 la percentuale di adolescenti che utilizzava quotidianamente SMS e sistemi di messaggistica istantanea era considerevolmente superiore rispetto alla percentuale di adolescenti che utilizzava regolarmente mail: 22% contro 6% (Pew Research Center, *Teens Fact Sheet*, 21 maggio 2012). Nel 2015 la prima percentuale era salita al 33%, con una media di 30 messaggi di testo al giorno, mentre la seconda non era più misurata dall'indagine (Amanda Lenhart, *Teens, Social Media & Technology Overview 2015*, nel sito del PeW Research Center, 9 aprile 2015, <<http://www.pewinternet.org/2015/04/09/mobile-access-shifts-social-media-use-and-other-online-activities/>>). La già citata indagine *Connected Life*, diffusa anch'essa a inizio 2015, valuta la percentuale complessiva di adolescenti utenti di sistemi di *instant messaging* (non necessariamente solo testuali) al 55%. Cfr. Rhea Kelly, *Study: Millennials Spend More Than 3 Hours a Day on Mobile Phones*, «The Journal», 12

Forte differenziazione nell'impegno di tempo dedicato alla posta elettronica da parte di tipologie diverse di utenza, dunque, e un uso in cui – per la natura stessa della comunicazione via mail – lettura e scrittura si intrecciano in maniera pressoché inestricabile: la mail, assieme ai sistemi di *instant messaging* e alle chat, è forse la forma di testualità alla quale meglio e più direttamente si applica il neologismo 'scrittura' coniato da Derrick De Kerckhove²⁸ per indicare la fusione delle due pratiche tipica dell'ambiente digitale.

Va ricordato però che, anche nella sua forma elettronica, la scrittura epistolare resta suscettibile di diverse tipologie di lettura: non solo quella immediata, al ricevimento del messaggio, ma anche letture e riletture in diversi contesti. Basti pensare a casi come quelli delle mail rese pubbliche attraverso Wikileaks, che conservano certo il carattere di messaggi individuali ma vengono lette da un pubblico assai più vasto rispetto ai destinatari originali, e con aspettative e finalità assai diverse.

Scambio semi-sincrono di messaggi:

SMS, instant messaging, tweet

Gli SMS (brevi messaggi di testo scambiati attraverso le reti di telefonia mobile) e i sistemi di *instant messaging* (messaggi di testo – ma ormai con la possibilità di includere anche immagini, audio e video²⁹ – scambiati via rete prevalentemente attraverso dispositivi mobili) o come Whatsapp, Telegram o

gennaio 2015, <<https://thejournal.com/articles/2015/12/01/study-millennials-spend-more-than-3-hours-a-day-on-mobile-phones.aspx>>.

²⁸ Derrick De Kerckhove, *Biblioteche e nuovi linguaggi: come cambia la lettura*, in *Le teche della lettura: leggere in biblioteca al tempo della rete*, a cura di Claudio Gamba e Maria Laura Trapletti, Milano, Editrice Bibliografica, 2006, p. 23-33.

²⁹ Per il costo minore, i sistemi di *instant messaging* via rete hanno quasi totalmente soppiantato gli MMS (messaggi multimediali trasmessi attraverso le reti di telefonia mobile) e stanno ormai rapidamente sostituendo in molte situazioni e per molti utenti gli stessi SMS.

Facebook Messenger rappresentano probabilmente la forma più estrema del ‘parlar spedito’. Si tratta di scambi rapidissimi, di poche battute, non necessariamente ma assai spesso sincroni o quasi sincroni. L’uso di abbreviazioni (anche nella forma di *emoticon* o *emoji*)³⁰ e la focalizzazione del messaggio sulla trasmissione di un singolo contenuto informativo – di norma fortemente legato al momento i cui il messaggio viene scritto, e dunque alla dimensione del “succede adesso”³¹ – rappresentano caratteristiche tipiche di queste forme di testualità.

Come si è già accennato, in molte situazioni questa forma di comunicazione sembra progressivamente sostituire le mail, soprattutto fra le giovani generazioni. Ma considerare i sistemi di *instant messaging* solo come una evoluzione ‘veloce’ delle mail è probabilmente fuorviante. Si tratta in realtà di una forma di comunicazione diversa, sia per la sua natura di scambio assai più serrato e dialogico, sia per la sua progressiva evoluzione verso l’inclusione di contenuti multimediali. Il successo di sistemi multimediali di *instant messaging* come Snapchat³²

³⁰ I due termini sono sostanzialmente sinonimi, anche se il termine ‘emoticon’ era originariamente usato per le ‘faccine’ costruite attraverso l’accostamento di segni di interpunzione mentre il termine ‘emoji’ si riferisce normalmente a una piccola immagine (non necessariamente una faccina) capace di esprimere un’emozione o di rappresentare un concetto.

³¹ Per un’analisi delle diverse tipologie di contenuto e funzioni in un corpus di messaggi testuali scambiati da adolescenti si veda Crispin Thurlow, *Generation Txt? The Sociolinguistics of Young People’s Text-messaging*, «Discourse Analysis Online», 1 (2003), in rete all’indirizzo <<http://extra.shu.ac.uk/daol/articles/v1/n1/a3/thurlow2002003-01.html>> (in particolare la sintesi fornita dalla figura 1).

³² Secondo la già citata indagine Pew Research *Teens, Social Media & Technology Overview 2015*, il 41% dei teenager statunitensi utilizza Snapchat: un dato che costituisce anche un evidente indicatore delle forti differenze generazionali nell’uso degli strumenti di rete, se si considera che la grande maggioranza degli utenti di Internet sopra i trent’anni non ha mai neanche sentito nominare questo strumento. Cfr. <<http://www.pew-internet.org/2015/04/09/mobile-access-shifts-social-media-use-and-other-online-activities/>>. La quota di utenti di Snapchat sotto i 24 anni è quasi

o Kik, che consentono la condivisione immediata e veloce di immagini e brevi video prima e anziché di testi, e l'aggiunta a quasi tutti i sistemi di *instant messaging* di funzioni di chiamata audio e video, indirizzano chiaramente verso forme di scambio comunicativo ancor più ibride della 'scrittura'.

Eppure, anche nelle evoluzioni più recenti, e pur se fortemente ibridata, la dimensione testuale conserva un proprio ruolo e pone la questione della possibile applicazione di categorie e strumenti di analisi legati all'uso del linguaggio e alle attività di lettura e scrittura. Questo è sicuramente vero nel caso degli SMS,³³ ma rimane probabilmente vero almeno per alcuni fra i più usati strumenti di *instant messaging* via rete, inserendoli a pieno titolo all'interno della sfera della 'lettura fuori dal libro'.

Per comprendere la rilevanza di tali strumenti, basta considerare la dimensione di impiego del tempo coinvolta: se nel 2015, negli Stati Uniti e rispetto a tutte le fasce d'età, la quota di "digital time" impegnata dallo scambio di messaggi di testo era considerata da comScore come sostanzialmente equivalente a quella della posta elettronica (il 4% per ciascuna attività),³⁴ altre statistiche mostrano dati di impegno del tempo ben più consistenti, soprattutto se riferiti all'uso di dispositivi mobili.³⁵

il doppio di quella di Facebook Messenger.

³³ Si veda al riguardo Louise-Amélie Cougnon, *Langage et sms. Un étude internationale des pratiques actuelles*, Louvain, Presses Universitaires de Louvain, 2015.

³⁴ Cfr. Damian Radcliffe, *Nine Trends in U.S. Media Consumption in Charts*, sul sito *TheMediaBriefing*, 3 maggio 2016, <<https://www.themediabriefing.com/article/nine-trends-in-us-media-consumption-in-charts>>.

³⁵ A dicembre 2015, secondo il China Mobile Internet Report 2016, gli utenti di smartphone cinesi hanno impegnato ben il 36% del tempo d'uso del dispositivo su app di *instant messaging* (*One-Third of Smartphone Time in China Goes to Messaging. Online Video in a Distant Second Place*, nel sito eMarketer, 18 gennaio 2016, <<http://www.emarketer.com/Article/One-Third-of-Smartphone-Time-China-Goes-Messaging/1013474>>). Altri dati relativi alla massiccia diffusione dei messaggi testuali già prima del 2010 sono in

Anche in questo caso, le statistiche disponibili sono difficilmente confrontabili e non sempre affidabili (basti pensare che l'uso di Facebook Messenger, uno dei sistemi di *instant messaging* più diffusi, può essere calcolato sia come tempo impegnato su social network sia come tempo impegnato in attività di *instant messaging*), ma il dato di fondo è chiaro: l'uso di questi sistemi è enormemente diffuso (oltre 2 miliardi e mezzo di utenti a livello globale secondo l'«Economist»)³⁶ e rappresenta una quota rilevante e in crescita delle nostre attività di scrittura e lettura in ambiente digitale.

In qualche misura confrontabili con i sistemi di *instant messaging*, se non altro per la rapidità e brevità dei messaggi e per il loro uso nell'ambito di una comunicazione semi-sincrona, sono i 'tweet' (cinguettii): messaggi non più lunghi di 140 caratteri scambiati in rete attraverso Twitter. Ma mentre gli SMS e i messaggi scambiati attraverso applicazioni di *instant messaging* sono in genere inviati da un mittente a un destinatario o a uno specifico gruppo di destinatari, i tweet sono di norma pubblici, e – a meno che l'autore non imposti il proprio account in modo da renderlo accessibile solo ai propri amici, o indirizzi esplicitamente il tweet a un singolo destinatario – possono essere letti da chiunque abbia accesso al sistema di messaggistica. Questo carattere pubblico ha reso Twitter un sistema particolarmente adatto a tre situazioni specifiche: l'informazione rapida e in tempo reale sull'attualità, la segnalazione e condivisione veloce di contenuti, e la creazione di un 'backchannel' per commenti veloci legati a conferenze, congressi, eventi pubblici. Alla base di questi usi in qualche misura specializzati di Twitter è il meccanismo degli 'hashtag': categorie che descrivono il messag-

Crispin Thurlow – Michele Pof, *Text Messaging*, in *Pragmatics of Computer-Mediated Communication*, cit., p. 163-190.

³⁶ *Bots, the Next Frontier*, in «The Economist» del 9 aprile 2016, <<http://www.economist.com/news/business-and-finance/21696477-market-apps-maturing-now-one-text-based-services-or-chatbots-looks-poised?fsrc=rss>>.

gio attraverso una parola chiave o una sigla, inserite all'interno del messaggio stesso facendole precedere dal segno '#'. Sempre all'interno dei tweet, il segno '@' viene invece utilizzato per la menzione di un altro utente del sistema.

La lettura dei tweet ha tuttavia caratteristiche assai diverse rispetto a quella di altre forme di messaggistica veloce: in un tweet sono infatti frequentemente inclusi link che rimandano a pagine o siti web, o a contenuti multimediali (in particolare video e immagini). Un tweet può certo essere costituito da una battuta fulminante o da una considerazione veloce, ma altrettanto spesso – se non più spesso – non è autosufficiente: costituisce piuttosto un punto di partenza, un suggerimento, e la sua effettiva 'lettura' presuppone la consultazione online di materiali esterni.

Nonostante la brevità del messaggio, dunque, sia le convenzioni che si sono sviluppate attorno a Twitter sia la natura di rimando esterno propria di molti tweet permettono di ottenere un'enorme densità informativa, ma richiedono anche un linguaggio estremamente specializzato, che si allontana non solo dal modello della testualità scritta ma anche da quello del linguaggio parlato. Al lettore-utente di Twitter è quindi richiesta una competenza specifica tutt'altro che banale:³⁷ non a caso la percentuale di utenti di Twitter sotto i 24 anni è solo del 28% rispetto al 57% di Snapchat o al 50% di Kik³⁸.

Da ricordare, infine, che proprio il rapporto fra brevità del

³⁷ Si veda al riguardo la complessa classificazione delle possibili tipologie di tweet – basata su un'articolazione in sottocategorie di sei categorie principali: tweet di conversazione, di condivisione, di informazione (news), di stato, con funzione fatica e di *spam* – proposta in Stephen Dann, *Twitter Content Classification*, «First Monday», 15 (2010), 12, in rete alla pagina <<http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2745/2681>>.

³⁸ Dati GlobalWebindex Q4 2014: Dave Chaffey, *Demographic Use of Social Networks – Age and Gender*, «Smart Insights», 27 aprile 2015, <<http://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/attachment/demographic-use-of-social-networks-age-and-gender/>>.

tweet e capacità di organizzazione complessa dei contenuti attraverso *hashtag*, concatenamento e uso di account anche fittizi è alla base di molti esempi interessanti di collegamento fra il mondo di Twitter e il mondo del libro: è il caso dei molti esempi di 'twitteratura' come TwLetteratura,³⁹ iniziativa italiana di social reading basata sull'uso di Twitter, rivelatasi assai efficace anche in contesti di promozione della lettura a scuola,⁴⁰ e delle innumerevoli iniziative analoghe di riscrittura in tweet dei classici, fino ad arrivare alla vera e propria 'twitterfiction',⁴¹ il cui esempio più noto è indubbiamente quello di *Black Box*, racconto fantascientifico in forma di tweet pubblicato nel 2012 sull'account Twitter del «New Yorker» da Jennifer Egan.⁴² Anche il gruppo di lettura su temi di genere "Our shared self", avviato da Emma Watson, è stato lanciato proprio su Twitter⁴³ (le discussioni sui libri si svolgono invece all'interno di un apposito gruppo Goodreads).⁴⁴

Scambio sincrono di messaggi: chat

La comunicazione sincrona via chat è stata estremamente rilevante negli anni '80⁴⁵ e '90 del secolo scorso, tanto da costituire

³⁹ <<https://www.twletteratura.org/>>.

⁴⁰ Cfr. Iuri Moscardi, *Twitteratura in classe*, «Doppiozero», 30 luglio 2016, <<http://www.doppiozero.com/materiali/sala-insegnanti/twitteratura-in-classe>>.

⁴¹ Cfr. Alison Flood, *Authors Experiment with Twitterfiction*, «The Guardian», 23 ottobre 2009, <<https://www.theguardian.com/books/2009/oct/23/authors-experiment-twitterfiction>>.

⁴² Si veda al riguardo l'intervista a Jennifer Egan di Elena Stancanelli: *Jennifer Egan. Dal quaderno a Twitter. L'evoluzione del romanzo*, su «Repubblica» del 1 giugno 2012, in rete alla pagina <<http://ilmiolibro.kataweb.it/articolo/news/465/jennifer-egan-dal-quaderno-a-twitter-levoluzione-del-romanzo/>>.

⁴³ <<https://twitter.com/emwatson/status/684818280595460096>>.

⁴⁴ <<https://www.goodreads.com/group/show/179584-emma-s-book-club---our-shared-shelf>>.

⁴⁵ Non solo su Internet ma inizialmente anche sui sistemi locali di messaggistica online (Bulletin Board System o BBS).

uno dei temi più direttamente indagati da chi si è occupato delle prime forme di testualità digitale.⁴⁶ Negli anni successivi tuttavia il ruolo dei sistemi di chat tradizionale è progressivamente diminuito,⁴⁷ e le chat – che fino a qualche anno fa hanno avuto un qualche rilievo anche nei sistemi di gioco multiutente – hanno perso moltissimo terreno, sostituite da un lato dai social network, dall'altro dai sistemi di *instant messaging*, dei quali ci siamo appena occupati e che come abbiamo visto consentono di gestire anche comunicazioni in tempo reale. Fra gli eredi della comunicazione testuale via chat sono in qualche misura da annoverare anche i sistemi di interazione multiutente basati sullo streaming video, come Periscope e le molte App basate sullo stesso principio (YouNow, LiveMe...): anche in questi casi, dunque, una parte dell'eredità di uno strumento strettamente testuale viene raccolta da forme di comunicazione multimediale.

Si è osservato spesso come nella comunicazione via chat testuale la scrittura – o la 'screttura' – sia fortemente influenzata dal codice orale e dall'uso di termini gergali,⁴⁸ e – proprio come i colloqui orali – sia scarsamente autosufficiente, proprio per la forte dipendenza dalle informazioni di contesto condivise dai partecipanti. Questo non impedisce però che *corpora* di chat possano conservare un loro interesse specifico: in rete l'archivio *ibiblio* conserva ad esempio le trascrizioni delle chat IRC relative al colpo di stato russo del 1991 (quando un black-out infor-

⁴⁶ Si veda ad es. Christopher C. Werry, *Linguistic and Interactional Features of Internet Relay Chat*, in *Computer-Mediated Communication*, edited by Susan C. Herring, Amsterdam-Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 1996, p. 47-64; John C. Paolillo – Asta Zelenkauskaitė, *Real-time Chat*, in *Pragmatics of Computer-Mediated Communication* cit., p. 109-134. Per un'analisi dell'italiano di chat si veda innanzitutto E. Pistolesi, *Il parlar spedito*, cit., p. 39-114.

⁴⁷ IRC, Internet Relay Chat, il protocollo chat più diffuso, creato nel 1988, fra il 2003 e il 2014 ha perso circa il 60% degli utenti e oltre metà dei suoi canali. Cfr. Wikipedia, voce inglese *Internet Relay Chat*, <https://en.wikipedia.org/wiki/Internet_Relay_Chat>.

⁴⁸ Cfr. E. Pistolesi, *Il parlar spedito*, cit., in particolare p. 44 e ss.

mativo trasformò IRC in uno dei canali alternativi più efficaci per avere informazioni sulla situazione), su alcuni episodi della Guerra del Golfo, o sul terremoto di Northridge del 1994.⁴⁹

Con la sostanziale scomparsa delle chat multiutente si sta dunque perdendo una forma di interazione testuale che aveva caratteristiche di un qualche interesse: nelle chat i vari utenti possono scrivere contemporaneamente e su un piano di assoluta parità, e in alcuni casi questo si rivela sorprendentemente efficiente: ricordo ancora come nella piattaforma *e-learning* utilizzata dalla mia università per l'erogazione di un master online,⁵⁰ che disponeva di un canale audio per l'interazione vocale (apparentemente più immediata), il canale audio era di fatto utilizzato dagli utenti solo per la trasmissione di un sottofondo musicale, mentre l'interazione avveniva esclusivamente via chat testuale. Una scelta che non avevamo previsto, ma perfettamente razionale e comprensibile: questo evitava di dover stabilire turni nel parlare, permetteva di inserire nella comunicazione link e di seguire contemporaneamente più fili del discorso, pur senza perdere la percezione della partecipazione in tempo reale a un'unica conversazione.⁵¹

Siti web e blog

Il World Wide Web è solo uno dei molti servizi disponibili su Internet, ed è nato all'inizio degli anni '90 (il primo sito web fu inserito online nell'agosto 1991), più di vent'anni dopo Arpanet, la rete a partire dalla quale si sarebbe sviluppata Internet. Nonostante questo, l'enorme e rapidissima diffusione del Web lo ha reso per molti utenti quasi indistinguibile da

⁴⁹ <<http://www.ibiblio.org/pub/academic/communications/logs/>>.

⁵⁰ <<http://masterunitus.com/>>.

⁵¹ Queste caratteristiche della conversazione via chat sono ben discusse in Patricia Marks Greenfield – Kaveri Subrahmanyam, *Online Discourse in a Teen Chatroom: New Codes and New Modes of Coherence in a Visual Medium*, «Journal of Applied Developmental Psychology», 24 (2003), 6, p. 713–738.

Internet: spesso, chi parla del Web intende in realtà parlare di Internet nel suo complesso. Nel suo *Radiant Textuality*, uno dei primi studi a considerare in maniera sistematica le caratteristiche della testualità di rete anche alla luce della nascita del Web, Jerome McGann enuncia con grande chiarezza l'enorme ("epocale") discontinuità che il Web stesso ha rappresentato:

This necessity [i.e. of a specific scholarship devoted to digital textuality considered also in its aesthetic dimension] leaped in one's attention in 1993 with the coming of the World Wide Web (W3). Until that epochal moment, digital technology had moved at the margins of literary and humanistic studies [...] A discontinuous historical event occurred during those ten years [1990-2000], and in the course of its unfolding emerged W3.⁵²

Analizzare in maniera minimamente esaustiva le caratteristiche del Web dal punto di vista della testualità e della lettura richiederebbe un lavoro non possibile in questa sede. Mi limiterò qui a ricordare cinque caratteristiche particolarmente rilevanti del Web come ambiente di scrittura e – dimensione che in questa sede ci interessa più direttamente – di lettura:

1. Granularità: le pagine web costituiscono unità testuali di norma piuttosto brevi e assai spesso (anche se non necessariamente) autosufficienti. Anche se incluse in un sito web gerarchico e organizzato, si propongono come unità di lettura almeno parzialmente autonome.
2. Ipertestualità: la possibilità di inserire link e rimandi ipertestuali è una delle caratteristiche distintive del Web, ed è utilizzata in maniera diffusa e pervasiva. Va osservato però che l'ipertestualità propria del Web è di norma di un tipo assai particolare e specifico: i link sono unidireziona-

⁵² Jerome McGann, *Radiant Textuality. Literature After the World Wide Web*, New York, Palgrave, 2001, p. XII.

li (non è detto che nella pagina che raggiungiamo dopo aver seguito un link sia presente un link che ci riporta alla pagina di partenza; anzi, di norma non è così, e per tornare indietro, volendolo fare, utilizziamo altri strumenti, come il tasto 'indietro' del browser), univoci (ogni link porta a una singola pagina di destinazione), non tipizzati (nulla distingue un link dall'altro se non la diversa destinazione e le informazioni ricavabili dalla porzione di testo 'attiva': non possiamo distinguere immediatamente, se non attraverso informazioni di contesto, un link che porta, ad esempio, a contenuti che approfondiscono il tema discusso nella pagina di partenza da uno che porta ad argomenti del tutto diversi). Non vi è dubbio che queste caratteristiche particolari del Web come ipertesto abbiano contribuito a determinarne il successo (per fare solo un esempio, l'unidirezionalità dei link rende possibile indirizzare l'utente verso un sito esterno senza doverne necessariamente informare il responsabile), ma è altrettanto indubbio che – nonostante per gli sviluppatori esista ormai la possibilità di modificarle – continuino a influenzarne fortemente l'organizzazione testuale.

3. Multicodicalità: le pagine web possono includere, e di fatto sempre più spesso includono, accanto alla componente testuale, contenuti visivi (immagini, video) e sonori. Tuttavia, nella maggior parte delle pagine e dei siti web la componente testuale resta essenziale, sia a livello di organizzazione dei contenuti sia per la comprensione del messaggio.
4. Non-stabilità, associata all'assenza di strumenti immediati di verifica delle versioni e dei cambiamenti nel tempo di una pagina. Il contenuto delle pagine web può essere modificato o cancellato dal suo autore in ogni momento e con grande facilità. A differenza, ad esempio, dalle voci di Wikipedia, che permettono di consultare una cronologia delle modifiche e di confrontare versioni diverse della

stessa pagina, la storia delle modifiche di una pagina web non è accessibile all'utente (se non, in forma molto parziale, attraverso strumenti esterni come la WayBack Machine dell'Internet Archive).⁵³ Lo stesso indirizzo web può essere fatto corrispondere, nel tempo, a pagine o siti web completamente diversi fra loro (non persistenza).

5. Forte presenza di elementi distrattivi: in particolare, nella forma di messaggi e *banner* pubblicitari.

Credo che siano soprattutto queste caratteristiche a determinare le caratteristiche della lettura in ambiente web: una lettura spesso frammentata e non lineare,⁵⁴ fortemente orientata al movimento orizzontale da una pagina all'altra, multicodicale. La modalità dello *skimming*, dello scorrimento veloce delle informazioni, così caratteristica della lettura online, sembra a sua volta influenzata da queste caratteristiche di base della testualità su Web,⁵⁵ e la pervasività del modello web può contribuire a estendere queste modalità di lettura anche ad altri ambienti digitali.

Va notato, peraltro, che nessuna di queste caratteristiche è di per sé necessariamente collegata alla testualità digitale: un testo digitale può benissimo essere non granulare (la maggior parte degli e-book non lo è, o almeno non più di quanto non avvenga nella testualità tradizionale), non ipertestuale (o ipertestuale in forme diverse rispetto al Web), non multicodicale, stabile (o con una buona gestione delle differenze di versione), non distrattivo. Questo suggerisce che al lavoro sul 'design del-

⁵³ <<https://archive.org/web/>>.

⁵⁴ «The screen-based reading behaviour is characterized by more time spent on browsing and scanning, keyword spotting, one-time reading, non-linear reading, and reading more selectively, while less time is spent on in-depth reading, and concentrated reading», Ziming Liu, *Reading Behaviour in the Digital Environment: Changes in Reading Behaviour Over the Past Ten Years*, «Journal of Documentation», 61 (2005), 6, p. 700-712.

⁵⁵ Per una interessante discussione di queste tematiche si veda Terje Hillesund, *Digital Reading Spaces: How Expert Readers Handle Books, the Web and Electronic Paper*, «First Monday», 15 (2010), 4.

la lettura' in ambiente digitale possa e debba essere attribuita una importanza maggiore: forme diverse di testualità possono suggerire diverse tipologie di design degli strumenti, delle interfacce, dell'esperienza stessa di lettura.

Del resto, lo stesso World Wide Web rappresenta ormai più un ecosistema testuale complesso che un modello univoco. La possibilità di distinguere al suo interno modelli testuali specifici, come quelli rappresentati dai blog o dalle molte e diverse piattaforme di produzione e condivisione dei contenuti (inclusi i social network), ne è chiara testimonianza.

Proprio i blog meritano forse in questo contesto una qualche attenzione. La loro organizzazione ha profonde radici nella tradizione testuale precedente, e in particolare in due forme testuali assai diffuse: il diario e l'articolo di giornale o rivista. Si tratta di siti web realizzati utilizzando uno strumento di gestione dei contenuti (CMS – Content Management System) che semplifica l'operazione di inserimento di testi in rete da parte dell'utente, organizzandoli in maniera automatica sulla base di un layout grafico (*template*) prefissato. I CMS utilizzati per realizzare un blog sono ormai piuttosto sofisticati nelle funzionalità offerte, ma restano di uso abbastanza semplice; gestiscono contenuti organizzati in messaggi (post) ciascuno dei quali accompagnato da un titolo, una data e un'ora di inserimento, un autore (la maggior parte dei blog ha un singolo autore, anche se è spesso possibile per i lettori aggiungere commenti), e un insieme di altre caratteristiche sulle quali non ci soffermiamo in questa sede.

Questa struttura ricorda immediatamente quella di un diario, e del resto lo stesso nome 'weblog' potrebbe essere tradotto come 'diario su web'. La forma-diario costituisce così un riferimento per numerosi blog, soprattutto quelli con una impostazione fortemente narrativa, che pongono al centro del loro interesse l'autore e le sue reazioni e riflessioni sugli avvenimenti del giorno, personali e pubblici. Ma non tutti i blog hanno una natura immediatamente diaristica. In effetti, i blog possono avere fun-

zioni assai diverse: possono costituire una palestra di ‘personal journalism’, e in questo caso il riferimento – rispetto al quale valutare sia gli elementi di continuità sia quelli di innovazione – è il giornalismo su carta; o una funzione di rassegna e segnalazione (di siti web, di libri, di dischi...), e il riferimento più immediato diventa allora la forma-recensione; o una funzione organizzativa e progettuale, avvicinandosi a una raccolta di documenti e ‘report’ di lavoro articolata in questo caso spesso attorno a più autori anziché attorno a un autore singolo; o ancora una funzione informativo-promozionale sulle novità relative a un’azienda o un prodotto, producendo una sorta di newsletter aziendale.

È insomma difficile, al di là della comune struttura basata su una successione cronologica di post relativamente brevi, identificare un modello singolo e uniforme di ‘scrittura di blog’, anche perché fra le tipologie sopra ricordate sono naturalmente possibili (e anzi frequenti) ibridazioni e contaminazioni di ogni genere. A questa pluralità di scopi e funzioni corrisponde dunque l’uso di una grande varietà di registri linguistici diversi,⁵⁶ accomunati però di norma da livelli piuttosto alti di complessità sintattica e di competenza lessicale: nel blog non sono frequenti abbreviazioni e forme colloquiali, il modello è di norma quello della scrittura argomentativa e non quello dell’oralità.

Proprio i blog, che trasferiscono in rete le forme di testualità legate alla scrittura di un ‘pezzo’ relativamente breve e – pur nella successione dei post – di norma conchiuso e autosufficiente, e che si propongono dunque come qualcosa di abbastanza simile a ‘testate’ editoriali, rappresentano forse la forma di scrittura di rete in cui il rapporto di relazioni e differenze con la scrittura tradizionale è più stretto e nel contempo più articolato. Non a caso il mondo dei blog interagisce in maniera diretta e continua con i media tradizionali (e in particolare con il mondo della car-

⁵⁶ Cfr. Mirko Tavosanis, *Linguistic Features of Italian Blogs: Literary Language*, in: *Proceedings of the Workshop on New Texts. Wikis and Blogs and Other Dynamic Text Sources*, East Stroudsburg, EACL, 2006, p. 11-15.

ta stampata e del giornalismo radiotelevisivo), riprendendone e commentandone spesso le notizie o, al contrario, alimentandolo con osservazioni e segnalazioni nate in rete.

Anche nel caso dei blog, tuttavia, agli aspetti di continuità con forme di testualità più tradizionali si accompagnano importanti differenze e innovazioni. La più rilevante è nel fatto che i weblog e i loro post fanno pienamente parte della rete di rimandi e collegamenti che costituisce il Web. I rimandi da un weblog all'altro, e dai singoli blog e post ad altre risorse di rete, sono quindi frequentissimi, e danno vita a una vera e propria ragnatela di riferimenti incrociati ('blogosfera').

La scrittura di blog, forse più dello stesso giornalismo professionale su Web, è sembrata almeno per un certo periodo porsi in diretta continuità con una delle funzioni più rilevanti del giornalismo tradizionale, quella di strumento per eccellenza di formazione e di espressione dell'opinione pubblica. Una funzione che i blog paiono tuttavia aver perso negli ultimi anni a favore dei social network, l'ultima forma di testualità digitale che discuterò brevemente in questa sede.

I social network

Sempre più diffusi, e non più solo fra un pubblico adolescente, i social network (Facebook ne è il modello più popolare e diffuso,⁵⁷ anche se non certo l'unico) rappresentano uno stru-

⁵⁷ Secondo la più recente ricerca del Pew Research Center sulla demografia degli utenti di social media, ben il 72% della popolazione statunitense online utilizza Facebook (una diffusione che sembra abbastanza uniformemente distribuita per fasce di età; fra gli adolescenti, la percentuale è sostanzialmente analoga a quella degli utenti adulti); Pinterest, secondo in questa classifica, ha una percentuale di utenti di ben 41 punti inferiore. Va anche notato che il 70% degli utenti statunitensi di Facebook usa il social network almeno una volta al giorno. La media di contatti per ogni utente è di 145. Maeve Duggan, *The Demographics of Social Media Users*, Pew Research Center, 19 agosto 2015: <<http://www.pewinternet.org/2015/08/19/the-demographics-of-social-media-users/>>, e A. Lenhart, *Teens, Social Media & Technology Overview 2015*, cit.

mento per la gestione di relazioni interpersonali, permettendo al singolo utente di costruire una rete di contatti e di utilizzarla fondamentalmente per due scopi: creare un flusso (*feed*) di informazioni relativamente alle proprie attività, in un formato che ne consente la raccolta e visualizzazione da parte delle persone con cui si è in contatto sul sistema, e aggregare e visualizzare gli analoghi flussi informativi provenienti dai propri contatti.

Questi flussi informativi sono composti da contenuti eterogenei, dipendenti dalla tipologia del singolo social network: nel caso di Facebook si tratta di brevi messaggi 'di stato', in cui l'utente descrive quel che sta facendo, esprime un'opinione su un fatto di attualità, segnala o condivide un contenuto; ma anche messaggi generati automaticamente dalle applicazioni che usiamo (esempio dell'intervento diretto di agenti software nella produzione di contenuti informativi).

La gestione dei social network tende sempre più ad allargarsi all'uso di strumenti di comunicazione mobile, come gli smartphone, che permettono di visualizzare e aggiornare in tempo reale sia il flusso informativo proveniente da noi, sia quello relativo ai nostri contatti. E proprio la lettura su smartphone di contenuto proveniente da social network come Facebook costituisce il singolo fenomeno in più rapida espansione nel contesto delle nuove abitudini di lettura in ambiente digitale.⁵⁸

Quali sono le caratteristiche specifiche della testualità e della lettura sui social network? Innanzitutto, è interessante notare che il tempo impiegato nel leggere contenuto prodotto da altri è in media superiore a quello impiegato nell'inserire contenuto

⁵⁸ La ricerca comScore 2016 *Cross-Platform Future in Focus* mostra come negli Stati Uniti quasi l'80% del tempo speso su social network sia oggi da dispositivi mobili; il tempo medio mensile di uso di Facebook si avvicina ormai alle 20 ore, un dato enormemente superiore a quello di qualunque altro social network. Greg Sterling, *Nearly 80 Percent of Social Media Time Now Spent on Mobile Devices*, in *MarketingLand*, 4 aprile 2016, <<http://marketingland.com/facebook-usage-accounts-1-5-minutes-spent-mobile-171561>>.

proprio.⁵⁹ I social network sono dunque indubbiamente una piattaforma di ‘scrittura’, ma in cui la componente di lettura e fruizione dei contenuti altrui rimane superiore rispetto a quella di scrittura e di produzione di contenuti: una caratteristica che avvicina i social network al resto del Web e li differenzia dai sistemi di *instant messaging*, in cui produzione e fruizione dei contenuti tendono ad avere lo stesso peso, e sono di fatto quasi impossibili da distinguere.

In secondo luogo, come dimostra ampiamente il meccanismo dei ‘like’ e dei commenti, social network come Facebook sono evidentemente luoghi di testualità sociale e relazionale, in cui la lettura e la fruizione di contenuti è sempre in qualche misura emotivamente connotata e immersa in un contesto conversazionale.⁶⁰ “Leggere”, su Facebook, vuol dire dunque anche partecipare a una conversazione che, grazie alla possibilità dei ‘nested comments’ e dunque di rispondere non solo a livello di post ma anche di singoli commenti, può assumere anche un carattere articolato e argomentativo. Ovviamente, non tutti gli utenti utilizzano (o utilizzano abitualmente) i commenti con questa funzione, ma la possibilità c’è, e contribuisce a spiegare il ruolo che Facebook sta progressivamente assumendo – pur con i limiti propri delle situazioni di ‘filter bubble’⁶¹ – anche come strumento di formazione dell’opinione pubblica.

In terzo luogo, non vi è dubbio che almeno alcune delle

⁵⁹ Cfr. Tiffany A. Pempek – Yevdokiya A. Yermolayeva – Sandra L. Calvert, *College Students’ Social Networking Experiences on Facebook*, «Journal of Applied Developmental Psychology», 30 (2009), 3, p. 227–238.

⁶⁰ Cfr. Laura E. West, *Responding (or not) on Facebook: A Sociolinguistic Study of Liking, Commenting, and Other Reactions to Posts*, Dissertation submitted to the Faculty of the Graduate School of Arts and Sciences of Georgetown University, 14 ottobre 2015, in rete all’indirizzo <https://repository.library.georgetown.edu/bitstream/handle/10822/1029899/West_georgetown_0076D_13102.pdf>.

⁶¹ Cfr. Eli Pariser, *The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think*, New York, The Penguin Press, 2011.

caratteristiche di cui si è parlato poc'anzi a proposito della testualità su Web – e in particolare granularità, multicodicalità, tendenza alla navigazione orizzontale, distrattività – siano presenti nell'ecosistema testuale dei social network, e lo siano in forma ancor più accentuata. A contrastare almeno in parte questa tendenza sono alcuni strumenti che aiutano a organizzare i post: su Facebook è il caso soprattutto della *timeline*, introdotta nel 2011 e che permette un superamento almeno parziale della granularità attraverso la trasformazione della propria pagina in una sorta di 'storia personale'.⁶²

Ovviamente gli elementi che abbiamo qui brevemente sintetizzato sono ben lontani dall'offrire un quadro completo delle caratteristiche dei social network come ambienti di scrittura e lettura: indicano però l'interesse specifico che anche queste province – sempre più rilevanti – dell'ecosistema digitale hanno se vogliamo comprendere l'evoluzione più recente della lettura online.

Conclusioni

In questo lavoro mi sono soffermato soprattutto sulla lettura 'fuori dal libro' all'interno dell'ecosistema digitale, cercando di mapparne almeno sommariamente alcune tipologie attraverso un'analisi delle principali forme di testualità online.

Personalmente non credo affatto che la forma libro sia di per sé messa in discussione o sostituita da queste tipologie di testualità digitale, e sono convinto che continuerà anche nell'ecosistema digitale la sua evoluzione. Ma sempre più spesso la lettura di libri (cartacei o elettronici che siano) si affianca, si intreccia, viene in qualche misura influenzata e contaminata da altre tipologie di lettura e di testualità, e di questa contamina-

⁶² Cfr. José van Dijck, *'You Have One Identity': Performing the Self on Facebook and LinkedIn*, «Media Culture Society», 35 (2013), 2, p. 199-215.

zione è indispensabile essere consapevoli. Gli stessi indicatori che utilizziamo oggi per misurare la propensione alla lettura, quali il numero di libri letti in un anno o la percentuale di popolazione che ha letto almeno un libro nel corso dell'ultimo anno, sono probabilmente inadatti a rappresentare le abitudini di lettura caratteristiche dell'era del digitale e delle reti, e sarebbero oggi da ripensare.