

Zeitschrift: Quaderni grigionitaliani
Herausgeber: Pro Grigioni Italiano
Band: 83 (2014)
Heft: 1: L'italiano tra passato e presente : l'Accademia della Crusca in Val Bregaglia (2012-2013)

Artikel: I giovani e le nuove tecnologie
Autor: Gheno, Vera
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-583730>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 06.05.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

VERA GHENO

I giovani e le nuove tecnologie

Da sociolinguista interessata in maniera particolare alla comunicazione mediata dal computer e ai linguaggi giovanili, lavorare con i giovani – nel mio caso, studenti universitari del triennio – rappresenta un’opportunità preziosa. Pur avendo un punto d’osservazione privilegiato su queste realtà, devo tuttavia fare i conti con un limite fisiologico del mio lavoro: gli ambiti di cui ho scelto di occuparmi mutano incessantemente e con una tale velocità da rendere qualsiasi studio sull’argomento obsoleto in partenza. È come ritrovarsi a inseguire a piedi un treno in corsa.

Sia i linguaggi giovanili che le lingue delle nuove tecnologie suscitano, nel largo pubblico, reazioni spesso negative: è strutturale, infatti, che le generazioni precedenti non comprendano quelle successive, e quindi osservino con sospetto e sconcerto il loro modo di comunicare; volgendo lo sguardo ai cambiamenti linguistici innescati dai nuovi canali di comunicazione telematica si può parimenti osservare che, fuori dai contesti specialistici, se ne parla quasi sempre in maniera critica, come se fossero il segnale di un processo di decadenza linguistica¹. E perfino i giovani stessi, soprattutto i rappresentanti di una certa élite culturale, se intervistati sull’argomento, parlano con un certo disprezzo delle nuove tecnologie, come testimoniano le interviste dei finalisti alle Olimpiadi di Italiano, la cui ultima fase si è disputata a Firenze a fine aprile 2013².

Studiare la lingua dei giovani comporta automaticamente occuparsi di nuove tecnologie: non è un caso che, tra i miei studenti, quasi il 100% possieda un cellulare, spesso uno *smartphone*, e sia titolare di un profilo su *Facebook*, il social network più noto e più usato in Italia³.

La prima osservazione da fare, quando si parla di linguaggi giovanili, è di tipo anagrafico: la fase giovanile sta subendo un allargamento sia verso il basso che verso l’alto. In altre parole, si esce sempre più precocemente dall’infanzia (anche a causa di una genderizzazione precoce e una socializzazione ipertrofica e prematura, spesso indotte proprio dai media) per entrare in una (pre)adolescenza che poi, però, si estende ben oltre la *teenage* ufficiale. Questo comporta un corrispondente ampliamento

¹ Questa sensazione di decadenza è perfettamente normale, e la spiega con chiarezza Lorenzo Renzi: «nella gran parte dei casi, la forma innovativa, che incalza e si prepara (magari nel giro di qualche secolo) a scalzare quella precedente, è percepita come un “errore”, cioè come una violazione del buon uso. [...] L’aspetto che assume per il parlante il cambiamento linguistico è quello di una progressiva avanzata di errori, con il risultato della sensazione di una “decadenza” della lingua» (L. RENZI, *Come cambia la lingua. L’italiano in movimento*, Bologna, Il Mulino, 2012, p. 39).

² Cfr. “Le chat no...Gli sms? Che disastro”. *Ecco i piccoli campioni del vocabolario*, da Repubblica Firenze, 27/4/2013, <http://bit.ly/12Alzry>.

³ Cfr. Socialbakers, <http://bit.ly/1mM7awe>: i dati aggiornati al 1° maggio 2013 danno 23.379.560 iscritti, che rappresentano il 38,75% della popolazione italiana e il 71,93% della popolazione online, ovvero che usa Internet; dati che pongono l’Italia all’11° posto assoluto per numero di utenti del social network.

nell'impiego di almeno parte degli stilemi del linguaggio giovanile⁴. Se per i giovani si parla spesso di *linguaggi della tribù*, va ricordato che il senso di appartenenza tribale permane, spesso, anche oltre i trent'anni. Questo rimescolamento linguistico generazionale è del resto favorito proprio dai nuovi mezzi di comunicazione, che giustificano l'impiego di un certo tipo di lingua a bassa formalità, destrutturata, anche in contesti in cui prima era insolito incontrare simili fenomeni linguistici.

Si usa spesso l'espressione *nativi digitali* per indicare le nuove generazioni, sottintendendo che, in qualche modo, essere nati dopo il 1990 implichi una specie di competenza istintiva nell'uso delle nuove tecnologie e dei nuovi mezzi di comunicazione. Ciononostante, è interessante rilevare che essere un nativo digitale non comporta per forza essere anche un *alfabetizzato digitale*. Mentre le generazioni precedenti si possono trovare a disagio se poste davanti a certe innovazioni (cito, tra tutte, la tecnologia del *touch screen*), i giovani d'oggi sicuramente dimostrano di avere una maggiore familiarità e capacità di adattamento tecnologico; tuttavia, l'uso che essi fanno (e la conoscenza che hanno) di molti strumenti a loro disposizione da sempre (come per esempio il web), appare non di rado superficiale.

Ecco due esempi da me raccolti: i più giovani non sanno da dove derivi l'acronimo LOL (*laughing out loud* 'scoppiare rumorosamente a ridere'), usato per indicare la risata in molti contesti come le chat, la messaggistica istantanea o gli SMS, anche se lo impiegano profusamente anche nella versione di verbo italianizzato *lollare*⁵. La competenza linguistica specifica c'è, ma pare mancare di una riflessione diacronica. E parlando proprio di web: molti ragazzi sono talmente abituati a usare Google come punto di partenza della loro navigazione in rete che, dovendo digitare l'indirizzo di un sito web, tendenzialmente lo scriveranno non nella barra delle URL del browser ma direttamente nella finestra del motore di ricerca; senza, tuttavia, avere coscienza dei meccanismi di funzionamento di Google⁶, e quindi con il rischio di non trovare quello che cercano. Le stesse riflessioni possono essere allargate all'uso dei media sociali: è vero che praticamente il cento per cento dei ragazzi universitari con cui entro in contatto ha Facebook, ma sono molto meno coloro che sanno esattamente come sistemare le impostazioni di riservatezza del loro profilo per evitare fastidiosi inci-

⁴ Lo osservava Sabina Canobbio nel 2005: «Un'altra tendenza (...) è quella della più lunga durata di uno stile comunicativo giovanile, legata all'ormai evidente prolungarsi di un'età definibile come "giovanile"» (*Dalla "lingua dei giovani" alla "comunicazione giovanile"*, in Fabiana Fusco-Carla Marcato (a cura di), *Forme della comunicazione giovanile. Atti del Convegno di Udine (8 maggio 2003)*, Roma, Il Calamo, p. 325; ancor prima, lo aveva già segnalato Emanuele Banfi nel 1994, chiamandolo *sindrome di Peter Pan* (p. 153 di *Linguaggio dei giovani, 'linguaggio giovanile' e 'italiano dei giovani'*, in T. De Mauro, a cura di, *Come parlano gli italiani*, Scandicci, La Nuova Italia, pp. 149-256).

⁵ Proprio di recente, il professore americano John McWhorter notava che anche in lingua inglese LOL viene sempre più spesso usato come generico segnaposto "umorale" piuttosto che acronimo per indicare la risata. Un esempio di come la lingua inviata sia in perenne mutamento (cfr. <http://edition.cnn.com/2013/04/30/opinion/mcwhorter-lol>).

⁶ Il motore di ricerca opera su una "istantanea" del web che di norma viene aggiornata settimanalmente, non direttamente sul web. Questo comporta che a volte la situazione di un sito è cambiata rispetto all'ultima volta che è stato indicizzato, o che siti che per un motivo o l'altro sono stati esclusi dall'indicizzazione non compaiano proprio nella ricerca.

denti⁷: infatti, una delle azioni che invito sempre a compiere è di fare dell'*egosurfing*, ovvero di ricercare se stessi in rete, per vedere quante e quali informazioni personali sono visibili a tutti.

Se si elencano le caratteristiche dei linguaggi giovanili, si nota immediatamente che sono le stesse che si indicano per i nuovi media: una base di italiano neostandard, quindi a bassa formalità, l'uso dell'inglese e di altre lingue, spesso in maniera completamente stereotipata, la presenza di fonosimboli di derivazione fumettistica, le tachigrafie (come *cmq* o *nn* per *comunque* e *non*), gli acronimi, l'uso delle *emoticon* o *faccine*, la *coprolalia* (che a molti non manca di fare un certo effetto nello scritto) e una generale tendenza al gioco linguistico, con la nascita continua di occasionalismi, ovvero parole usate solo per un breve lasso di tempo.

Prima di Facebook, Twitter, SMS e simili, all'incirca gli stessi fenomeni si ritrovavano su muri, banchi, zaini, caschi, parabrezza di motorini, agende Smemoranda gonfiate e deformate all'inverosimile⁸. Adesso i giovani hanno trasportato questi vezzi comunicativi nel mondo 2.0, "contaminando" anche le generazioni intorno: non è raro trovare un cinquantenne che infila qualche *k* in un SMS (ovviamente informale!). E tutto questo non è male, ma anzi, segno di una grande vitalità della nostra lingua. Il fatto che essa sia in grado di adattarsi ai nuovi mezzi di comunicazione è, insomma, positivo.

Va tutto bene, dunque? E soprattutto, da persone che si occupano di educazione: che cosa occorre fare, davanti a questa evoluzione (o involuzione, per alcuni) della comunicazione?

Sicuramente, questi usi linguistici non vanno considerati in maniera negativa *tout court*. O meglio: non vanno considerati negativamente finché non finiscono travasati in contesti ai quali non appartengono. Non si può ritenere sbagliato un SMS tra due amici in cui è scritto *se lo sapevo non venivo* (e anzi, sarebbe un po' strano, insolito, inadatto al mezzo se nell'SMS fosse scritto *se l'avessi saputo non sarei venuto*); è grave, invece, qualora il congiuntivo non venisse usato in un contesto più formale, in cui sarebbe la sua assenza a stridere⁹.

Come è ben noto, nella società d'oggi, soprattutto tra le giovani generazioni, c'è una netta tendenza verso l'uso di una *monovarietà passepartout*, impiegata in maniera indipendente dal contesto comunicativo, che alla lunga riduce il ventaglio di competenze linguistiche del singolo. Lo scriveva già Alberto Sobrero nel 2003: «quando si fa notare a un ragazzo che *menare le mani* non è un'espressione adatta a un articolo di giornale o a un verbale di polizia, la sua reazione – se non è di compunzione servile – è di sincero stupore. Per lui – o lei – si dice e si scrive "menare le mani":

⁷ Non solo la possibilità che un genitore, o un docente, legga cose che non dovrebbe leggere; si pensi alla morbosità dimostrata da un certo tipo di giornalismo nei confronti dei profili sociali di persone implicate in fatti di cronaca, crimini ecc.

⁸ E i giovani non hanno mai smesso di scrivere: si cfr. sul tema anche il volume di CLAUDIA DINALE, *I giovani allo scrittoio*, Padova, Esedra, 2001.

⁹ Ed è giusto ricordare che, alla fine, ciò che fa diventare grave un errore linguistico, è la sanzione sociale che esso provoca; non a caso, Serianni rileva l'esistenza di un «comune senso del pudore linguistico» regolato da leggi, ma suscettibile a cambiamenti nel corso del tempo (L. SERIANNI, *Prima lezione di grammatica*, Bari, Editori Laterza, 2006, pp. 40-41).

sempre, dovunque e con chiunque»¹⁰. Mirko Tavosanis ripropone un concetto coniato da Naomi Baron nel 2008, quello di *whateverismo linguistico*, ovvero una certa indifferenza nei confronti della correttezza linguistica e comunicativa¹¹.

Paradossalmente, siamo nella società dell'informazione, ma un terzo degli italiani risulta essere a rischio alfabetismo¹². Il declino delle capacità comunicative ne è una spia abbastanza allarmante.

Cosa possiamo fare da docenti, da formatori, da adulti, per arginare il fenomeno? Da una parte, occorre scendere a patti con il fatto che sono in atto cambiamenti importanti a livello cognitivo: l'informazione corre sempre più veloce ed è sempre più parcellizzata. Siamo immersi in un flusso di stimoli cognitivi pressoché continuo, ma questo fa disperdere la nostra attenzione. Diventiamo meno bravi a collegare le singole pillole di conoscenza. Conosciamo di più ma in maniera più disordinata. Questo non è un limite dei giovani, ma un cambiamento che coinvolge tutta la società: gli effetti collaterali della società dell'informazione, insomma.

Su una cosa, invece, occorre insistere: insegnare alcuni concetti fondamentali, come il fatto che la conoscenza linguistica si deve formare per aggiunta, e non per sostituzione, e che quindi non c'è niente di male nell'usare acronimi, abbreviazioni, faccine nei *contesti giusti*. E al contempo ribadire che esistono tante differenti situazioni comunicative, e che ognuna di esse richiede l'impiego di una varietà specifica di lingua. Come, del resto, esige anche comportamenti extralinguistici (prossemica, gestualità, abbigliamento) differenziati.

Infine, è necessario far comprendere ai ragazzi l'importanza che ha, nella società dell'informazione, *l'informazione* stessa, anche – o forse soprattutto – quella personale: devono essere loro a definire la loro identità 2.0, la loro *online persona*, come dicono gli inglesi, e di conseguenza imparare a impiegare correttamente tutti i mezzi per difendere i loro dati privati, sia nella vita reale che nella vita virtuale: non tutti sanno, per esempio, che oggi molte aziende raccolgono informazioni sui candidati a un posto di lavoro proprio digitando il nome e cognome di una persona nei motori di ricerca: quanto vogliamo, insomma, che di noi si sappia in rete?

¹⁰ A. A. SOBRERO, *Nell'era del post-italiano*, in «Italiano & Oltre» 18, 2003, 5, pp. 272–277.

¹¹ Cfr. M. TAVOSANIS, *L'italiano nel web*, Roma, Carocci, 2012, p. 94.

¹² Lo dicono molti studi e lo dice, soprattutto e da molti anni, Tullio de Mauro. Del 2008 è il suo articolo *Analfabeti d'Italia*, ma «Il Messaggero» pubblicava nel 2012 un estratto di una lunga intervista pubblicata sulla rivista «Il Mulino», sempre dello stesso tenore: <http://bit.ly/Vnyfhl>.