

Ritorno alle origini. Le parole sono importanti?

di Vera Gheno

Pare che il presente sia l'era del *visual*. Si sente spesso dire che un'immagine vale mille parole, ma anche che i "giovani", trasferitisi prima su Instagram poi su TikTok, hanno *de facto* rinunciato all'uso delle parole a favore di foto e video. Poi però accade che una foto scelta con poca accuratezza provochi un disastro mediatico. Ne abbiamo numerosi casi: dal contestatissimo maglione di H&M con la scritta *coolest monkey in the jungle* fatto indossare a un bambino di colore (Thomas, 2018) all'immagine della nazionale femminile di pallavolo, arrivata seconda ai Mondiali, in cui la bottiglia di acqua dello sponsor copre "casualmente" proprio le due giocatrici di origine africana (Pinna, 2018). In questi casi, il danno viene riparato ricorrendo a uno strumento più antico, evidentemente più funzionale, più preciso: le parole; fiumi di parole, per l'esattezza.

La competenza della parola è centrale, per l'essere umano. La parola ha anche la capacità di adattarsi alle nostre esigenze, che possono variare nel tempo. L'adattamento è continuo ed è il segnale di una lingua sana. Scrive David Foster Wallace in un bel saggio che si occupa di lingua:

La lingua è stata inventata per servire certi scopi specifici: "Quel fungo è velenoso"; "Se batti insieme queste due pietre puoi accendere un fuoco"; "Questo riparo è mio!" e così via. È evidente che, poiché le comunità linguistiche si evolvono nel corso del tempo, esse scoprono che certi modi di usare la lingua sono migliori di altri – non migliori a priori, ma migliori relativamente agli scopi della comunità. (Wallace, 2005)

Quel "non migliori a priori" deve farci riflettere: deve ricordarci che la lingua cambia, e che abbracciarne il cambiamento non solo come inevitabile, ma come naturale, è fondamentale. Ma prima di vedere alcuni dei mutamenti più evidenti degli ultimi tempi, occorre fare un passo indietro e riflettere sugli scopi per i quali usiamo la nostra competenza comunicativa, così complessa, così unica, che permette a noi, unica specie tra tutti gli animali, di esprimere non solo il presente, ciò che è cogente, ma anche il passato e il futuro, tutto ciò che non è immanente (Faloppa, 2019).

Prima di tutto, con la parola esprimiamo noi stessi. Viviamo compiendo costanti atti di identità (Le Page, Tabouret-Keller, 1985), la maggior parte dei quali è involontaria (come quando esibiamo un accento regionale, che possiamo minimizzare con l'esercizio, ma quasi mai nascondere del tutto); una parte invece è volontaria (per esempio, la scelta di usare determinate parole e non altre: più volontarietà c'è in questa scelta, migliore sarà il nostro controllo sulla nostra stessa comunicazione e anche sulla nostra *performance*).

Secondariamente, comunichiamo con gli altri, giacché l'atto di identità di cui sopra è compiuto all'interno della società di cui facciamo parte, volenti o nolenti. L'uomo è un animale sociale, anche quando non vorrebbe esserlo, e per la sua vita la parte relazionale è importantissima. Dunque, quell'atto identitario personale diventa un atto identitario collettivo, attraverso il quale si identificano i membri e i confini della propria tribù e, di conseguenza, anche gli estranei a essa; e per quanto possiamo pensare di avere superato logiche di una certa natura, la nostra comunicazione serba ancora molte caratteristiche tribali, magari con la differenza, rispetto al passato, che solitamente facciamo parte in contemporanea di molte tribù, dai confini non sempre del tutto definiti: la famiglia, il gruppo di lavoro, la classe, gli amici, ecc.

In terzo luogo, la parola ci serve per descrivere la realtà. È il nostro mezzo per comprenderla e interpretarla. È evidente quindi che non solo la realtà influisce sulla lingua (la quale avrà bisogno di termini nuovi per definire cose nuove), ma anche che la lingua influisce sulla realtà. Senza scomodare l'ipotesi Sapir-Whorf (Ghenò, 2019a), da tanti considerata superata, basta notare che chi conosce poche parole avrà difficoltà a dipingere la realtà con pennellate precise, perché avrà meno colori a disposizione.

Dunque, a una realtà mutata corrispondono parole inedite: il passaggio alla *online* (Floridi, 2015), una vita in cui online e offline sono vissuti in continuità, non in opposizione e nemmeno in contiguità, ha accelerato il processo portando, ad esempio, alla proliferazione di neologismi, come *selfie* o *taggare*, e risemantizzazioni funzionali, come il nuovo significato di *amicizia* provocato da Facebook, ed entrato nello Zingarelli nell'edizione 2019 (Zanichelli, 2019).

Oltre a questa necessità di "seguire" la realtà, la parola viene modificata dal passaggio online: innanzitutto, si ritrova *nuda*, senza l'ausilio del corpo, delle espressioni del viso, della gestualità, della prossemica, insomma di tutti gli elementi extralinguistici che ne rendono più chiaro il senso. Dopodiché, la parola in rete è perlopiù scritta, diventando così facilmente riproducibile e pressoché eterna; per questo vale, o forse pesa, il doppio. Un insulto lanciato a voce fa male, ma svanisce nell'aria; un insulto messo per iscritto in un momento di perdita della lucidità può invece diventare immortale, essere ritirato fuori alla bisogna anche dopo moltissimo tempo; può diventare, insomma, una vera e propria croce da portare per anni e anni.

Se alla potenziale pericolosità della parola nell'iperconnessione uniamo un altro dato incontrovertibile, e cioè il lasso di tempo breve passato da quando noi italiani abbiamo iniziato a manipolare l'italiano come nostra reale lingua d'uso, è facilmente comprensibile come il mix sia esplosivo. Una lingua immobile per secoli e secoli, conservatasi pressoché uguale a sé stessa, inizia a mutare di colpo dagli anni Sessanta del Novecento, per di più con una mostruosa accelerazione negli ultimi decenni – o forse soprattutto l'ultimo – a causa delle sempre più veloci innovazioni tecnologiche che hanno toccato soprattutto il campo della comunicazione (Ghenò, 2017 e Ghenò 2019a). Una conoscenza

traballante della propria lingua madre, polarizzata tra gli estremi dello “sco-lastichese” e della lingua “della strada”, si trova alle prese con una situazione comunicativa di una complessità difficile da intuire e da percepire.

Nonostante le sue fragilità, l'italiano è riuscito ad adattarsi ai nuovi media, con effetti affascinanti da osservare, se si è di vedute sufficientemente ampie. In quello che Antonelli chiama *e-taliano* (2018), che sarebbe l'italiano elettronico, è difficile trovare delle costanti, perché ogni canale ha le sue peculiarità; Antonelli stesso parla di *e-taliano con i suoi dialetti*, sottintendendo che sarebbe un errore considerarlo come una varietà unica e uniforme, quando invece è un insieme di varietà accomunate dalla mera dimensione diamesica. Ciononostante, si possono individuare alcuni tratti che ricorrono in particolar modo nei contesti più informali.

Intanto, consideriamo la base: è un *parlato-scritto* che per Antonelli è il *primo vero italiano scritto completamente informale*; comunque lo si classifichi, la sua caratteristica è di presentare molti degli aspetti che già negli anni Novanta venivano notati per il cosiddetto *italiano neostandard* (Berruto, 1987), confinato all'epoca soprattutto a contesti parlati. Niente di particolarmente nuovo, ma magari insolito per la dimensione scritta. Troviamo quindi frasi come *se lo sapevo non venivo*, dislocazioni a destra e a sinistra, anacoluti, presente usato al posto del futuro, imperfetto di cortesia, pleonasmi come *a me mi* e così via.

Procedendo, ha un ruolo rilevante l'inglese, presente in almeno quattro sottovarietà diverse: l'inglese dell'informatica, quello delle tecnologie di connessione e quello dei social network, e per finire quello usato per puro *divertissement* linguistico. Mentre nelle prime tre categorie il suo impiego è giustificato, qualche perplessità in più può destarla il ricorso agli anglismi nella quarta categoria, perché talvolta sono il segno di una innecessaria pedissequità linguistica e culturale. L'inglese usato come vezzo non sempre “fa figo”, al contrario mostra il nostro provincialismo. Dunque, mentre *screenshot*, *taggare*, *selfie*, *spoiler* o *whatsappare* possono avere un senso (sono tutti concetti che in italiano vanno resi tramite circonlocuzioni), dovremmo continuare a guardarci dai vari *know how* e *reason why*.

Nella lingua della rete trovano posto anche alcuni elementi dialettali. In alcuni casi, il dialetto serve per rivendicare la propria appartenenza territoriale – non per forza con pulsioni separatiste, quanto piuttosto per rimarcare l'appartenenza a una tribù, magari fisicamente dispersa, che si ritrova online (Viviani, 2012); in altri casi, troveremo singole parole prese da vari dialetti (tra i quali spicca in questo momento il romanesco, come diffusione) messe in circolazione da qualche *influencer* di tendenza, come ad esempio l'usatissimo *daje*. Abbondano in rete le *neoformazioni* come *cuorare* ‘mettere un cuore’, *percolare* ‘prendere in giro’, *settordici* ‘numero molto grande’ o *lugliembre* ‘un luglio freddo come un novembre’. Per ora, questi esempi rimangono confinati all'ambito social e giovanile, perché troppo gergali. Tra le caratteristiche che fanno maggiormente inorridire i tradizionalisti, abbiamo gli acronimi (YOLO

‘you only live once’, *TADB* ‘ti amo di bene’), le tachigrafie (*cmq* ‘comunque’, *qnd* ‘quando’), i troncamenti (*asp* ‘aspetta’, *cisi* ‘ci si vede’, *vai tra* ‘vai tranquillo/a’, *fra* ‘fratello’). Si noti che questi *escamotages* linguistici compaiono nella maggioranza delle lingue sbarcate in rete, oltre ovviamente all’inglese (cfr. già Crystal, 2001 per l’inglese e Veszelszki, 2005 per l’ungherese). Ancora, sono in uso da tempo, ma rimangono ben saldi, gli allungamenti vocalici a simulare gli urli (*nooooo*), l’uso di emoticon ed emoji, da quelle più semplici fatte con i simboli della tastiera come :-) a quelle grafiche, presenti ormai su tutte le app, l’impiego delle maiuscole per simulare l’urlo (vi fa spesso ricorso perfino Donald Trump [Scaldaferri, 2017]).

Parte della comunicazione è formulaica e ricorre al citazionismo più sfrenato (da *vuoi che muoro?* tratto da Masterchef a *per me è un sì* da X-Factor), spesso con fraseggi popolarissimi per qualche mese presto soppiantati dalle novità prodotte dai mezzi di comunicazione di massa. Muta anche il sistema della punteggiatura, che si polarizza sui segni maggiormente espressivi, usati anche in cumuli. Forse l’aspetto più interessante, che provoca spesso fraintendimenti intergenerazionali, è la presenza o assenza del punto in fondo alla frase. Per un “nativo digitale” (Gheno, 2019b), l’uso dei punti in una chat di WhatsApp modifica il tono della frase stessa. Se in risposta a “sei arrabbiato?” l’interlocutore risponde “no”, sta dicendo la verità. Se risponde, invece, “no.”, in realtà sta facendo percepire una certa tensione. Molti ragazzi raccontano di crisi di comunicazione avvenute con un genitore a causa della percezione di aggressività dovuta, appunto, alla presenza del punto, che spesso per gli adulti è l’automatismo figlio di un’epoca in cui la scrittura aveva una sacralità ben diversa da oggi.

I cambiamenti visti sopra si susseguono in maniera estremamente veloce. Sono degli ultimi anni, ma già vecchi, termini come *shippare* ‘vedere favorevolmente l’unione di due persone, volere che stiano assieme’, *dissare* ‘insultarsi in maniera pesante, soprattutto nell’ambito del rap e della trap’, *muser* ‘influencer che comunica su TikTok, precedentemente chiamato Musical.ly’, *challenge* ‘sfida tra ragazzi oppure che si viene invitati a sostenere in quanto *fanboy* o *fangirl* di un influencer’, *eskere* da *let’s get it!*, grido di incitamento che i ragazzi usano spesso al posto di *ok* o *daje!*; più recente è *cringe*, ‘reazione davanti a qualcosa che provoca forte imbarazzo o disgusto’, ma censire questo ambito della lingua è pressoché impossibile.

Occorre assicurare coloro che potrebbero essere rimasti perplessi da questo elenco: si tratta di caratteristiche censite da decenni nel linguaggio giovanile (Radtke, 1993), che con i social hanno acquisito maggiore visibilità; molti tratti, in particolare quelli più criptici, sono in regressione, perché nascevano in risposta alla carenza di spazio e al bisogno di risparmiare (caratteri e quindi soldi) tipico dei mezzi telematici della primissima ora; nonostante molte denunce allarmate, difficilmente emoticon ed emoji potranno sostituire davvero le parole (anche se occorre prestare attenzione al loro abuso, che può celare difficoltà

comunicative di qualche sorta). Infine, occorre ricordare che si tratta di caratteristiche linguistiche presenti quasi solamente in contesti informali, che magari in alcuni casi si combinano a difficoltà di scrittura dovute non al mezzo, quanto alla scarsità di competenze dell'utente (Ghenò, 2018).

Uno degli effetti della rete non è stato quello di aumentare il numero dei semicolti, ma di rendere più visibili livelli di uso della lingua che prima rimanevano più nascosti (per esempio, quello che i linguisti definiscono *italiano popolare* o, per l'appunto, *dei semicolti*). Dunque, più che preoccuparsi dei supposti effetti provocati dalla rete, occorre ragionare su ciò che la rete ha contribuito a esporre. Non a caso, Tullio De Mauro soleva ricordare che il problema non è tanto l'italiano, che tutto sommato sta bene (la velocità dei mutamenti è segno di vitalità più che di decadenza), quanto gli italiani: sulla loro dieta mediatica e culturale occorrerebbe ragionare e investire di più (Testa, 2014).

Aggiungo solo un'osservazione per chi fosse rimasto davvero inorridito da questo florilegio di "follie linguistiche". Douglas Adams ci ricorda che sotto sotto, dopo una certa età, diventiamo tutti un po' reazionari:

Qualunque cosa esista nel mondo quando nasciamo, ci pare normale e usuale e riteniamo che faccia per natura parte del funzionamento dell'universo. Qualunque cosa sia stata inventata nel ventennio intercorso tra i nostri quindici e i nostri trentacinque anni è nuova ed entusiasmante e rivoluzionaria e forse rappresenta un campo in cui possiamo far carriera. Qualunque cosa sia stata inventata dopo che abbiamo compiuto trentacinque anni va contro l'ordine naturale delle cose. (Adams, 2004)

Dunque, possiamo anche inorridire, ma *iuxta modum*. Se dovessi individuare un compito da darci per il futuro, sarebbe quello di preoccuparsi di formare dei cittadini che abbiano, più di oggi, accesso alla complessità cognitiva della società attuale e possiedano gli strumenti per comunicare al meglio tale complessità. Insomma, occupiamoci delle persone; la lingua ne trarrà giovamento di conseguenza.

Bibliografia

- Adams D., *Il salmone del dubbio*, Mondadori, Milano, 2004.
- Antonelli G., *L'e-taliano tra storia e leggende*, in S. Lubello (a cura di), *L'e-taliano*, Firenze, Franco Cesati, 2018.
- Berruto G., *Sociolinguistica dell'italiano contemporaneo*, La Nuova Italia Scientifica, Roma, 1987.
- Crystal D., *Language and the Internet*, Cambridge University Press, Cambridge, 2001.
- Faloppa F., *Brevi lezioni sul linguaggio*, Bollati Boringhieri, Torino, 2019.
- Floridi L. (a cura di), *The onlife manifesto. Being Human in a Hyperconnected Era*, Springer International Publishing, Londra, 2015.
- Gheno V., *Social-linguistica. Italiano e italiani dei social network*, Franco Cesati, Firenze, 2017.
- Gheno V., *Lingua italiana, così evolve sui social network*, «Agenda Digitale», 20 giugno 2018: <https://bit.ly/2VuR4oY>.
- Gheno V., *Potere alle parole. Perché usarle meglio*, Einaudi, Torino, 2019a.
- Gheno V., *Da nativi a "disagiati digitali": nuovi analfabetismi crescono online*, «Agenda Digitale», 17 ottobre 2019b: <https://bit.ly/2zceqIR>.
- Le Page R., Tabouret-Keller A., *Acts of Identity. Creole-Based Approaches to Language and Ethnicity*, Cambridge University Press, Cambridge, 1985.
- Pinna N., *Uliveto celebra le azzurre del volley ma "dimentica" le atlete nere: bufera sulla pubblicità*, «La Stampa», 21 ottobre 2018: <https://bit.ly/2wPROwQ>.
- Radtke E. (a cura di), *La lingua dei giovani*, Günter Narr Verlag, Tübingen, 1993.
- Scaldaferri C., *L'inconfondibile stile di Trump in 6 parole. Tra insulti e punti esclamativi*, «AGI.it», 4 aprile 2017: <https://bit.ly/2VhgQyr>.
- Testa A., *Italia dealfabetizzata, ma l'italiano sta bene. Lo dice Tullio De Mauro*, «Nuovo e Utile», 2014: nuovoeutile.it/italia_dealfabetizzata.
- Thomas L., *H&M slammed as racist for 'monkey in the jungle' hoodie*, «CNBC», 8 gennaio 2018: <https://cnb.cx/2RLrX0q>.
- Veszelszki Á., *Írásjelek és szimbólumok az SMS-ekben* [Segni di punteggiatura e simboli negli SMS], «Magyar Nyelvőr», vol. 129 n. 1, 2005.
- Viviani A., *La nuova piazza "de Roma": Facebook*, in M. Gargiulo (a cura di), *L'Italia e i mass media*, Aracne, Roma, 2012.
- Wallace D.F., *Autorità e uso della lingua*, in *Considera l'aragosta e altri saggi*, Einaudi, Torino, 2006.
- Zanichelli, *La parola del giorno: amicizia*, 10 gennaio 2019: <https://bit.ly/2XLpNS2>.