

Parlare sui social Dentro la Generazione Z

di **BEATRICE CRISTALLI**

Cronache generazionali

Nel novembre del 2019 Chlöe Swarbrick, membro del Parlamento neozelandese, ha rivolto l'espressione *ok boomer* a un legislatore che aveva interrotto il suo discorso sui problemi legati al cambiamento climatico. Dal portale Ansa "Life Teen" al glossario social di Babel (il cui titolo di apertura è proprio *Sboomerizzati!*), nel 2020 si sono triplicate le indagini giornalistiche sulla Generazione Z, la generazione dei nati tra il 1997 e il 2012, i primi ad essere cresciuti con pieno accesso alla rete e alle nuove tecnologie. Dopo l'indagine che ho curato sulla lingua della trap italiana per Treccani.it "Di cosa parliamo quando parliamo di trap" mi sono accorta che l'attenzione della stampa nei confronti dello slang giovanile stava prendendo una piega distorta. A partire dallo studio lanciato da Skuola.net, condotto su un campione di 2500 giovani tra gli 11 e 25 anni in occasione della "Giornata ProGrammatica 2019", quel 38% di ragazzi che dichiaravano di trarre ispirazione per esprimersi nel loro quotidiano da brani trap ha rappresentato una ulteriore giustificazione alle innumerevoli condanne della lingua "impoverita" della Generazione Z (GenZ), come se il nostro occhio vedesse solo una parte del codice, la lingua, e non tutto il resto. Comunque un po' posso capirvi: fondere i risultati dei test INVALSI con i pregiudizi su TikTok è la via più facile.

Messaggio in codice

Non è insolito nella nostra storia linguistica imbattersi in un vocabolario gergale e/o generazionale. È d'accordo Matteo Fumagalli, booktuber e docente universitario: «Pensiamo al colorito gergo dei paninari anni '80 che, in verità, fu estremizzato dai media e finì inevitabilmente con l'influenzare lo slang vero e proprio. Il linguaggio dei paninari si rifaceva anche alle influenze internazionali e pop, ad esempio, cosa che avviene anche nel linguaggio della GenZ. Il web e la globalizzazione hanno contribuito a rendere lo slang dei giovanissimi di oggi più stratificato e veloce, per esempio nuovi termini diventano virali in pochissimo tempo, tramutandosi in tormentoni e lasciando spazio a futuri modi di dire, e con influenze diversificate a livello geografico. Non mi riferisco solo all'inglese, pensiamo



alla fortissima popolarità del k-pop e della cultura sudcoreana». Il 38% dell'indagine è un dato confermato da dinamiche ben collaudate nella lingua, ma, sempre secondo Fumagalli, «è interessante notare come la maggior parte dei termini trovino, in verità, casa solamente online e ben pochi di questi modi di dire vengono effettivamente pronunciati nella vita di tutti i giorni». La chiave, dunque, è la piattaforma web, che non a caso è la novità rispetto alle generazioni precedenti. Su internet e grazie a internet lo slang della Generazione Z può ogni giorno avere infinite possibilità di contaminazione con le modalità comunicative a disposizione. Secondo Marta Basso, co-founder di Generation Warriors e dell'Osservatorio sulle Generazioni, per parlare del linguaggio della GenZ occorre partire proprio dai social, TikTok nello specifico, reclamato dai giovanissimi come una sorta di "safe space" per sfuggire al controllo dei più grandi e dei genitori. «Focalizzandoci sul caso dei Millennials [i nati dopo il 1980, che sono entrati nella vita adulta nei primi quindici anni circa del nuovo millennio], che conosco bene perché è la mia generazione, il nostro linguaggio-in-codice si è sviluppato a partire dai forum online, poi si è evoluto su MSN ed infine sui primi social». L'ambiguità che ho percepito fin da subito nell'ok boomer rientra allora in questa strategia generazionale: per chi non conosce questo codice, sembrerebbe trattarsi di un'espressione di approvazione o di un complimento, eppure non è così. Per Matteo Fumagalli «il suo significato è riscontrabile anche solo dalla comunicazione interrotta tra mittente e destinatario del messaggio». Come mi spiega Alice Avallone, ricercatrice di small data (le piccole ma significative tracce che disseminiamo online attraverso condivisioni, commenti o ricerche su Google) per le aziende e fondatrice dell'osservatorio di antropologia digitale Be Unsocial: «Molte espressioni ed emoji hanno significati ribaltati proprio perché sono codici e in quanto tali solo il gruppo che li crea e condivide li sa decodificare. C'è anche da dire che i social, in particolare, sono territori intergenerazionali. Una strategia della Z è quella di utilizzare un linguaggio più criptico agli occhi di Boomer e X; l'altra, invece, è quella di cambiare "piazza". Ecco uno dei motivi perché a Facebook hanno preferito TikTok, a un certo punto. E ora che i grandi sono arrivati anche qui, c'è da aspettarsi che presto Z (e un domani gli Alpha) si sposteranno ancora».

Verso la semantica e (necessariamente) oltre!

Il linguaggio post-grammaticale della GenZ, che secondo Marta Basso è rappresentato anche dall'utilizzo delle emoji, fa riferimento a espressioni che nel linguaggio comune non sono riconducibili a una comprensione logico-semantica, ma che trovano un senso solo se contestualizzate nel



linguaggio della GenZ. Tra i trend di TikTok, spicca l'espressione con quale X me lo stai dicendo? dove l'incognita sta per un oggetto o una persona considerati particolarmente interessanti. Per esempio, se un utente si filma a casa e la casa è una villa con piscina, questi si rivolgerà ai suoi follower con ok ma con che casa me lo stai dicendo? Un esempio opposto è l'espressione inglese I feel exposed: anche se letteralmente significa 'mi sento scoperto', 'esposto', il riferimento è volto a un contenuto che ci ha fatto sentire sì esposti emotivamente, ma che, sulla spinta inclusiva, crea rappresentazione ed elimina i pregiudizi, nel senso di 'ho scoperto che altri lo fanno oltre a me'. Un altro termine su cui, a detta di Fumagalli, vale la pena soffermarsi, è stan, nato nella culla di Twitter: nella formula I stan X, l'espressione sintetizza un amore incondizionato tendente all'ossessione verso una celebrità o un personaggio pubblico, ma anche verso un argomento, una canzone o a un film. «L'aspetto interessante è che il termine ha una sfumatura negativa, dato che deriva dalla parola stalker ed è stata ispirata dall'omonimo brano di Eminem». Come si diceva, molti dei neologismi utilizzati dalla GenZ sono influenzati dai media, in particolare dalla tv (trash) – in Italia no scusate non ho capito il gioco: gelato? con Gerry Scotti e la Cipriani, nei paesi anglofoni I like the view - you do? - yes, you are my best view - hhhhhmmm” dal film 90 giorni per innamorarsi, entrambe hit del TikTok – e dal mondo Netflix, in particolare dalle serie. Alcuni, mi spiega Fumagalli, «sono molto spesso ispirati da fenomeni pop e di costume internazionali. Penso, ad esempio, ai modi di dire resi popolari grazie al programma televisivo “Rupaul’s Drag Race” e diffusi dapprima nella comunità queer online e successivamente a una portata più ampia. Con tea, per esempio, intendiamo ‘gossip/scoop’: What’s the tea?, cioè ‘qual è il gossip del momento?’; con la parola wig, ‘parrucca’, l'espressione My wig’s gone (‘la mia parrucca è volata via’) sta ad indicare che l’utente è rimasto sconvolto ed esaltato da un annuncio o dall’uscita di un prodotto; per esempio, se una popstar internazionale annuncia un duetto con un’altra famosa collega, i fan potrebbero commentare Wig’s gone». Se non mi dilungo su ship (per gli Z non è una nave, ma la contrazione di ‘relationship’, cioè relazione: finalmente una ship seria) o su simp, che indica un ragazzo che vuole fare colpo sulla sua crush (dal verbo inglese che significa ‘schiacciare, stritolare’), in sostanza qualcuno per cui si prova una forte attrazione, è perché, a detta dei GenZ, sono neologismi già obsoleti. Per quanto riguarda le emoji, spiccano nel volo ultrasemantico diverse combinazioni che (ovviamente) non ci aspettiamo. Marta Basso mi riporta l'esempio della sequenza occhi-bocca-stelline-faccia che suda, a volte persino inserita “a caso” tra una parola e l’altra, per rimarcare il tono con cui è stata pronunciata una certa frase, che spesso è awkward, ‘imbarazzante’. Per Matteo Fumagalli ci sono emoji ambigue che vengono utilizzate in modalità virale, basti pensare al clown, utilizzato per esprimere disappunto verso una persona che ha pubblicamente espresso delle opinioni infelici. In sintesi è un simbolo che traduce ‘sei solo un pgiaccio’.



Seguire l'onda degli small data

Come abbiamo visto è limitante associare la ricerca sulla lingua degli Z al solo aspetto verbale. Una delle ricerche che promuove un nuovo sguardo per studiare i territori intergenerazionali è proprio *Be Unsocial* di Alice Avallone, rivista di antropologia digitale che unisce scienze sociali e ricerca in rete per comprendere le relazioni umane online. «In rete, ci sono ambienti che più di altri si prestano all'osservazione di una generazione. Il caso di TikTok per la Generazione Z è il più noto. Allo stesso tempo quando si pensa al digitale occorre ragionare in modo fluido e non per compartimenti stagni: i confini sono solo apparenti. La prova è che, ad esempio, troviamo la maggior parte dei dialoghi testuali tra le chat del più contemporaneo Twitch e i tweet dell'ormai vintage Twitter. Ed è soprattutto tra i feed di quest'ultimo che chi studia i linguaggi in rete trova grande soddisfazione. Un buon numero di Z, che abitualmente frequentano altri lidi, si ritrova a chiacchierare qui in occasione di trasmissioni, serie tv, film, partite. Quello che possiamo fare noi ricercatori è sederci sul divano con loro, e metterci in ascolto». Analizzare gli small data ha permesso per esempio di tracciare i cambiamenti (anche linguistici) delle nuove generazioni in seguito alla pandemia, come ha riportato l'articolo *Quaranteen: avere tra gli 11 e i 22 anni durante la pandemia*. Uno dei quattro insight svela che gli Z sui social «non hanno niente a che fare con l'approccio tecnico-allarmista di molti Boomer e X, sono solo più attenti alla propria privacy proprio perché l'online è la loro vita, e non un'appendice. La generazione che ha inventato i "Finstas" – gli account Instagram privati dove pubblicare la quotidianità senza filtri – adesso sta andando avanti a "FikFoks", ovvero account TikTok sotto falso nome che riducono la pressione di dover stupire e fare numeri a tutti i costi». L'avvento dei social come Instagram e ancor di più TikTok ha confermato come il linguaggio della GenZ sia a cavallo tra immagine e voce: pensiamo ai vocali e al fenomeno lipsync su TikTok, ovvero la sincronizzazione del movimento delle labbra con un audio pre-registrato in sottofondo. Per Alice Avallone «questa generazione è la prima che ci fa segnare un'inversione di tendenza: si sta passando dal boom della scrittura al ritorno all'oralità, passando proprio dall'uso delle immagini. Da giovani i Senior, cioè la prima generazione nata nel secondo dopoguerra, scrivevano a mano, i Boomer, nati tra il 1945 ed il 1965, con la macchina da scrivere, la Generazione X, che fa riferimento ai nati tra il 1965 e il 1980, pigiando sui tasti gommosi dei telefoni. Gli Y, i Millennial per intenderci, hanno scoperto la scrittura sugli schermi. E gli Z, lentamente, hanno iniziato a preferire i messaggi vocali per mere ragioni di velocità e praticità. Quello del rapporto con la tecnologia attraverso la voce è una tensione culturale nell'aria, basta pensare al successo dei podcast, all'introduzione nelle nostre case degli assistenti vocali (Alexa), ad alcuni giocattoli a comando vocale per i bimbi Alpha, nati dopo il 2010, l'anno in cui vengono lanciati Instagram e l'iPad».



Etnografia digitale o meno, noi generazioni precedenti dovremmo fare il grande sforzo per capire il contesto e le necessità degli Z, il cui codice, a detta della Avallone, può essere associato istintivamente alle Lezioni americane di Italo Calvino: «la loro lingua è leggera, non certo nel senso di frivola, ma davvero in termini calviniani: c'è il necessario perché funzioni».

FONTE: [treccani.it](https://www.treccani.it)

