

KAMILA MIŁKOWSKA-SAMUL (WARSZAWA)

“MA COME PUOI NON SHIPPARLI???? SONO CANON!!!!: UNO SGUARDO AL LINGUAGGIO DEL *FANDOM* ITALIANO

ABSTRACT

“How come you’re not shipping them??? They’re canon”: a look at the language of Italian fandom – The aim of this article is to examine a relatively recent phenomenon in the language of fandom, i.e. various communities of fans that form around a cultural event or artifact, such as a book, a TV show, a movie, etc. This research is located within fan studies, however, it mainly investigates the linguistic aspects of being a fan in Italian. The distinctive feature of the language of fandom as a specific variety, associated with a particular topic and activity and mediated by Internet communication tools, is a specialist lexicon, understandable only to community members. The article concentrates on loanwords from English which in the case of Italian primarily comprise the vocabulary of fandom.

KEYWORDS: fan studies, fandom, language variety, lexis, loanwords

Con questo contributo si vuole rendere conto dell’esistenza di una varietà linguistica particolare, anche per la sua posizione nell’architettura dell’italiano contemporaneo (cfr. Berruto 1987: 19–27), ovvero la lingua del *fandom* (o meglio: dei *fandom*). Occorre innanzitutto chiarire il significato del termine: nella sua accezione più generale, *fandom* indica la comunità di fan, di appassionati che si crea intorno a un dato fenomeno culturale (cfr. Fiske 2008; Jenkins 1992; Jenkins 2006; Siuda 2008). Tra le fonti più frequenti da cui scaturiscono i *fandom* ritroviamo libri, film, serie televisive, fumetti manga, cartoni giapponesi anime, videogiochi; si tratta per lo più di prodotti della cultura di massa. Il termine stesso *fandom* costituisce un prestito dall’inglese e in italiano viene usato al maschile, rimanendo invariabile al plurale. È composto dal sostantivo inglese *fan* e dal suffisso *dom*, impiegato in questa lingua per formare nomi che si riferiscono a uno stato, una condizione o una collettività (si vedano le parole inglesi quali *kingdom* it. regno, *Christendom* it. cristiani, mondo cristiano, *wisdom* it. saggezza). La parola fan rappresenta invece un’abbreviazione della parola inglese *fanatic*, derivante dal latino *fanaticus*, ovvero ispirato da una divinità e anche furioso, invasato, esaltato, entusiasta.

L’etimologia latina – che riporta all’aberrazione, all’interesse morboso – rispecchia alla perfezione l’approccio particolarmente vivo nella prima fase dello

sviluppo degli studi sui fan, che risale alla metà del Novecento e considerava questo fenomeno in termini di devianza e i fan come persone squilibrate, immerse in un mondo fittizio, perciò propense a comportamenti anormali e a volte pericolosi a causa della loro passione (Siuda 2010). I *fan studies* si sono comunque evoluti. Il nuovo paradigma – apparso negli anni '90 del Novecento – presumeva l'opposizione dei fan nei confronti dell'industria della cultura di massa, che si esprimeva soprattutto nella reinterpretazione delle opere nella chiave ideologica propria dei fan e non dei produttori. Henry Jenkins, nel suo libro *Textual Poachers* (1992), descrive le comunità di fan di prodotti mediali come istituzioni di teoria e critica, in cui si sviluppano sia pratiche interpretative che forme di produzione culturale diverse da quella "ufficiale".

Il modello oggi dominante percepisce i fan piuttosto in quanto elemento dell'industria culturale, ma un elemento attivo, creativo (cfr. Jenkins 2006). Questa rivalutazione del ruolo dei fan coincide con l'avvento di Internet, dato che le nuove tecnologie che esso offre hanno reso possibile la riformulazione dei rapporti tra testo e lettori/spettatori/utenti e l'esplosione delle espressioni artistiche dei fan. È emerso un nuovo tipo di pubblico: non si tratta più di consumatori, ma di prosumatori¹ (cfr. Toffler 1986; Siuda 2012: 61–154), ossia di riceventi più consapevoli ed esigenti, in grado di influire con le loro opinioni sui produttori mediali e che allo stesso tempo producono contenuti culturali (il cosiddetto *user-generated content*, come per esempio i video caricati su YouTube).

Va sottolineato che il fenomeno dei *fandom* non è del tutto nuovo e alcuni studiosi lo fanno addirittura risalire all'epoca di Arthur Conan-Doyle, i cui lettori si possono definire tra i primi *fandom*: i racconti delle avventure di Sherlock Holmes pubblicate sulla rivista "The Strand" (negli anni 1891–1927) attirarono un vasto pubblico, che si attivò quando l'autore uccise il personaggio, costringendo Conan Doyle a "resuscitarlo" (Reagin, Rubenstein 2011: 3.6–3.11; Kobus 2013). Negli anni '60 del Novecento inizia la serie fantascientifica di Star Trek, poi negli anni '70 la saga di Guerre Stellari, i cui *fandom* costituiscono pietre miliari di questo fenomeno. Da allora in poi si assiste a una proliferazione di serie televisive, film, videogiochi 'di culto', che danno vita a numerose comunità di appassionati. Tuttavia, si può senza dubbio affermare che è stato Internet a portare i *fandom* a un livello superiore, innanzitutto rendendo possibili i contatti tra i fan (e anche tra i fan e i rappresentanti dell'industria culturale) senza confini geografici, nonché dando la possibilità di accesso ai contenuti culturali su una scala prima impensabile.

Inoltre, grazie alle nuove tecnologie sempre più accessibili a tutti, i *fandom* in contatto tra loro a livello globale generano diverse pratiche creative, amatoriali e informali. Fra le attività più frequenti intraprese dai fan si possono indicare le

¹ Il termine prosumatore, calco della parola inglese *prosumer*, è nato, come l'originale, dalla fusione dei sostantivi produttore e consumatore; indica un nuovo soggetto in grado di partecipare attivamente sia alla produzione sia al consumo di idee, informazioni, contenuti culturali, cfr. http://www.treccani.it/vocabolario/prosumer_%28Neologismi%29/ (consultato il 20.11.2018).

seguenti: *fanfiction* (o *fanfic*, ossia varie forme di scrittura che prendono spunto da personaggi e storie di opere originali), *fanvideos* (filmati girati dai fan in riferimento all'opera originale), *fanart* (disegni, dipinti creati dai fan, ispirati al loro 'oggetto di culto'), *fanzine* (da *fan* e la forma abbreviata di *magazine*, ovvero riviste amatoriali), siti *web*, profili sui *social media* dedicati al proprio oggetto di culto oppure *fansubbing* (realizzazione da parte dei fan dei sottotitoli di un contenuto audiovisivo). Vale la pena menzionare anche il *cosplay* (dall'ing. *costume* e *play*), ovvero la pratica di indossare il costume di un personaggio dell'opera preferita (per esempio degli anime) in situazioni pubbliche, come un convegno di fan, o senza un motivo evidente. I giocatori più appassionati invece si dedicano alla creazione dei *mod*, cioè modifiche ai videogiochi il cui scopo è rendere il videogioco più estetico o funzionale.

La creatività e la dedizione dei fan di oggi può essere osservata pure a livello linguistico, anche qui è legittimo parlare dei fan come veri e propri prosumatori che creano nuovi modi di comunicazione e si avvalgono della lingua come utile elemento nel processo di costruzione dell'identità².

Prima di approfondire la questione della specificità del linguaggio legato al *fandom*, che si esprime in gran parte a livello lessicale, si vorrebbe cercare di collocarlo fra le varietà dell'italiano contemporaneo, prendendo come punto di partenza le dimensioni individuate da Berruto (1987). Ciò che determina il carattere della comunicazione all'interno del *fandom* è costituito dai suoi due fondamentali aspetti: il canale, ossia il fatto che essa avviene nella Rete, la quale ne determina le modalità, nonché la tematica, incentrata proprio sull'essere fan. Di conseguenza, possiamo dire che la dimensione diamesica e quella diafasica svolgono un ruolo essenziale. La lingua del *fandom* dovrebbe quindi essere definita una lingua speciale fortemente marcata in diamesia.

La lingua del *fandom* in quanto lingua speciale si caratterizza soprattutto per la fusione di due strati apparentemente contraddittori: da un lato, alla sua base si osserva la lingua comune, accessibile a tutti; dall'altro lato, questo tipo di linguaggio è ricco di termini specialistici, tecnici addirittura, relativi all'essere fan e proprio questo lessico specialistico, incomprensibile ai non esperti, costituisce il suo tratto distintivo.

L'alto grado di specializzazione nella parte dedicata proprio all'attività del *fandom* è legato allo scopo della comunicazione, che deve agevolare i contatti

² Si vorrebbe accennare qui a un importante fenomeno linguistico attestato nell'ambito dei *fandom*, anch'esso elemento identitario, ossia la passione dei fan per le lingue artificiali create proprio per determinate produzioni televisive, cinematografiche. Colpisce l'interesse dei fan che imparano questi idiomi, si scambiano informazioni sui corsi, manuali, dizionari e cercano di utilizzare queste lingue nella comunicazione con altri appassionati. Tra le lingue artistiche più sviluppate, si può indicare la lingua elfica ideata da Tolkien, il *klingson* creato per la serie *Star Trek* o il *dothraki*, la lingua parlata da una tribù della serie americana *Game of Thrones*. Esistono numerosi siti che propagano la conoscenza di questi idiomi.

con gli altri fan (ossia gli altri esperti del settore) e non necessariamente con un pubblico più ampio. Si tratta piuttosto di una comunicazione mirata a rafforzare i legami all'interno della comunità, un linguaggio che svolge una funzione unificante. Sicuramente le varie comunità di fan generano linguaggi specifici a seconda del loro oggetto di culto, ma a nostro avviso si può individuare un lessico specialistico comune, usato per parlare con immediatezza dell'attività legata all'essere fan, che facilita l'accesso al campo e la comunicazione fra gli altri membri della comunità. Non sembra che l'obiettivo di questa lingua sia emarginare tutti coloro che non la comprendono, anche se l'accesso ai contenuti prodotti dai fan senza la sua conoscenza è evidentemente ostacolato.

Passando all'analisi degli esponenti linguistici della comunicazione all'interno del *fandom*, bisogna mettere in particolare rilievo la dominanza dell'inglese come fonte principale di ispirazione. L'elenco sopra presentato delle varie attività tramite le quali si esprimono i *fandom* preannunciava già questa caratteristica: non sono stati creati equivalenti italiani per denominare *fanfiction*, *fanart*, *fanvideo*, ecc.

L'egemonia dell'inglese che si osserva nell'ambito dei *fandom* non dovrebbe stupire per più motivi. Innanzitutto bisogna ricordare che il *fandom* si realizza principalmente in Internet, dove l'inglese emerge come lingua franca della nuova tecnologia. Inoltre, le maggiori opere della cultura di massa intorno alle quali si formano i *fandom* – quali serie tv, film, cantanti famosi, videogiochi – sono di provenienza statunitense.

Sono proprio i prestiti dall'inglese che descrivono gli elementi fondamentali del *fandom*: i suoi membri e le loro attività.

I componenti di questo universo vengono denominati fan, una parola ben radicata nella lingua italiana, accompagnata sia dall'articolo maschile che femminile. Per precisare maggiormente il genere vengono anche usati i termini *fangirl* o *fanboy*, a volte però possono essere dotati di una connotazione piuttosto negativa, indicando fan troppo appassionati e per questo ridicoli³.

Dall'analisi svolta sembra che – per quanto riguarda il *fandom* televisivo, cinematografico, letterario – prevalgano le ragazze giovani. Non stupisce quindi l'esistenza del termine che si riferisce esattamente alla loro attività, ovvero il *fangirling* e il verbo *fangirlare*. L'azione indicata da queste parole consiste in generale nel comportarsi da fan (fare la *fangirl*), esprimere la propria passione per qualcosa o per qualcuno (anche in modo estremamente emotivo: agitarsi, urlare, piangere). Eccone alcuni usi:

*A fine episodio stavo fangirlando, urlando e agitandomi come una Bilibler
stavo fangirlando da matta / troppissimo / come una cretina / come una scema
Stavo fangirlando su delle magliette di suicide squad e Harry Potter*

³ <http://www.ilbazardimari.net/approfondimenti-glossario-dei-termini-del-fandom/> (consultato il 20.11.2017).

*ogni volta che lo vedevo fangirlavo come una pazza AHAHAHAH
 quando vedevo Rachel e Ross fangirlavo come impazzita
 Stanotte ho sognato che incontravo leo... Lo abbracciavo, lo stringevo e ovviamente facevo
 cosa?? Fangirlavo come nn ci fosse un domani!
 Fangirlavo come una povera pazza per ogni scena in cui i due interagivano
 Intanto io fangirlo su x-Factor
 La smetto qui perchè sono settimane che fangirlo come una pazza su questa serie*

Gli esempi sopracitati illustrano perfettamente l'enorme carico emotivo che l'essere fan comporta, colpisce la frequente associazione del verbo *fangirlare* con complementi di modo relativi alla malattia mentale (*da matta, come una pazza, come impazzita*) o all'indebolimento delle capacità cognitive (*come una scema, come una cretina, come nn ci fosse un domani*).

Tra i neologismi tipici del *fandom* occorre nominare anche il verbo *shippare*, creato aggiungendo al suffisso *-ship* presente nel lessema inglese *relationship* (ingl., rapporto, relazione), il suffisso *-are* della prima coniugazione italiana. Il verbo coniato in tal maniera significa tifare per una coppia di un'opera letteraria, cinematografica o televisiva, per una relazione tra due o anche più personaggi. Alla stessa famiglia lessicale appartengono: *lo shipping* (nome, l'atto di shippare), *una shipper* (nome, una fan che *shippa* una coppia), *una ship* (nome, una relazione tra due o più personaggi di un'opera).

Tipici dello *shipping* sono i vari meccanismi che servono ad unire i nomi dei personaggi per cui si tifa, ad esempio:

- una parola macedonia, ovvero la fusione di due nomi: *Romione* (Ron e Hermione), *Drarry* (Draco Malfoy e Harry Potter). Come si vede, la fantasia delle fan supera di gran lunga le soluzioni previste dall'opera originale;
- l'uso dello slash: *Ron/Hermione*;
- l'utilizzo delle iniziali: *RH*.

La procedura della coniazione di una parola macedonia dai nomi propri di una coppia è riscontrabile anche nella lingua dei *mass media*, si notano frequentemente le forme riguardanti le celebrità del mondo cinematografico, quali ad esempio *Brangelina* (Brad Pitt e Angelina Jolie), *Tomkat* (Tom Cruise e Katie Holmes), *Bennifer* (Ben Affleck e Jennifer Garner).

Il *fandom* ha inventato anche un termine specifico per indicare una relazione tra due o più uomini che non è di natura erotica. Si tratta del sostantivo *bromance*, che dal punto di vista strutturale è composto di *brother* (it. fratello) e *romance* (it. una storia romantica), anche questo è un prestito dall'inglese ed è usato in italiano al femminile: *Shippo la bromance tra i due dall'ultimo episodio in cui si sono visti insieme*.

La *fanfiction*, una delle più diffuse attività dei fan (cfr. Włodarczyk, Tymińska 2012), è un campo che produce una vasta gamma di termini specialistici, senza la cui conoscenza è impossibile orientarsi in questo tipo di scrittura. Si distinguono

soprattutto numerose voci prese in prestito dall'inglese che specificano la categoria a cui appartiene un dato testo:

- 1) *Canon*: l'autore rispetta la storia originale ed evita di cambiare i suoi elementi;
- 2) *Crossover*: l'autore combina personaggi appartenenti a opere diverse;
- 3) *What if...?* (ingl., e se...): l'autore modifica un elemento della trama originale e ne offre una versione alternativa;
- 4) *Lemon/lime*: storie ad alto contenuto sessuale;
- 5) *Angst*: storie piene di angoscia;
- 6) *Fluff*: storie tranquille, piacevoli;
- 7) *Dark*: storie cupe;
- 8) *Whump*: storie piene di violenza, maltrattamenti, torture;
- 9) *Hurt/Comfort*: storie in cui il protagonista prima affronta situazioni difficili, poi trova conforto;
- 10) *One shot*: storie brevi (di un solo capitolo);
- 11) *Slash*: storie che parlano di relazioni sentimentali tra i protagonisti, di solito di natura omosessuale.

Gli esempi sopra riportati costituiscono solo una piccola parte di ciò che si potrebbe chiamare l'apparato teorico della *fanfiction* delineante i principali generi. La stessa funzione viene adempita da numerosi acronimi, anche questi provenienti dall'inglese, che specificano il tipo di testo con cui si ha a che fare nell'ambito della *fanfiction* (detta anche *ff*). Tra gli acronimi più frequenti si possono elencare i seguenti esempi:

- 12) *OOC* (ingl. *out of character*): storie in cui i personaggi non sono conformi al carattere dell'opera originale;
- 13) *AU* (ingl. *alternative universe*): storie che si svolgono in ambientazioni completamente diverse rispetto all'opera originale;
- 14) *OC* (ingl. *original character*): storie in cui appare un nuovo personaggio, non presente nella storia originale.

In generale gli acronimi abbondano nella lingua del *fandom*, come accade in tutte le forme di comunicazione in Internet, incentrata sull'economia di tempo e/o spazio. Gli acronimi si riferiscono non solo ai generi della *fanfiction*, ma anche ai suoi componenti e ad altri aspetti dell'universo del *fandom*:

- 16) *OTP* (ingl. *One True Pairing*): l'unica vera coppia, ovvero la coppia preferita da un fan in senso romantico;
- 17) Sigle dei titoli di libri/serie/cartoni: *GOT* (ingl. *Game of Thrones*, il Trono delle Spade), *NGE* (ingl. *Neon Genesis Evangelion*).

Un altro aspetto della lingua del *fandom* degno di nota è l'influsso dell'inglese, che comporta la specializzazione del significato delle parole già esistenti nella lingua italiana, per esempio: il *fandom* italiano ricorre alla parola *stagione* per indicare il periodo di trasmissione di una serie (ingl. *season*) e al termine *episodio* (ingl. *episode*) per designare una puntata. Ambedue vengono spesso abbreviate nel modo seguente: S01E05 (la quinta puntata della prima stagione).

Si attestano anche creazioni analogiche come *fanon*, proveniente dal termine *canon* (cioè l'opera originale nella sua versione ufficiale per quanto riguarda la trama e i personaggi) e da *fan*. Il termine *fanon* indica le storie create dai fan, condivise dal *fandom*.

Gli esponenti lessicali della lingua del *fandom* sopramenzionati, ovvero gli anglicismi, nella maggior parte dei casi possono essere definiti prestiti di necessità, dal momento che si tratta di un settore emerso da poco e di solito mancano i corrispettivi in italiano. Inoltre, la parola inglese è spesso più concisa rispetto all'eventuale traduzione italiana, perciò è più adatta alla comunicazione in Rete, nonché l'inglese in generale gode di prestigio nella società italiana.

Volendo riassumere le osservazioni formulate, si deve rimarcare ancora una volta una certa difficoltà nel collocare la lingua del *fandom* tra le altre varietà linguistiche. Sicuramente è cruciale il canale tramite cui si trasmette, ovvero Internet, che incide sulle forme linguistiche. Di maggior rilevanza sembra però essere l'argomento intorno al quale nasce questa varietà (cioè l'attività dei fan) e la sua funzione (cfr. Smoleń-Wawrzusiszyn 2016). La lingua delle varie comunità di fan non pare deliberatamente criptica e gli elementi specialistici che si manifestano soprattutto a livello lessicale, incomprensibili al vasto pubblico, fanno pensare piuttosto a un gergo professionale, necessario per una comunicazione efficace tra gli addetti del settore, preciso, monosemico, capace di denominare fenomeni nuovi. D'altro canto, invece, è una varietà molto espressiva ed emozionale, dato che deriva da una vera passione, da un fascino. Non è da sottovalutare neanche il ruolo di questa lingua come strumento di riconoscimento sociale all'interno della comunità di fan e la sua funzione unificante.

Una preliminare ricerca effettuata su altre lingue (polacco, francese, spagnolo) conferma i risultati ottenuti dall'analisi del corpus italiano della lingua del *fandom*. Si rileva una notevole presenza dei prestiti dall'inglese caratterizzati da un alto grado di specializzazione e costituenti il tratto distintivo di questa varietà. Si vede dunque che l'inglese si riafferma come codice universale anche per comunità così specifiche come quelle dei *fandom*.

BIBLIOGRAFIA

- BERRUTO, G. (1987): *Sociolinguistica dell'italiano contemporaneo*, Carocci, Roma.
- FISKE, J. (2008): "Kulturowa ekonomia fandomu", *Kultura Popularna*, 21/2008, 3, 21–24.
- JENKINS, H. (1992): *Textual poachers. Television fans & participatory culture*, Routledge, New York.
- JENKINS, H. (2006): *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York.
- KOBUS, A. (2013): "Fanfiction a funkcjonowanie. Zarys perspektywy historycznej", *Kultura Popularna*, 3 (37), 146–158.

- REAGIN, N., RUBENSTEIN, A. (2011): "I'm Buffy, and you're history: Putting fan studies into history", *Transformative Works and Cultures*, vol. 6, disponibile all'indirizzo: <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/issue/view/7> (consultato il 10.11.2017).
- SIUDA, P. (2008): "Wpływ Internetu na rozwój fandomów, czyli o tym, jak elektroniczna sieć rozwija i popularyzuje społeczności fanów", in SOKOŁOWSKI, M. (ed.): *Media i społeczeństwo. Nowe strategie komunikacyjne*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, 239–256.
- SIUDA, P. (2010): "Jednostkowe aspekty bycia fanem, czyli w stronę nowego paradygmatu fan studies", *Kultura i Edukacja*, 4 (78), 74–94.
- SIUDA, P. (2012): *Kultury prosumpcji. O niemożności powstania globalnych i ponadpaństwowych społeczności fanów*, Oficyna Wydawnicza Aspra-Jr, Warszawa.
- SMOLEŃ-WAWRZUSISZYN, M. (2016): "Socjolekty wirtualne – metody lingwistyki a komunikacja językowa w społecznościach sieciowych", in SIUDA, P. (ed.): *Metody badań online*, WN Katedra, Gdańsk, 182–234.
- TOFFLER, A. (1986): *Trzecia fala*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.
- WŁODARCZYK, A., TYMIŃSKA, M. (2012): "Fan fiction a literacka rewolucja fanowska. Próba charakterystyki zjawiska", *Panoptikum*, 11 (18), 90–111.