

# Anglismi come prestiti di lusso nell'italiano dei social

---

Prpić, Sara

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:131:349331>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-06**



Sveučilište u Zagrebu  
Filozofski fakultet  
University of Zagreb  
Faculty of Humanities  
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb  
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu  
Odsjek za talijanistiku

Diplomski studij

**Anglismi come prestiti di lusso  
nell'italiano dei social**

**Diplomski rad**

Studentica: Sara Prpić

Mentorica: dr. sc. Nada Filipin, doc.

Zagreb, rujan 2022.

1. INTRODUZIONE	4
2. Prestito linguistico	6
2.1 Distinzione tra prestiti di necessità e prestiti di lusso	6
2.2 Linguaggio dei giovani	7
2.3 Linguaggio dei social	8
2.3.1 Caratteristiche lessicali del linguaggio dei social	9
3. PRESENTAZIONE DEL CORPUS	10
3.1 Cos'è Instagram e quando nasce	10
3.1.2 Funzionalità base e loro caratteristiche	10
3.1.3 Utenti di Instagram	11
3.1.4 Diverse tipologie di profili su Instagram e loro caratteristiche	11
3.1.5 Cosa sono gli influencer	12
3.2 Diverse categorie tematiche di profili e contenuti analizzati nel corpus	12
3.3 Metodo usato nell'esposizione e nell'analisi	13
4. CAMPI SEMANTICI ED ANALISI LESSICOLOGICA	14
4.1 Analisi del linguaggio dei giovani	14
4.2 Anglismi al livello del metalinguaggio	22
4.3 Cosmesi	41
4.4 Gastronomia	56
4.5 Moda e Abbigliamento	64
4.6 Viaggio	74
4.7 Arredamento Casa	80
4.8 Tecnologia e Gaming	85

4.9 Musica	89
5. ALTRI FENOMENI CONTATTOLOGICI	93
5.1 Classi di parole, categorie grammaticali e il loro uso	93
5.2 Tipi e livelli di adattamento	101
6. COMMENTO ANALISI	103
7. CONCLUSIONE	106
8. BIBLIOGRAFIA	107
9. SITOGRAFIA	110
10. ESTRATTO E PAROLE CHIAVE/ SAŽETAK I KLJUČNE RIJEČI	113

## 1. INTRODUZIONE

I social sono sempre più presenti nella nostra vita quotidiana — li utilizziamo per l'intrattenimento nel nostro tempo libero, per scoprire e condividere interessi, ma anche come strumento di lavoro o di pubblicità. Sono adoperati da persone di tutte le età, anche se gli utenti più comuni sembrano essere i giovani. Esiste una vasta gamma di queste piattaforme online e il loro numero è in continua crescita, così come aumenta anche il numero delle nuove funzioni che offrono ai propri utenti. Quella più conosciuta è probabilmente *Facebook*, poiché è stata tra le prime ad essere creata o almeno la prima ad essere utilizzata da un numero più vasto di persone. Una volta *Facebook* lo usavamo un po' tutti ed era il modo principale di comunicazione online, mentre ora sembra essere caduto in disuso, almeno tra i giovani. Oggi *Facebook* viene usato dalle persone un po' più in avanti con gli anni, mentre i giovani sembrano essersi rivolti ad altri social più adatti alla loro età e ai loro bisogni, come *Instagram* e *TikTok*.

Dato che negli ultimi anni la popolarità di *Instagram* tra i giovani ha raggiunto l'apice,<sup>1</sup> basare il lavoro di questa tesi sulle osservazioni del contenuto pubblicato proprio su questa piattaforma sembra essere la scelta più logica e rilevante. Come finalità questa tesi ha proprio quella di osservare i giovani come portatori di cambiamenti lessicali nella lingua, proprio perché accettano le novità linguistiche, i neologismi, e le parole straniere in maggior misura rispetto ai parlanti più anziani. È stato esaminato il modo caratteristico in cui i giovani italiani comunicano in rete e ciò che spicca è l'uso frequente di espressioni provenienti dall'inglese. Gli anglicismi vengono usati anche nei casi in cui non ce n'era alcun bisogno e potrebbero essere sostituiti con termini italiani, senza alcuna perdita di significato.

Lo scopo principale di questa tesi è quello di illustrare l'influsso dell'inglese sull'italiano dei social, concentrandosi in particolare sull'uso dei prestiti di lusso. Il lavoro si suddivide in due parti: la prima sarà destinata ad avvicinare l'aspetto teorico dell'argomento trattato, mentre nella seconda parte pratica sarà presentata la ricerca ovvero l'analisi di esempi concreti.

---

<sup>1</sup> I dati statistici più importanti verranno presentati nella sezione 3.1.3 *Utenti di Instagram*

Dopo il primo capitolo introduttivo, nel secondo capitolo verranno spiegati i fenomeni su cui si basa questo lavoro: che cosa sono i prestiti nonché la loro tipologia, con di seguito alcune caratteristiche del linguaggio dei giovani e del linguaggio dei social. Inoltre, è importante avvicinare il lettore ad alcuni aspetti specifici di *Instagram* per poter capire la terminologia che appare nel corpus. Perciò il terzo capitolo sarà dedicato alla spiegazione delle funzionalità di base, tipi di profili e contenuto pubblicato su questa piattaforma.

Nella seconda parte della tesi (capitolo 4, sezioni 4.1 — 4.9) verranno esposti gli esempi concreti presi da *Instagram*, suddivisi in diverse categorie tematiche e semantiche in base al loro contenuto. Dopo ogni categoria esposta verranno suggeriti anche i possibili equivalenti italiani per le espressioni inglesi in questione.

Si passerà poi all'analisi di altri fenomeni lessicologici presenti negli esempi del corpus. A questo proposito, nel capitolo 5 ci occuperemo brevemente di calchi linguistici e adattamenti, di *code-switching*, *code mixing* e di frasi fatte.

Inoltre, nel capitolo 6 si cercherà di presentare un quadro generale e verranno fatte delle riflessioni sul numero di anglicismi: quali sono le categorie con più anglicismi, quali anglicismi si usano e si ripetono in diverse categorie tematiche, quali sono i più numerosi per tipo di parola.

Infine, nel capitolo 7 si cercherà di trarre alcune conclusioni in base ai dati provenienti dall'analisi.

## 2. Prestito linguistico

In sostanza, questa tesi verte principalmente sul fenomeno del prestito linguistico. Per poter proseguire con l'analisi, bisogna dunque definire questo fenomeno dal punto di vista teorico.

Secondo Fanfani (2011: 1158-1159)

In italiano il termine *prestito* designa sia il fenomeno generale dell'interferenza come processo di riproduzione di elementi alloglotti (fr. *emprunt*, ted. *Entlehnung*, ingl. *borrowing* e *loan*), sia ogni singola parola o espressione polirematica (...) che riproduca nella forma e in un suo specifico significato un dato modello straniero (ted. *Lehnwort*, ingl. *loanword*) (...)

Il fenomeno del prestito è comune a tutte le lingue. Secondo D'Achille (2003) si tratta di un fenomeno dovuto al contatto tra diverse lingue e basato su fattori extralinguistici. Si può avere per contiguità territoriale o in seguito a movimenti demografici, a eventi politici, a scambi economici, a rapporti culturali, etc. (D'Achille 2003: 66).

Nella definizione del prestito linguistico D'Achille (2003: 66) sottintende il concetto di prestigio, una parte imprescindibile di ogni situazione di contatto linguistico. Infatti, se un certo popolo gode della superiorità in determinati ambiti, essa influisce sull'accoglimento di parole provenienti dalla lingua di quel popolo in altre lingue.

### 2.1 Distinzione tra prestiti di necessità e prestiti di lusso

Dato che ogni processo d'interferenza corrisponde a un bisogno dei parlanti che sono spinti da esigenze terminologiche, espressive ed evocative, i prestiti possono essere suddivisi in prestiti di necessità e di lusso (Fanfani 2011: 1159). I prestiti di necessità nascono dall'esigenza di denominare referenti che fino a quel momento erano sconosciuti. In questi casi più frequentemente si ricorre alla lingua d'origine di un certo prestito, formando una parola che può essere più o meno imitativa dell'originale. Gli esempi di questo tipo di prestiti sono i diversi forestierismi (Adamo, Della Valle 2019) che denotano, per l'appunto, concetti nuovi. Al contrario, i prestiti di lusso sono quelli superflui, dato che i termini corrispondenti già esistono nella lingua che li importa. Questo fenomeno avviene in seguito a fatti di moda e

perciò i prestiti di lusso assumono una connotazione puramente stilistica (D'Achille 2003: 66-67).

Inoltre, si fa la distinzione tra prestito adattato al sistema morfologico e fonologico della lingua che lo assume (detto anche prestito integrato) e quello non adattato (non integrato), che viene preso nella sua forma originaria, senza modificazioni (Beccaria 2003: 20). Quanto ai prestiti inglesi adattati alla lingua italiana, di essi ce ne occuperemo più nello specifico nella parte successiva a quella inerente all'analisi.

## 2.2 Linguaggio dei giovani

L'età è un fattore che influisce significativamente sul modo di esprimersi ed è particolarmente evidente nell'interazione verbale. Gli adolescenti e i post-adolescenti parlano in maniera diversa rispetto alle persone più mature, tanto che si è formato un nuovo tipo di gergo, il cosiddetto linguaggio giovanile (Berruto 2004: 113-114). Alcuni linguisti ritengono che la lingua dei giovani sia un modo di comunicare che spesso tende all'esagerazione. Il gergo giovanile, come qualsiasi altro tipo di gergo, non rispetta norme o regole. Perciò analizzandolo non poniamo le domande di tipo standardologico bensì adottiamo l'approccio puramente descrittivo. Il termine gergo indica «un linguaggio artificiale, composto di molti vocaboli deformati o di significato alterato, usato da determinati gruppi sociali per non farsi intendere dagli estranei».<sup>2</sup> In altre parole, si tratta di un tipo di comunicazione adoperato esclusivamente tra le persone che lo condividono, mentre chi non lo capisce o lo trova difficilmente decodificabile viene escluso dalla comunicazione.<sup>3</sup> Dal punto di vista sociolinguistico, il gergo è una «varietà di lingua marcata in diafasia (in quanto è impiegata solo in determinate situazioni) e in diastratia (in quanto si forma all'interno di un certo gruppo sociale, e ne diventa contrassegno tipico)[...]» (Berruto 2004: 114). Gli appartenenti a questo gruppo sociale di solito condividono i luoghi d'incontro, come la scuola, il bar o le discoteche e hanno in comune alcuni interessi come la musica e gli hobby. Secondo Cortelazzo (2010: 584), possiamo individuare tre funzioni del linguaggio giovanile: la funzione identitaria che segna l'appartenenza ad un gruppo e lo delimita verso l'esterno, la

---

<sup>2</sup> *Giovani: una lingua "esagerata"* in *Dizionario del Corriere della Sera*, <<https://dizionari.corriere.it/dizionario-si-dice/G/giovani-una-lingua-esagerata.shtml>> (05/04/2022).

<sup>3</sup> *Ibid.*

funzione di autoaffermazione nei confronti del gruppo e al suo interno e la funzione ludica ovvero l'ibridazione del materiale linguistico che entra a far parte di questa varietà. Il linguaggio giovanile è una varietà ibrida, basata sull'italiano colloquiale informale e costituita da diversi strati come quello dialettale e gergale, con inserti di parole provenienti da varie lingue straniere, speciali o dalla lingua dei mass-media. Il linguaggio giovanile si realizza concretamente nella forma di parlato informale o nella scrittura informale, per esempio SMS, chat, e-mail (Cortelazzo, 2010: 583-586).

Una caratteristica molto evidente del lessico giovanile sono i numerosi anglicismi, entrati nella lingua tramite l'uso del computer e dei cellulari, ma soprattutto grazie a Internet (Berruto, 2004: 115). Si tratta di nuovi mezzi di comunicazione di massa rispetto a quelli tradizionali come il telefono, la radio, il cinema e la televisione, che stanno cambiando continuamente non solo l'italiano, ma anche tutte le altre lingue (D'Achille, 2017).<sup>4</sup> Per quanto riguarda i forestierismi entrati nel lessico giovanile, Cortelazzo (2010) sottolinea il primato della dimensione ludica, in particolare la sostituzione delle parole già esistenti in italiano con quelle provenienti dalle lingue straniere oppure i pseudoforestierismi, creati aggiungendo le desinenze o i suffissi stranieri alle parole italiane.

### **2.3 Linguaggio dei social**

La comunicazione in rete è caratterizzata dalla brevità dei messaggi e dalla rapidità con cui si predispongono. Siccome i social vengono utilizzati per lo più dai giovani, non sorprende che il linguaggio dei social condivida alcuni punti toccanti con quello giovanile, come la decisa tendenza al plurilinguismo (D'Achille, 2017). Gli errori sono molto comuni e non si tratta solo di quelli di natura ortografica, che sembrano quasi aspettati e inevitabili data la velocità e la poca attenzione nella composizione, ma anche di incompletezze sintattiche. È interessante che i lettori mostrino molta tolleranza nei confronti di essi, forse perché quello che si scrive sui social raramente viene riletto o letto con poca attenzione in primo posto. Secondo D'Achille (2017), i legami sintattici tra le parti del testo risultano molto indeboliti, ma l'autore sottolinea che ai fini della coesione spesso vengono adoperati i segnali discorsivi

---

<sup>4</sup> D'ACHILLE, Paolo (2017). *I social network e la lingua italiana, tra neologismi e anglicismi*, in: *Accademia della Crusca*, <<https://accademiadellacrusca.it/it/contenuti/i-social-network-e-la-lingua-italiana-tra-neologismi-e-anglicismi/83>> (14/07/2022).

tipici del linguaggio parlato. A differenza dei testi scritti tradizionali, caratterizzati da coerenza, coesione e un certo tema, quelli dei social sono dei frammenti senza autonomia che assumono un significato pieno soltanto all'interno del proprio contesto. Questo tipo testuale viene quindi caratterizzato da intenzionalità, accettabilità, situazionalità e intertestualità (Beaugrande, Dressler 1994). Inoltre, il linguaggio dei social condivide altre proprietà con il parlato, come la dialogicità e l'interattività, dato che richiede la collaborazione e l'interazione attiva con il destinatario. Infine, la testualità dei social è caratterizzata dalla semplificazione della punteggiatura, dove il punto e la virgola sono raramente usati, mentre il punto esclamativo e quello interrogativo vengono adoperati, insieme con le emoticon, per dare una maggiore espressività (D'Achille, 2017).

### **2.3.1 Caratteristiche lessicali del linguaggio dei social**

Dal punto di vista lessicale, il linguaggio dei social abbonda di neologismi e anglicismi. Essi sono molto diffusi nell'italiano contemporaneo per via del prestigio dell'inglese, evidente soprattutto in certi settori come quello dell'informatica, dell'economia o della musica. D'Achille (2017) nota che oggi esiste la tendenza ad accogliere le parole straniere senza adattare o ricorrere ai calchi, come si faceva di solito nel passato. Ciononostante, gli adattamenti esistono almeno nella pronuncia, che diventa italianizzata, o a volte nella grafia, per esempio nel caso dei grafemi *h* o *k*. Per quanto riguarda i verbi, essi vengono adattati aggiungendo il suffisso italiano *-are* alla parola inglese e quindi entrano a far parte, nella maggioranza dei casi, della prima coniugazione. Infine, la lingua dei social è piena di sigle ed abbreviazioni, spesso provenienti dall'inglese, più o meno adattate all'italiano.

### 3. PRESENTAZIONE DEL CORPUS

#### 3.1 Cos'è *Instagram* e quando nasce

*Instagram* è un social network gratuito che permette agli utenti di condividere foto e video, ma anche di inviare messaggi in chat (il cosiddetto *Direct Message* o abbreviato *DM*). La piattaforma è stata fondata il 6 ottobre 2010 da Kevin Systrom e Mike Krieger. Nel 2012, *Instagram* entra a far parte della società *Facebook Inc* (che oggi porta il nome *Meta*), poiché è stata acquisita da Mark Zuckerberg per incirca 1 miliardo di dollari.<sup>5</sup>

#### 3.1.2 Funzionalità base e loro caratteristiche

Quello che distingue *Instagram* da altri social network che l'hanno preceduto è il fatto che si tratta di un social network esclusivamente fotografico e visuale.<sup>6</sup> A differenza di *Facebook* e *Twitter*, su *Instagram* non esiste la possibilità di scrivere lunghi status testuali, ma lo si può fare soltanto sotto un'immagine o un video, nella forma della cosiddetta *caption*, ovvero il testo, preferibilmente breve, del *post*. Tra le sue funzionalità di base, tranne quelle citate sopra, *Instagram* offre la possibilità di editare foto e video prima di postarle nel *feed*, tagging altri utenti e aggiungere la geolocalizzazione dei *post*. Essendo in continua evoluzione, *Instagram* integra sempre più funzionalità, come per esempio *le stories*, che eredita da *Snapchat*, e *i reels*, creati sul modello di *TikTok*.<sup>7</sup> *Le stories* sono un tipo di aggiornamento temporaneo che dura 60 secondi al massimo e resta visibile solo per 24 ore dalla pubblicazione. In esse gli utenti possono condividere foto, video o intere frasi di testo con i propri *follower*, che poi possono aggiungerne un commento o una reazione per iniziare la conversazione con l'utente che ha pubblicato la storia.<sup>8</sup> Per quanto riguarda la funzionalità

---

<sup>5</sup> ZAMBON, Matteo (2019), *Glossario: Instagram*, in: *Tag Manager Italia*, <<https://www.tagmanageritalia.it/glossario-instagram/#gref>> (04/04/2022).

<sup>6</sup> *Instagram: cos'è, come funziona e a cosa serve*, in: *Team World* (2020), <<https://www.teamworld.it/tecnologia/instagram-come-funziona-e-come-si-usa/>> (04/04/2022).

<sup>7</sup> ZAMBON, Matteo (2019), op. cit.

<sup>8</sup> *Instagram: cos'è, come funziona e a cosa serve*, in: *Team World* (2020), <<https://www.teamworld.it/tecnologia/instagram-come-funziona-e-come-si-usa/>> (04/04/2022).

dei *reels*, essa permette di registrare e condividere video che durano 90 secondi al massimo, aggiungendovi effetti grafici e sottofondo musicale.<sup>9</sup>

### 3.1.3 Utenti di *Instagram*

Secondo il riporto di *eMarketer* del 2021, ci sono 1,074 miliardi gli utenti attivi su *Instagram* ogni mese, rispetto ai 500 milioni di utenti attivi ogni giorno in tutto il mondo e si prevede che i numeri aumenteranno ulteriormente nei prossimi anni. Dato che l'Istat non si è ancora occupato di ricerche di questo tipo, ci siamo serviti di altre fonti attendibili. Quanto agli utenti di *Instagram* in Italia, secondo i dati riportati da Statista, il 42% della popolazione italiana è attiva su *Instagram*, dato che corrisponde a 25,6 milioni di utenti, presumendo che i numeri arriveranno ai 35,1 milioni nel 2025. L'età degli utenti, come mostrano i dati forniti dal report *We Are Social 2021*, nella stragrande maggioranza dei casi (il 70%) è meno di 35 anni.<sup>10</sup> Più in particolare, «la fascia d'età più popolare riguarda gli utenti tra i 25 e i 34 anni, seguita dagli utenti tra i 18 e i 24 anni».<sup>11</sup>

### 3.1.4 Diverse tipologie di profili su *Instagram* e loro caratteristiche

L'utente più comune di *Instagram* è una persona che ci si registra con la propria identità fisica a scopi di socializzazione e per seguire i propri interessi. Accanto a questo tipo di *account*, esiste un altro — quello associato ad un marchio, un'azienda o ad un personaggio pubblico. Quindi, oltre alla semplice socializzazione, questa piattaforma è pensata anche come un ottimo mezzo di marketing e si usa a fini pubblicitari o commerciali. Questo tipo di profilo può essere ulteriormente suddiviso in altri due tipi di profilo: profilo aziendale e quello di *creator*. Il profilo di tipo aziendale viene utilizzato a scopi commerciali da diverse aziende, marchi o da *influencer*. Viene usato maggiormente per fare pubblicità, ma offre la possibilità di monitoraggio dei dati e delle interazioni con altri utenti. Invece, il profilo di

---

<sup>9</sup> CRESCENZI, Chiara (2020), *Instagram Reel: cos'è, come si crea e perché è diverso da TikTok*, in: *Studiosamo*, <<https://www.studiosamo.it/instagram-reel-cose-come-si-crea-e-perche-e-diverso-da-tiktok/>> (04/04/2022).

<sup>10</sup> CASTAGNA, Giulia (2021), *Statistiche Instagram: 9 metriche per migliorare la strategia social nel 2021*, in: *Shopify*, <<https://it.shopify.com/blog/statistiche-instagram>> (04/04/2022).

<sup>11</sup> MOHSIN, Maryam (2021), *Statistiche di instagram che ogni imprenditore dovrebbe conoscere nel 2022*, in: *Oberlo*, <<https://www.oberlo.it/blog/statistiche-di-instagram>> (04/04/2022).

*creator* è destinato ai creatori di contenuti digitali o agli *influencer*. Condivide le stesse funzionalità del profilo aziendale, con l'aggiunta di strumenti per la gestione del profilo e per il monitoraggio e la valutazione del contenuto pubblicato, che mirano a migliorarne la qualità e infine ad accrescere il numero di interazioni e di *follower*.<sup>12</sup>

### 3.1.5 Cosa sono *gli influencer*

Il denominatore comune in questi due casi è infatti *l'influencer*. Si tratta di una persona con un profilo seguito da migliaia o a volte anche da milioni di *follower*. *Gli influencer* vengono considerati affidabili da numerosi *brand*, dato che possiedono ottime competenze nel comunicare alla massa e ad influenzarla.<sup>13</sup> Loro creano dei contenuti che possono provocare moltissime interazioni, sia perché *i follower* sono in grado di trovarne tracce di sé oppure perché la quotidianità mostrata da essi è completamente diversa da quella di una persona qualsiasi. Proprio grazie a questi motivi, le aziende e i marchi spesso li assumono per pubblicizzare i loro prodotti e servizi. In ogni caso, *gli influencer* sono seguiti da molti e non è azzardato dire che, se sono in grado di spingere i loro *follower* a spendere i propri soldi per acquistare certi prodotti, possono anche influenzare queste persone nei loro comportamenti e nel loro modo di esprimersi.

## 3.2 Diverse categorie tematiche di profili e contenuti analizzati nel corpus

In questo lavoro sarà analizzato il corpus che è stato raccolto su *Instagram* nel periodo che va da dicembre 2021 a marzo 2022. La ricerca si basa su diversi profili che sono stati seguiti durante questo periodo e sul contenuto che hanno pubblicato. Si è cercato di trovare esempi che illustrino la comunicazione quotidiana dei giovani utenti di *Instagram* con i loro *follower*, mettendo l'accento sull'uso di anglicismi.

Al fine di rendere questa ricerca la più diversificata e la più approfondita possibile, si è cercato di seguire i profili i cui contenuti si basano sui vari interessi dei giovani di oggi. Alcuni di questi sono *i beauty bloggers* che pubblicano il contenuto legato a trucco e *skincare*

---

<sup>12</sup> *Instagram: cos'è, come funziona e a cosa serve*, in: *Team World* (2020), <<https://www.teamworld.it/tecnologia/instagram-come-funziona-e-come-si-usa/>> (04/04/2022).

<sup>13</sup> ZAMBON, Matteo (2019), op. cit.

*routine*, capelli, unghie, gioielli e via dicendo. Poi ci sono dei *travel bloggers* che viaggiano verso diverse destinazioni del mondo e ne parlano su *Instagram* — dove sono andati, cosa hanno visto, come hanno trascorso il loro tempo lì. Inoltre, danno dei consigli utili su dove andare, quale tipo di alloggio affittare, dove e cosa mangiare e cose simili. Altri profili invece pubblicano il contenuto sulla gastronomia e si tratta sia dei cuochi professionisti sia di appassionati di cucina. Loro di solito condividono foto o video dei cibi che hanno preparato o mangiato, offrendoci spesso delle ricette. Ci sono anche dei profili che si occupano di moda e abbigliamento, che di solito mostrano ai propri *follower* gli abiti che hanno acquistato di recente, dando dei suggerimenti su come o con quali altri indumenti si possono indossare. Il contenuto di alcuni profili si basa su arredamento e decorazione della casa e infine ci sono degli amanti della musica e gli appassionati di tecnologia e gaming.

### **3.3 Metodo usato nell'esposizione e nell'analisi**

Al fine di avere una maggiore chiarezza e semplicità nell'esposizione, si è deciso di sistemare gli esempi classificandoli in diverse categorie tematiche: Arredamento Casa, Cosmesi, Gastronomia, Moda e Abbigliamento, Musica, Tecnologia e Gaming, Viaggio.

Bisogna dire che a volte un certo utente di *Instagram* ha più di un interesse — il contenuto che pubblica appartiene quindi a diverse aree tematiche e perciò raramente può essere sistemato in una singola categoria. Fatta eccezione per i gruppi citati sopra, nel corpus spesso appaiono anglicismi che appartengono al livello del metalinguaggio, e quindi comuni a tutti i profili analizzati.

Inoltre, dato che si tratta di prestiti di lusso e non di quelli di necessità, si cercherà di offrire anche i possibili equivalenti italiani, laddove presenti. Infine, ci sembra opportuno dedicare una certa attenzione ad alcuni fenomeni linguistici che possono essere osservati, come calchi e adattamenti, nonché l'uso di *code-switching*, *code mixing* e frasi fatte.

## 4. CAMPI SEMANTICI ED ANALISI LESSICOLOGICA

In questo capitolo verrà presentato il corpus, dove gli esempi saranno suddivisi in diverse categorie in base al loro significato. Più precisamente, si tratta di diversi campi semantici, ciascuno dei quali sarà presentato separatamente nelle rispettive sezioni (da 4.2 a 4.9). Inoltre, gli esempi saranno analizzati dal punto di vista lessicologico, cercando anche di spiegare le ragioni sociolinguistiche del loro uso.

Una sezione iniziale (4.1) verrà dedicata agli anglicismi che appaiono nel linguaggio dei giovani in generale, dove saranno esposti e analizzati gli esempi che non appartengono necessariamente ad alcun campo semantico in particolare, ma che rappresentano la comunicazione online del gruppo sociale in questione. Il campo semantico che viene presentato per primo sarà quello dedicato al metalinguaggio (sezione 4.2). La ragione, come già accennato, sta nel fatto che questo tipo di anglicismi è molto frequente nel corpus e, di conseguenza, appare anche in ogni campo semantico che segue. I restanti campi semantici verranno ordinati in base alla quantità di esempi trovati, partendo dalla categoria che contiene il maggior numero di anglicismi e infine quella che ne contiene meno.

### 4.1 Analisi del linguaggio dei giovani

In questa sezione verranno elencati e analizzati gli esempi tratti dall'intero corpus che rappresentano la comunicazione tipica dei giovani italiani sui social. In base ad essi, vedremo come la tendenza ad usare anglicismi corrisponde alle tre funzioni del linguaggio giovanile enfatizzate da Cortelazzo (2010: 584): identitaria, ludica e quella di autoaffermazione. Da un lato, usando gli anglicismi, i giovani cercano di mostrare che sono speciali, interessanti e *cool*. Quindi, in questo modo dichiarano la loro appartenenza ad un gruppo composto da altre persone interessanti e *cool*, simili a loro. Ciò che meglio li caratterizza come gruppo è il fatto che sono moderni, sempre ben informati sulle attualità del mondo contemporaneo — sanno se qualcosa è di moda o meno, quali sono le ultime tendenze che tutti dovrebbero seguire e via dicendo. Dall'altro lato, usando i prestiti inglesi, i giovani si separano da altri parlanti “meno interessanti e *cool*” che non capiscono il linguaggio di cui questo gruppo sociale si serve.

Nello stesso tempo, si affermano così all'interno del proprio gruppo sociale, dimostrando che ne sono membri degni perché sono tutti simili tra loro.

Secondo Cortelazzo (2010: 585), nel linguaggio giovanile le parole italiane comuni spesso vengono sostituite con le rispettive parole straniere. Possiamo vedere questo fenomeno in un gran numero di esempi del corpus e si tratta sempre di prestiti di lusso:

- 1) *Adesso vado a fare un **meeting** in Gae con i miei soci per una **start up**, però non ti preoccupare, ti chiamo alle 18 perché dopo ho una **call** (G)<sup>14</sup>*
- 2) *Ma ci credete che mi permettono di **fare talk** con @alessandro\_benetton con questi capelli? (MeA)*
- 3) *Fatti veri che sembrano **fake** (C)*
- 4) *La solita **poser** (V)*

Come possiamo notare, le parole inglesi che vengono usate sono davvero semplici e non bisogna avere un'ottima conoscenza della lingua per poterle utilizzare o comprendere, ma certamente fanno sembrare la persona che le usa più interessante o divertente.

Secondo Cortelazzo (2010: 583), una delle caratteristiche del linguaggio giovanile è la trascuratezza nell'articolazione. Poiché questa tesi si basa sulla comunicazione dei giovani su *Instagram*, che è esclusivamente scritta, quest'affermazione non può né essere confermata né negata in base al corpus. La trascuratezza nell'articolazione può riflettersi anche nell'ortografia, ma nel corpus non vi sono molte tracce di italiano popolare o trascurato e le regole ortografiche dell'italiano standard vengono grossomodo rispettate.

Anche il turpiloquio rappresenta una parte importante del linguaggio giovanile (Cortelazzo 2010: 585). Utilizzandolo, i giovani esprimono la loro ribellione e la loro creatività, ma cercano anche di resistere o sfidare le autorità. Comunque, in questo corpus il turpiloquio appare raramente o si presenta in forma mitigata o censurata.

---

<sup>14</sup> Alcuni esempi vengono accompagnati da un'abbreviazione che indica da quale parte del corpus sono stati tratti. Le abbreviazioni servono ad illustrare che un termine o un fenomeno è rappresentato ugualmente in diverse parti del corpus. Per facilità di comprensione, segue un elenco di abbreviazioni per campi semantici che indicano: ML (Metalinguaggio); C (Cosmesi); MeA (Moda e Abbigliamento); G (Gastronomia); AC (Arredamento Casa); V (Viaggio); TeG (Tecnologia e Gaming); M (Musica).

Ecco alcuni esempi:

- 5) *Cavolo finalmente mi sono ricordato di postare anche qui oltre che su YouTube* (M)
- 6) *Porca vacca mi sono scordato di postare, mannaggina.* (G)
- 7) *Anche voi volete sapere **who the f\*\*\* ABOUT YOU is?*** (MeA)
- 8) *Il lancio della collezione “**Who the f\*\*\* is this**” di @dardan è oggi.* (MeA)
- 9) *Online sul canale FOOD TOUR DEI MIGLIORI FRITTI A ROMA  
Con un trailer così, immaginatevi il video che **porcata** è* (G)

Per di più, Cortelazzo (2010: 585) sottolinea che il linguaggio giovanile è caratterizzato da un’alta disponibilità di lessico sessuale e coprolalico. Si nota nel corpus la terminologia usata per parlare di innamoramento, amore e sesso:

- 10) *L’87% degli uomini confonde il comportamento amichevole di una donna con **il flirt***
- 11) *Chi sarà il nuovo **flirt** di @dilettaleotta?!?!*
- 12) *Presentare **la tua crush** in famiglia, nulla può andare storto.*
- 13) *Buon San Valentino a tutti, pure ai **single***
- 14) *In questa foto mi sono cimentato come modello per @boolean.careers abbiamo deciso di collaborare a lungo termine e sono riuscito a vendermi anche come **sex symbol**. Avete visto il video a tema programmazione web?*

Inoltre, il lessico, che per decenni è stato legato alla cinematografia, è ora utilizzato per parlare di serie che i giovani guardano tramite Netflix e altri servizi di streaming del genere:

- 15) *@opheliamillass, @rocco\_fasano e @giacomo.ferrara nello stesso film?  
Amiamo questo **crossover**. Non mi uccidere, è ora disponibile*
- 16) *È uscito **il trailer** della nostra nuova serie The Ferragnez* (M)

- 17) **SPOILER ALERT** - La giornata perfetta per un **rewatch** di questi episodi
- 18) P.S. La mia ricerca di trucchetti di moda per rinnovare capi che abbiamo già nell'armadio continua... **stay tuned** per altri contenuti tendenze (MeA)

Numerosi sono gli esempi di parole ed espressioni inglesi tipiche del linguaggio dei social, come *mood* o *throwback*:

- 19) **Mood**: ne riparlamo a Settembre (V)
- 20) Vi elenco **i mood** delle foto (...) Se avete altri **mood**, scrivetemelo pure nei commenti (G)
- 21) **#throwback**: un momento con Lulù (V)

Usando il termine *mood*, oltre al suo significato letterale, i giovani intendono che anche loro possono identificarsi con una certa frase o azione.<sup>15</sup> Mentre, se uno scrive *throwback* sotto la foto che pubblica sui social, vuol dire che si tratta di un caro ricordo del passato che ora vuole condividere di nuovo con altri.

Un altro termine tipico che viene usato dai giovani è *gang*:

- 22) Papà **gang**
- 23) Frangetta **gang**
- 24) **La gang** del maglioncino

---

<sup>15</sup> *Mood* in *Urban Dictionary*, <<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Mood>> (29/08/2002).

*Urban Dictionary* è un sito web su cui chiunque può suggerire sia una nuova parola che una nuova definizione di una parola già esistente, molto prima che lo facciano i lessicografi. È stato fondato nel 1999 dallo studente di informatica Aaron Peckham (cfr. <<https://daily.jstor.org/how-linguists-are-using-urban-dictionary/>>). Ovviamente, non si tratta di un dizionario vero e proprio, nel senso pieno della parola, ma di un utile strumento dove sono presenti varie espressioni usate dai giovani, non solo nella comunicazione colloquiale e quotidiana, ma anche di quella in rete. Trattandosi di espressioni e fenomeni molto recenti, spesso è difficile trovare una fonte credibile per spiegarli. Tenendo tutto questo in considerazione, il sito *Urban Dictionary* sembra il punto di partenza più logico e pertinente.

Questo termine potrebbe essere sostituito con italiano *banda* e spesso indica l'appartenenza a un certo gruppo oppure viene usato per sottolineare le similitudini condivise tra più persone.

In diversi esempi si parla di un hobby tipico della popolazione giovane, lo skateboard:

25) *LINK IN BIO DELL'ULTIMO VIDEO - **skeitare** sulla neve*

26) *Bella raga, sono Marcello, il vostro **skater boy** preferito*

Il termine *skateboard*, spesso abbreviato in *skate*, denota sia l'attrezzo per schettinare, sia lo sport che si pratica utilizzandolo.<sup>16</sup> La parola *skater* deriva dalla parola *skate* e indica la persona che si occupa di tale sport.<sup>17</sup> Lo stesso significato vale per l'espressione *skater boy*,<sup>18</sup> ma in gergo può indicare anche una persona che cerca di adottare lo stile e l'atteggiamento di uno *skater*, nel senso stereotipato. L'espressione è stata resa popolare dopo l'uscita della canzone intitolata *Sk8er Boi* dalla cantante e cantautrice canadese Avril Lavigne nel 2002.<sup>19</sup>

Nel corpus incontriamo diversi esempi dai campi semantici di Moda (*il pattern*, *la custom*), Cosmesi (*la skincare*) e Gastronomia (*iced*):

27) *Trova **il pattern***

28) *Hai visto il nuovo video su come Frank ha realizzato questa **custom**?*

29) *faccio sempre **skincare***

30) *primo **iced** della stagione, io felicissima*

Gli anglicismi usati negli esempi 28, 29 e 30 sono infatti le abbreviazioni dei sintagmi e si tratta rispettivamente delle espressioni *custom made*, *skincare routine* e *iced latte/ coffee*.

---

<sup>16</sup> *Skateboard* in *Dizionario Internazionale De Mauro*, <<https://dizionario.internazionale.it/parola/skateboard>> (29/08/2022).

<sup>17</sup> *Skater* in *Vocabolario online Treccani*, <<https://www.treccani.it/vocabolario/skater/>> (29/08/2022).

<sup>18</sup> *Skater boy* in *Urban Dictionary*, <<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=skater%20boy>> (29/08/2022).

<sup>19</sup> *Skater boy* in *Dictionary.com*, <<https://www.dictionary.com/e/slang/skater-boy/>> (29/08/2022).

In aggiunta, nella lingua dei giovani, a volte interi sintagmi vengono tratti dall'inglese:

- 31) ***Italian culture is*** dire “ahah” quando non sappiamo come continuare una conversazione
- 32) ***Italian culture is*** riempire con l'acqua il flacone dello shampoo che sta per finire e continuare ad usarlo
- 33) ***Unpopular opinion:*** il cocco è buonissimo
- 34) ***Le macchine di 50 anni fa sono più belle di quelle attuali, change my mind***
- 35) ***Why so serious?***
- 36) ***A pop of red***

La frase *Italian culture is* può essere tradotta letteralmente con *la cultura italiana è* e può essere usata per esprimere qualsiasi situazione tipica della cultura italiana. In seguito, i sintagmi *unpopular opinion* e *change my mind* sono in qualche modo simili tra loro, dato che vengono usati per esprimere le proprie opinioni: il primo esprime un'opinione diversa da quella condivisa comunemente dalla maggioranza, mentre il secondo si usa per convincere qualcuno che ha un'opinione opposta alla nostra a reconsiderarla o cambiarla. Inoltre, la frase *Why so serious?* è infatti la citazione pronunciata dal personaggio Joker in uno dei film della saga *Batman* e nel linguaggio quotidiano può essere usata per dire a qualcuno di alleggerire o di affrontare la situazione con più leggerezza.<sup>20</sup> La frase è spesso usata come il testo dei *post*, sotto le immagini in cui le persone hanno espressioni facciali molto serie. Infine, la frase *a pop of* può essere usata con qualsiasi colore ed è tipica del mondo di moda e abbigliamento, trucco e arredamento. In ogni caso, si pensi all'aspetto monotono che viene poi migliorato con un po' di colore.

Nel capitolo introduttivo abbiamo discusso il concetto di “prestito di lusso”, perciò l'obiettivo di questa parte della tesi sarà quello di vedere quanti degli esempi presenti nel corpus appartengono ad una certa categoria e quali sono i prestiti di lusso.

---

<sup>20</sup> *Why so serious?* in *Urban Dictionary*, <<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Why%20so%20serious%3F>> (29/08/2022).

A questo punto segue una tabella dove vengono riportati gli esempi estrapolati dall'analisi del linguaggio dei giovani con i rispettivi equivalenti italiani, nel caso che gli stessi già esistono nella lingua.<sup>21</sup>

Tabella 1 — Possibili equivalenti italiani per la categoria Analisi del linguaggio dei giovani

ANGLISMO	EQUIVALENTE ITALIANO
Il meeting	L'incontro/ l'appuntamento
La start up	Nuova impresa
La call	La telefonata
Fare talk	Parlare
Fake	Irreale/ surreale/ falso
(la) Poser	Sbruffone, pallone gonfiato, borioso, che si dà delle arie
Who the f*** XY is	Chi è XY
Online	In rete
Il food tour	Un giro/ itinerario/ percorso gastronomico
Il trailer	/
Il flirt	La seduzione
La crush	La persona d'interesse amoroso, la cotta, la sbandata
(i) Single	Nubile/ celibe
Sex symbol	/
Il crossover	Il miscuglio di generi
Il rewatch	Rivedere
Spoiler alert	Rovinare (l'effetto) sorpresa
Stay tuned	Restate connessi
Il/ i mood	Umore, lo stato d'animo

<sup>21</sup> A volte non è possibile trovare gli equivalenti totali o addati oppure si tratta sia di una traduzione letterale sia di parafrasi. In questi casi, le soluzioni possibili che verranno proposte nella tabella saranno seguite dal segno \*.

ANGLISMO	EQUIVALENTE ITALIANO
Throwback	Il ritorno al passato
La gang	La banda, il gruppo
Skeitare	Skate(board), andare sullo skateboard, pattinare, schettinare
Il skater boy	Il ragazzo sullo skateboard*
Il pattern	Motivo, disegno
(la) Custom (made)	Fatto su misura
Skincare (routine)	La cura della pelle
L'iced (latte/ coffee)	Caffè freddo
Italian culture is	La cultura italiana è
Unpopular opinion	Parere/ opinione impopolare, malaccetto
Change my mind	Convincetemi a cambiare idea
Why so serious?	Perché così serio?
A pop of red	Un po' di rosso

Gli anglicismi in questione sono maggiormente prestiti di lusso e possono essere sostituiti con gli equivalenti proposti nella tabella 1. Se si utilizzassero gli equivalenti italiani, non ci sarebbe alcuna perdita sul significato di tali espressioni. In questi casi, optare per gli anglicismi è una scelta puramente stilistica. Come già spiegato, i giovani li usano per distinguersi dalla massa e, nello stesso tempo, per inserirsi in un gruppo sociale formato da altre persone simili a loro. Quindi, nel caso delle parole italiane comuni che vengono sostituite con le rispettive parole straniere (gli esempi 1 – 4) si tratta, senza dubbio, di prestiti di lusso. Per quanto riguarda gli esempi della sfera di innamoramento, amore e sesso e quella della cinematografia, la terminologia si è generalmente già consolidata nella lingua italiana. Si pensi alle espressioni come *sex symbol*, *flirt*, *trailer* e *spoiler alert*. Quindi, non ha senso cercare gli equivalenti italiani perché il loro uso sarebbe imposto e in definitiva innaturale. In altri casi invece, gli equivalenti esistono, ma non ci si può aspettare che i giovani comincino ad usarli. Questo si riferisce ai sintagmi presi in prestito dall'inglese: essi possono essere tradotti, ma le versioni inglesi vengono usate da tutti i giovani, non solo quelli italiani.

Più concretamente, Cortelazzo (2010: 585) sottolinea che «il forestierismo marca il senso di appartenenza del gruppo a un più vasto universo giovanile, di dimensioni sovranazionali». Questo viene senza dubbio confermato dai numerosi esempi presenti nel corpus.

#### 4.2 Anglismi al livello del metalinguaggio

La stragrande maggioranza degli esempi appartenenti a questa categoria è comune a tutti gli altri social network come *Facebook*, *Twitter*, *WhatsApp*, *YouTube* e *TikTok* — più rari sono, quindi, gli anglismi che fanno parte esclusivamente della sfera di *Instagram*. Può darsi che la ragione sia l'influsso reciproco che questi social, ma anche i loro utenti, hanno l'uno sull'altro. In altre parole, hanno in comune diverse funzionalità e di conseguenza condividono anche i termini per indicarle. Perciò possiamo parlare infatti di metalinguaggio dei social contemporanei.

Bisogna dire che, quando si parla di queste piattaforme, di solito si usa il termine *i social*, ma in alcuni casi viene preso in prestito l'intero sintagma inglese *i social media* oppure *i social network*:

- 37) *Questa ricetta sta spopolando sui **social**, non potevamo quindi sottrarci dal farla, ma personalizzata a modo nostro.* (G)
- 38) *Più rimani in contatto con il tuo ex sui **social media**, più difficile sarà superare la rottura*

Tra gli anglismi più vecchi che troviamo in questa categoria c'è sicuramente la parola *chat*. Si tratta di una forma di comunicazione diffusasi nel mondo già a partire degli anni Novanta. Visto che esiste da oltre 30 anni ormai, non sorprende affatto che ci sia stato un cambiamento nel significato e nell'uso di questa parola. Essa in italiano viene usata nel femminile e vuol dire letteralmente *chiacchierata*.

In un primo momento, il termine veniva usato per indicare un servizio online (un programma o un sito) che permetteva la comunicazione in tempo reale tra due o più utenti di Internet.<sup>22</sup> Nel seguente esempio possiamo osservare com'è cambiato il significato del termine:

39) *Entrare su WhatsApp per rispondere a una sola **chat** e ignorare il resto*

Vediamo che il significato è passato dall'indicare il luogo dove avviene la conversazione all'indicare la conversazione stessa. Quindi, nell'epoca dei social, la parola *chat* viene usata per denotare lo scambio di messaggi con una o più persone.

Tra i termini più tipici che troviamo sui social c'è il sostantivo *post* insieme ai suoi derivati, il sostantivo *repost* e i verbi *postare* e *repostare* (si vedano esempi 6 e 7):

40) *Segui @Situazionitipo per altri **post** del genere*

41) *Nella seconda e terza foto stavo sicuramente raccontando una barzelletta sconcia che ha messo tutti in imbarazzo. Scrivimi una barzelletta che mi faccia ridere e vinci un **repost** nelle storie*

Negli esempi che seguono, possiamo osservare come un'altra parola che esisteva già da prima, *salvare*, abbia assunto un significato nuovo:

42) *Non dimenticare di **salvare questo post**, per una routine impeccabile dalla mattina alla sera (C)*

43) *Nel prossimo **post** vi parlerò di un altro luogo di Fuerte che mi ha rubato il cuore. Intanto **salvate** questo. (V)*

44) *Fuerteventura - **post da salvare** con un po' di info legate a queste foto random (V)*

---

<sup>22</sup> Chat in *Dizionario di Italiano La Repubblica*, <<https://dizionari.repubblica.it/Italiano/C/chat.html>> (19/082022).

Nell'ambito di informatica, il verbo *salvare* si usa per indicare l'atto di «copiare i dati sui quali si sta lavorando su un supporto [...] allo scopo d'impedire che vadano perduti o cancellati per errore».<sup>23</sup> Oltre a questo uso relativamente nuovo della parola, con l'arrivo dei social, *salvare* assume un altro significato. Si tratta della funzionalità di salvare il contenuto pubblicato che abbiamo visto, per esempio su *Instagram* (ma anche su altre piattaforme), per poter poi accedere a esso di nuovo nel futuro.

Inoltre, sui social troviamo altre locuzioni tipiche come *mettere like* o *fare swipe*:

- 45) *Petizione per **mettere like** ai messaggi di WhatsApp così se non so cosa dire **metto il like tattico***
- 46) *Ricordatevi di **mettere un bel like** e di condividere il video con i vostri amici e le vostre amiche. Un bacione e alla prossima! (C)*
- 47) *Condividete, **mettete like** e... un bacione! (C)*
- 48) *fatti sentire con un **like** (C)*
- 49) ***Swipe** per vedere quelli che partendo da nemici sono diventati qualcosa di più*
- 50) ***Fare swipe** per vedermi piangere*
- 51) *100% ossessionati con i look di Euphoria... quale ti rappresenta di più?  
**Swipe** per vederli tutti (C)*

Molto interessante è l'uso del verbo *swipe* — viene adoperato sia sulle app d'incontro come *Tinder*, sia su quelle dove si pubblicano le immagini. Fare *swipe* su *Tinder* significa mostrare interesse o meno nei confronti di una persona. Più concretamente, si fa *swipe right* quando la persona ci piace,<sup>24</sup> mentre nel caso opposto si fa *swipe left*.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> *Salvare* in *Vocabolario online Treccani*, <<https://www.treccani.it/vocabolario/salvare/>> (19/08/2022).

<sup>24</sup> *Swipe right* in *Urban Dictionary*, <<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Swipe%20right>> (19/08/2022).

<sup>25</sup> *Swipe left* in *Urban Dictionary*, <<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=swipe%20left>> (19/08/2022).

Su altre piattaforme, per esempio su *Instagram*, *Facebook* o *Twitter*, quando ci sono più immagini in un *post*, si può *fare swipe* da destra a sinistra sullo schermo per vedere le foto successive.<sup>26</sup>

Parlando delle foto, spesso sui social troviamo la terminologia che ha a che fare con la sfera della fotografia, come l'espressione *fare selfie*:

- 52) *Neanche dopo 300 tentativi riusciamo a **fare selfie** perfetti come questi*
- 53) *boh, mi sentivo carina e mi sono detta... **facciamoci due selfie** che male sicuramente non farà lol*

Il seguente esempio è la prova concreta che l'anglismo *selfie* coesiste nel linguaggio giovanile con la sua variante italiana *autoscatto*:

- 54) *Il backstage di questo **autoscatto** lo trovate nella seconda foto (C)*

Inoltre, parlando delle foto pubblicate sui social, è frequente l'uso di termini *screenshot*, *photobombing* e *photo dump*:

- 55) *Quando una donna ti chiede di non mentirle, sappi che ha già 14 **screenshot**, 3 testimoni, 7 audio e soprattutto le è stato confermato tutto in sogno*
- 56) ***photobombing** in spiaggia finito male (V)*
- 57) *Etna **photo dump**. Sarò salita in cima a piedi o con tutti i mezzi di trasporto possibili immaginabili? (V)*

---

<sup>26</sup> Cosa significa *swipe*? su *Wikibit*, <<https://www.wikibit.it/s/cosa-significa-swipe-2000/>> (19/08/2022).

Il neologismo *screenshot* indica l'azione di salvare la schermata del computer o dello smartphone nel formato di un'immagine.<sup>27</sup> *Photobombing* invece è l'atto di rovinare la fotografia appearing inaspettatamente nel campo visivo della fotocamera, generalmente come un tipo di scherzo o divertimento.<sup>28</sup> Infine, *photodump* è una serie di foto che non necessariamente si combinano o funzionano come un insieme tematicamente significativo. Più spesso, è una combinazione di varie immagini che la persona teneva nel proprio cellulare, pubblicate in un unico *post*.<sup>29</sup>

Sotto le foto pubblicate su *Instagram* di solito si trova *la caption*, cioè il testo che descrive *il post*:

58) *I love you so much perchè giochiamo insieme (caption per @ill0gic0 fatta da Grace) (C)*

Parlando di altre espressioni adoperate sui social, bisogna citare anche *link in bio*:

59) *Scopri di più nel link in bio (C)*

60) *Vai sul link nella mia bio!*

61) *Come sempre sul mio canale YouTube (Irene's Closet) vi ho pubblicato l'approfondimento con tutta la lista completa delle nuove tendenze, se vi interessa date un'occhiata. Link al mio canale YouTube in infobox. (MeA)*

La maggioranza dei social offre la possibilità di mettere il link nella biografia del proprio profilo, ma a differenza di altre piattaforme, su *Instagram* non è possibile condividere link cliccabili all'interno del testo di un *post* e perciò quest'espressione è così frequente. Mettendo

---

<sup>27</sup> *Screenshot* in *Enciclopedia online Treccani*, <[https://www.treccani.it/enciclopedia/screenshot\\_%28altro%29/](https://www.treccani.it/enciclopedia/screenshot_%28altro%29/)> (22/08/2022).

<sup>28</sup> *Photobombing* in *Oxford English Dictionary*, *Oxford University Press*, 2021 (22/08/2022).

<sup>29</sup> *Photo dump* in *Urban Dictionary*, <<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=photo%20dump>> (22/08/2022).

il *link in bio*, l'utente di un profilo su *Instagram* invita i propri *follower* a seguirlo su altri social o li rimanda ad una pagina prodotto o a qualche altro sito web importante.<sup>30</sup>

Una variante di quest'espressione compare su *YouTube* nella forma *link in the description*, dato che non è possibile cliccare sui link all'interno di un video.

In aggiunta, i link cliccabili su *Instagram*, oltre *in bio*, possono essere condivisi anche nelle storie:

- 62) *Ti lascio il link nelle storie* (C)
- 63) *Fate la differenza per la popolazione Ucraina anche con una piccola donazione. Io ho deciso di sostenere le azioni concrete di @crocerossaitaliana: sopportateli anche voi, ogni piccolo gesto è un aiuto concreto (link in bio e nelle stories per donare qualsiasi cifra)*

Un'altra funzionalità base dei social è quella di *taggare* ovvero associare il profilo ad un *post*, un'immagine o un commento. Cliccando su un certo *tag*, si arriva direttamente al profilo di persona o *brand* in questione.<sup>31</sup> Questo verbo appare in vari campi semantici del corpus:

- 64) *Scrivetemelo qui nei commenti e taggate i vostri amici e amiche per condividere la novità!* (C)
- 65) *Taggate qui sotto il vostro Sweet Valentine* (C)
- 66) *La moda è tutta ABOUT YOU! Taggaci nelle foto dei tuoi look* (MeA)
- 67) *Il solo ingrediente per fare le chips più croccanti e veloci del mondo, vediamo chi sarà il più veloce a replicarle e taggarci nelle stories* (G)
- 68) *Tagga un amico che è fissato con le Colombe.* (G)

---

<sup>30</sup>Cosa significa *link in bio*? in: Antonio de Carlo (2022), <[https://antoniodecarlo.it/link-in-bio-instagram/#Cosa\\_significa\\_link\\_in\\_bio](https://antoniodecarlo.it/link-in-bio-instagram/#Cosa_significa_link_in_bio)> (20/08/2022).

<sup>31</sup> L'importanza di un *tag*. Ma, esattamente, cosa vuol dire *taggare*? In *ELLE Italia* (2021), <<https://www.elle.com/it/lifestyle/tech/a36207110/qual-e-il-significato-di-taggar-cosa-vuol-dire/>> (20/08/2022)

I format come *blog*, *vlog* e *podcast* sono molto comuni sui social:

- 69) *La mia amica @theblondesideofthemoon che vive a Fuerte da anni ne ha parlato nelle mie stories e oggi anche nel blog* (V)
- 70) *Non male questi giorni alle Canarie... Trovate l'esperienza e il vlog sul mio canale YouTube* (V)
- 71) *Ciao ragazzi sono in Turchia con @goturkiye Mi hanno portato in un posto molto poco conosciuto (dai non turchi) potete vedere tutto nelle stories e farò anche un vlog alla fine dell'esperienza* (V)
- 72) *come ogni Giovedì è uscita una nuova puntata del Podcast, questa volta però non sono da sola. Ecco svelato chi è l'ospite speciale di oggi* (C)
- 73) *Pochi giorni fa ho registrato un podcast (uscirà a breve) dove spiegavo come musica e cucina siano per me una cosa unica.* (G)

Tutti e tre sono simili tra loro. *Il blog* è un diario elettronico che di solito si trova su un sito web e viene continuamente aggiornato.<sup>32</sup> In sostanza, *il vlog* è la stessa cosa, ma in forma di brevi videoclip. Infine, *il podcast* è un brano audio o video diffuso via Internet.<sup>33</sup> Spesso è in episodi e può essere scaricato sul computer o sullo smartphone.

Quando si parla dei diversi formati che compaiono sui social, possiamo ricordare anche *la challenge* ovvero *la sfida*:

- 74) *Questo sono io al computer che vi ricordo che tutta l'Europa sta facendo una challenge, tipo le sfide che faccio su YouTube ma un po' più in grande, cioè quella di raggiungere 17 obiettivi di sviluppo sostenibile entro il 2030.*  
(TeG)

---

<sup>32</sup> *Blog* in *Vocabolario online Treccani*, <<https://www.treccani.it/vocabolario/blog/>> (20/08/2022).

<sup>33</sup> *Podcast* in *Vocabolario online Treccani*, <[https://www.treccani.it/vocabolario/podcast\\_%28Neologismi%29/](https://www.treccani.it/vocabolario/podcast_%28Neologismi%29/)> (19/08/2022).

Vediamo ancora una volta come l'anglismo coesiste con la sua variante italiana ed è molto interessante che entrambe le versioni in questo caso appaiano all'interno dello stesso esempio.

Altre funzioni che vengono adoperate nella comunicazione sui social sono *gli emoji* e *gli sticker*, come si vede dagli esempi che seguono:

75) *Test della fortuna: le tue ultime 3 emoji dicono cosa prova Crush per te.*

76) *Su WhatsApp oltre a “sta scrivendo” dovrebbero aggiungere anche “sta cercando lo sticker adatto”*

*Gli emoji* sono piccole icone a colori usate nella comunicazione online per esprimere meglio le emozioni. Il termine proviene dal giapponese 絵文字, ed è composto dai sostantivi *e* che vuol dire *immagine* e *moji* che vuol dire *carattere* o *lettera*. È un esempio di etimologia prossima (Muljačić 1997: 269), perché passa nell'italiano dall'inglese. Anche *gli sticker* vengono usati frequentemente per rendere la comunicazione in rete più espressiva e creativa. La differenza è che esiste una gamma molto più ampia di *sticker*, di vari temi e stili e gli utenti possono crearli anche da soli. Su *Instagram* in particolare, gli adesivi possono essere aggiunti alle storie, permettendo ai *follower* di interagire con il contenuto che vedono.<sup>34</sup>

Oltre ai termini e alle funzionalità che le diverse piattaforme hanno in comune, *Instagram* in particolare ha dimostrato di essere un terreno fertile per coniare parole nuove. Per esempio, la parola *reel* appare per la prima volta su *Instagram* (anche se, come già spiegato nei capitoli introduttivi, il concetto è infatti ereditato da *TikTok*) e grazie alla sua grande popolarità, a partire del 2021 questa funzionalità entra a far parte anche di *Facebook*.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> GRECO, Giulia (2022). *Sticker Instagram: cosa sono, come crearli e 15 sticker da usare per un marketing vincente*, in: *Shopify*, <<https://www.shopify.com/it/blog/instagram-stickers>> (19/08/2022).

<sup>35</sup> *Launching reels on Facebook* in: *Meta* (2021), <<https://about.fb.com/news/2021/09/launching-reels-on-facebook-us/>> (19/08/2022)

Nel corpus, questo termine è rappresentato da un numero elevatissimo di esempi:

- 77) *Ed i colori più di moda per questa stagione? Se volete sapere quali saranno i 7 colori più di moda per il 2022, ci vediamo al prossimo **Reel** in arrivo, ve li faccio vedere tutti abbinati (MeA)*
- 78) *Ci sentiamo alle 18.00, vi pubblicherò un nuovo **reel**/guida su un luogo che forse non avete mai considerato come papabile meta è forse vi farò cambiare idea. (V)*
- 79) *Dopo **il Reel** di ieri con tutto il nostro piccolo (ma spettacolare) cammino alle Cinque Terre + itinerario, riunisco qui **i tips** secondo me utili per organizzare il cammino. (V)*

Nell'esempio numero 79 appare anche il termine *i tips*, molto frequente nei social. Esso riflette in particolare modo la natura pubblicitaria di *Instagram*, dato che *i tips*, cioè i consigli, vengono infatti usati a scopo di marketing, concretamente in forma di pubblicità nascosta, cercando di convincere i propri *follower* ad acquisire un certo prodotto o servizio:

- 80) *Un grazie speciale a @lucamagaz che mi ha seguito anche a distanza durante la gara @escoacorrere e @personalrunningcoach grazie per l'aiuto e per **i tips**! (V)*

Facendo riferimento a concetti già esistenti su altri social, è importante menzionare *le stories*. Di nuovo siamo di fronte ad una funzionalità ereditata, questa volta da *Snapchat*. Questo termine ripercorre l'intero corpus, eccone alcuni esempi:

- 81) *WELCOME BACK! Vi aspetto **nelle stories** per chiacchierare un po' e dirvi di più sul mio periodo assente sui social!*
- 82) ***Nelle stories** vi faccio vedere alcune foto scattate anche in altre situazioni.*

Da questi esempi possiamo vedere che di solito si usa la forma plurale inglese, cioè che il prestito *story* non è invariabile. È molto curioso che viene usato sia nella forma inglese (*stories*), sia nella forma italiana (*le storie*), e ciò viene confermato dagli esempi che seguono:

83) *Nelle **storie** vi faccio vedere meglio il beauty “da zaino” (C)*

84) *Link nelle **storie** con tutte le info!*

Nell'ultimo esempio possiamo notare anche il termine *info*. Può darsi che sia abbreviato dall'inglese *information*, ma anche dall'italiano *informazioni*.

In contrasto con *i reel* e *le stories*, il concetto di *feed* appare per la prima volta proprio su *Instagram*. In sostanza, *il feed* è l'insieme dei *post* che l'utente pubblica sul suo profilo:

85) *Avrei dovuto attendere per pubblicare questo scatto ma mi era piaciuto così tanto che l'ho pubblicato subito nelle stories... La pubblico oggi anche qui **nel feed***

86) *Ah ma allora esiste anche **il feed di Instagram**...*

La particolarità del *feed* di *Instagram* sta nell'estetica a cui molti aspirano, dove la disposizione dei *post* viene affrontata con molta cura. Molti cercano di scattare delle foto rispettando un certo tema o stile e di conseguenza tutti i loro *post* sono simili e stanno bene l'uno con l'altro. Su altri social non si presta tanta attenzione sull'aspetto estetico del contenuto pubblicato.

Grazie a *Instagram*, viene creata una professione completamente nuova, insieme ai termini che la denotano — *creator* e *influencer*:

87) *Il lavoro di **creator** (o in gergo, **influencer**) viene spesso sottovalutato e sminuito, ma vi assicuro che c'è davvero tanto da affrontare da soli.*

- 88) *La protagonista dell'ultimo trucco realizzato in #maisonlancome a Sanremo è una delle **Creator** più giovani e talentose del web: sto parlando ovviamente della bellissima @la\_mainoo. (C)*

È importante chiarire che il significato espresso dall'anglismo *influencer* è più completo di quello del *creator* — esso implica solo la creazione di contenuto, ma non include la pubblicizzazione (sia diretta che indiretta o nascosta) con l'obiettivo di indurre i propri *follower* ad acquistare il prodotto in questione. In essenza, il lavoro di *creator* e *influencer* non è la stessa cosa, ma un individuo spesso si impegna in entrambi.

Il lavoro di *influencer* è in realtà molto complesso, quindi non sorprende che queste persone, oppure *i brand*, abbiano un intero *team* a propria disposizione. Il contributo del *team* spesso viene sottolineato sui social, come possiamo vedere nei seguenti esempi, tratti dai diversi campi semantici:

- 89) *Un grazie a tutte le persone del **mio team** che ogni giorno si battono per portare alla luce progetti come questo (C)*
- 90) ***Il team** di JBL mi ha anche dato un codice (LEO25) che potete usare sul loro sito per avere il 25% di sconto, valido su tutti i prodotti. (TeG)*
- 91) *Per festeggiare l'annuncio **il team** di Dolci Preziosi mi ha mandato due mega uova in ufficio (G)*
- 92) *Il mio **team** non rispetta la mia creazione di contenuti. (C)*

Oltre a denotare un gruppo di persone che aiutano in tutti gli aspetti del lavoro di *influencer*, *il team* può indicare l'appartenenza ad un certo gruppo, composto da persone che condividono alcuni interessi, atteggiamenti o idee comuni, come si vede chiaramente negli esempi che seguono:

- 93) *Voi che **team** siete? Oro o argento? (C)*
- 94) *E voi siete più #**teampugnetta** o #**teampennello**? (C)*
- 95) *Ma voi siete **team** modalità scura o chiara? (TeG)*

Sembra che *gli influencer* siano diventati le moderne celebrità, dato che anche loro hanno i propri *follower*, *fan* e *haters*:

- 96) *Sono stato presentatore e giudice di una gara di cucina tra **follower** e **influencer**, una gara di cucina tra piatti buonissimi (alcuni no) ed intrattenimento! (G)*
- 97) *PS: molto presto ci saranno altri format dove **i follower** potranno partecipare a nuovi format e a nuove stagioni! (G)*
- 98) *Chi come noi è Dyson **fan since** tempi non sospetti? (TeG)*
- 99) *Ultimamente come sapete sono molto **fan** degli smalti. (C)*
- 100) *Oggi potete venire qua e schierarvi con **i fan** o con **gli haters** della serie*

Questi termini, come possiamo vedere, appaiono in vari campi semantici del corpus. La parola *follower* indica una persona che segue qualcuno o qualcosa. I primi *follower* sui social appaiono su *Twitter*, ma il concetto passa poi anche su *Instagram*.<sup>36</sup> Il *fan* invece è un appassionato di qualcuno o qualcosa, può essere un ammiratore fanatico oppure un tifoso,<sup>37</sup> mentre *l'hater* è l'esatto contrario del *fan* — nella sfera dei social, si tratta di una persona che fa discorsi di odio.<sup>38</sup>

Tutti *gli influencer* con i loro *fan* e *follower* formano una *community*:

- 101) *Sono felice di questa bella **community** (C)*
- 102) *Regina indiscussa dei TGIG, in questa bellissima chiacchierata ci svela il suo rapporto con l'insicurezza, con **la sua Community** e, ovviamente, cosa la rende veramente FELICE (C)*

---

<sup>36</sup> *Follower* in *Vocabolario online Treccani*, <[https://www.treccani.it/vocabolario/follower\\_res-3ebd479e-89c3-11e8-a7cb-00271042e8d9\\_%28Neologismi%29/](https://www.treccani.it/vocabolario/follower_res-3ebd479e-89c3-11e8-a7cb-00271042e8d9_%28Neologismi%29/)> (22/08/2022).

<sup>37</sup> *Fan* in *Vocabolario online Treccani*, <<https://www.treccani.it/vocabolario/fan/>> (22/08/2022).

<sup>38</sup> *Hater* in *Vocabolario online Treccani*, <[https://www.treccani.it/vocabolario/hater\\_res-2de7846d-89c5-11e8-a7cb-00271042e8d9\\_%28Neologismi%29/](https://www.treccani.it/vocabolario/hater_res-2de7846d-89c5-11e8-a7cb-00271042e8d9_%28Neologismi%29/)> (22/08/2022).

*La community* (o più concretamente *web-community*) è una comunità virtuale, cioè uno spazio d'incontro e frequentazione degli utenti in rete.<sup>39</sup>

Poiché *Instagram* viene utilizzato anche come mezzo per trasmettere informazioni e notizie, spesso ci imbattiamo in espressioni come *newsletter* e *reminder*:

103) *Ho deciso di condividere anche qui alcuni dei consigli che trovate sulla newsletter di Bon.Vi tutti i primi del mese (C)*

104) *Piccolo reminder: questa settimana il LAB di Bon.Vi è aperto per più giorni! (C)*

Dopo che *gli influencer* hanno trasmesso alcune informazioni o consigli ai loro *follower*, è logico che si aspettino un *feedback* da loro. È possibile anche lo scenario inverso, cioè che *gli influencer* provino qualcosa per primi, in modo tale da poter informare meglio i loro *follower*.

105) *TU CHE HAI IL VISO PICCOLO COME IL MIO... TAGLIA IN QUESTI 3 PUNTI... Ho visto questo metodo in un video, ho provato ed ecco che mi ha rivoluzionato il modo di applicare le maschere... fate solo attenzione all'utilizzo delle forbici. Attendo i vostri feedback (C)*

106) *Noi nel frattempo faremo le nostre solite recensioni per darvi feedback sulle uova e colombe più buone (G)*

In ogni caso, il *feedback* da altri utenti non può essere altro che utile. In concreto, aiuta gli *influencer* a migliorare i contenuti che pubblicheranno in futuro, mentre ai *follower* offre l'accesso alle informazioni già verificate.

---

<sup>39</sup> *Web-community* in *Vocabolario online Treccani*, <[https://www.treccani.it/vocabolario/web-community\\_%28Neologismi%29/](https://www.treccani.it/vocabolario/web-community_%28Neologismi%29/)> (22/08/2022).

Nel vocabolario di *Instagram* entra anche la parola *shooting*, che può indicare sia la sessione fotografica che la registrazione di video. Per questo motivo possiamo classificarla in diversi campi semantici, come quello di Moda e Abbigliamento, Gastronomia, Viaggio, Tecnologia e Gaming e altri:

107) *Il duro lavoro di **shooting***

108) *Oggi spesa... domani **shooting**. Nuova ricetta in arrivo! (G)*

Inoltre, possiamo trovare gli esempi che fanno parte del mondo di film e narrativa:

109) *Piccolo **spoiler** per i fedelissimi che ci seguono anche su Instagram...*

Presenti sono anche gli esempi dal campo semantico dello *shopping*, come *il brand*, *preorder*, *gli store digitali*, *sold out*, *product placement* e *merchandising* (spesso abbreviato in *merch*):

110) *Scopri **il brand** su LOOKFANTASTIC! (C)*

111) *Grazie a tutti gli artisti e **i brand** che hanno deciso di supportare questa causa.*

112) *sono felicissima di presentarvi finalmente il mio primo romanzo: **QUASI SETTEMBRE** che uscirà il 29 GIUGNO in libreria, ma che è disponibile in **PREORDER** già da OGGI (link in bio) su tutti **gli store digitali**.*

113) *è andato **SOLD OUT** online nel giro di pochissime ore! (C)*

114) ***Product placement** libro. (C)*

115) *Hai visto il **NUOVO VIDEO??** Comprereste **il merchandising** del canale?*

Le frasi che si usano frequentemente vengono spesso abbreviate in lettere iniziali per rendere la scrittura più facile e veloce. Di conseguenza, *Direct Message* diventa *DM*:

116) *Voglio riportare qui una riflessione che ho fatto in stories, perché dopo i tanti **DM** scambiati in privato mi piacerebbe che potesse nascere un confronto “aperto” tra i commenti.*

Nel gergo di Internet esiste anche la variante *private message*, che può essere abbreviata in *private* e si usa anche nella versione italiana:

117) *Ancora non avete capito dove sono in viaggio, chi indovina nei commenti **gli scrivo in privato!** (V)*

Oltre a *DM*, vengono registrate anche le abbreviazioni che esistono nella lingua dei giovani negli ultimi 20 anni, già dalla diffusione dell'uso di messaggi SMS con un numero limitato di spazi lettere, come ad esempio *OMG*, *LOL* e altre, più recenti e caratteristici dei social, come *POV* e *Q&A*:

118) ***OMG!** Anche voi volete sapere who the f\*\*\* ABOUT YOU is? (MeA)*

119) *primavera total black **LOL** (MeA)*

120) ***POV:** quando faccio la cacca @chiaraferragni mi fissa*

121) *Stasera giriamo un **Q&A**, lasciateci qualche domanda interessante, ma non banale*

*OMG* è l'abbreviazione di “Oh My God”, un'espressione usata per esprimere sorpresa, rabbia o incredulità.<sup>40</sup> L'abbreviazione *LOL* significa “Laughing Out Loud” ed è spesso usata nella comunicazione in rete per far sembrare qualcosa di meno serio oppure come uno

---

<sup>40</sup> *OMG* in *Urban Dictionary*, <<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Omg>> (23/08/2022).

scherzo anche se non lo è.<sup>41</sup> *POV* indica il punto di vista, cioè la posizione da cui si osserva qualcosa o qualcuno ed è l'abbreviazione dell'espressione inglese "Point Of View".<sup>42</sup> Infine, *Q&A* sta per "Question And Answer", un formato molto popolare sui social.

Dal corpus si può notare che il gergo di Internet non ha assunto molte parole nuove che nei tempi recenti di pandemia causata da Covid-19 hanno arricchito la lingua italiana. Mentre la lingua quotidiana e colloquiale sembra essere piena di termini nuovi che indicano i fenomeni che forse non conosceamo prima, nella comunicazione online su *Instagram* essi non appaiono così spesso. L'unico esempio presente nel corpus sarebbe quello di *smart working*:

- 122) *Tipica coppia 30enne con figlia pelosa di nome Kira, lavoro in **smart working** e aspirapolvere sottobraccio sempre presente, ahahah!* (TeG)
- 123) *Tre modi in cui mi prendo cura di me stessa anche in **smart working*** (C)

Di seguito viene presentata una tabella dove sono classificati tutti gli esempi che si trovano nel corpus e che rientrano nella categoria del *Metalinguaggio* per cui si è cercato di trovare un equivalente già esistente nella lingua italiana. Dopo la tabella vedremo quanti degli anglismi riportati in questa categoria sono prestiti di lusso.

---

<sup>41</sup> *LOL* in *Urban Dictionary*, <<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=lol>> (23/08/2022).

<sup>42</sup> *POV* in *Urban Dictionary*, <<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=POV>> (23/08/2022).

Tabella 2 — Possibili equivalenti italiani per la categoria Metalinguaggio

ANGLISMO	EQUIVALENTE ITALIANO
I social (media/ network)	Le reti sociali*
La chat	La conversazione/ il messaggio
Il post, i post	La pubblicazione
Postare	Pubblicare
Repost(are)	Condividere (di nuovo)
Il post da salvare	La pubblicazione da salvare
Le info (information)	Le info (informazioni)
Le foto random	Le foto a caso
Mettere (il) like (tattico)	Mettere “mi piace” (tattico)
(Fare) swipe	Scorrere verso destra o sinistra
(Fare) selfie	Fare (l’)autoscatto
Screenshot	Immagine/ foto dello schermo
Photobombing	Fare l’intruso in una foto
Photo dump	Una serie di fotografie
La caption	Il testo del post
Il link (in bio/ in infobox/ nelle storie)	Il collegamento (in biografia/ nelle storie)
Taggare	Associare
Il blog	/
Il vlog	Il vlog, il video blog, il blog video
Il podcast	/
La challenge	La sfida
Le emoji	Le figurine
Le emoticon	Le faccine
Lo sticker	L’adesivo
Il Reel	Il rullo, il mulinello*
I tips	I consigli
Le stories	Le storie

ANGLISMO	EQUIVALENTE ITALIANO
WELCOME BACK!	Bentornati!
Il feed (di Instagram)	/
Il (content) creator	Il creatore del contenuto
L'influencer, gli influencer	Il creatore del contenuto*
Il team	La squadra/ banda, il gruppo
Il follower, i follower	I seguaci
Il fan, i fan/ i fans	Gli appassionati
Fan since	Appassionato da (+ complemento di tempo)
Gli haters	I nemici, gli avversatori
La community	La comunità
La newsletter	Il bollettino
Il reminder	Il promemoria
Il feedback	Il commento, l'opinione
Shooting	La ripresa, la registrazione di un video, la sessione fotografica
Lo spoiler	L'anticipazione
I brand	I marchi
Preorder	Ordinare in anticipo
Gli store digitali	I negozi digitali
Product placement	L'inserimento di prodotti
Il merchandising	La merce
Sold out	Esaurito
Il DM, i DM (Direct Message)	Il messaggio in diretta
LOL (Laughing Out Loud)	Ridere fragorosamente
OMG! (Oh My God!)	Oh mio Dio!, Oddio!
POV (Point Of View)	Il punto di vista
Q&A (Question and Answer)	Domanda e risposta
Smart working	Lavoro agile/ da casa/ da remoto

Come si può vedere, per alcuni esempi non si riesce a trovare un equivalente italiano. Quindi, per quanto riguarda le parole *podcast*, *feed* e *blog*, non si può parlare di prestiti di lusso, ma semplicemente di nuovi fenomeni o concetti entrati nell'italiano. La lingua ha adottato subito anche i neologismi che i termini denotano e in questi (e simili) casi si tratta di prestiti di necessità. Per altri esempi invece esistono le sostituzioni italiane più o meno riuscite. Dal rapporto tra i lessemi *creator* e *influencer* risulta visibile il ruolo importante del tempo nel processo di prestito delle parole straniere: se la parola *creatore* riuscisse ad imporsi come lessema che denota un *influencer* subito dopo l'entrata di questo concetto nella cultura italiana e nella vita quotidiana dei giovani, al suo significato di base di una persona che crea dei contenuti si aggiungerebbe spontaneamente il significato di persona che pubblicizza un prodotto con lo scopo di venderlo. Poiché ciò non è avvenuto immediatamente, con il passare del tempo è sempre più difficile aspettarsi che la parola *creatore* possa sostituire la parola *influencer* perché semplicemente non contiene tutte le sfumature di significato che i (giovani) parlanti italiani riconoscono nel lessema *influencer*. Lo stesso vale per parole come *chat* o *post*, che hanno già posto le radici profonde nella lingua: anche se possiamo considerarle prestiti di lusso e ad un primo tratto, al momento della loro entrata nella lingua, potrebbero essere state sostituite dai loro equivalenti italiani. Tra i pochi prestiti di lusso che convivono con i propri equivalenti italiani, come dimostrano gli esempi del corpus, sono gli anglicismi *story* e *selfie*.

In alcuni casi, gli equivalenti italiani suggeriti hanno forse un significato troppo letterale, come per esempio *l'adesivo* invece dello *sticker* oppure *il rullo/ mulinello* per indicare *il reel*. Per quanto riguarda *l'adesivo*, ci sono alcune prove che dimostrano l'uso di questo termine, ma esso non sembra così diffuso tra i giovani come quello inglese. Nel caso di *reel*, sembra superfluo cercare di trovare un termine nuovo per indicare questo concetto, dato che la variante inglese si usa in tutte le altre lingue, dove si è già consolidata.

Inoltre, bisogna chiarire la differenza tra *il social network* e *la rete sociale* — nell'ambito della sociologia, *la rete sociale* viene definita come «complesso dei legami tra un insieme definito di persone, tali che le loro caratteristiche possono essere utilizzate per interpretare il comportamento sociale delle persone coinvolte». <sup>43</sup> La stessa definizione vale anche per la variante inglese *social network*, ma soltanto nell'ambito della sociologia.

---

<sup>43</sup> *Rete sociale* in *Sapere.it*, <<https://www.sapere.it/enciclopedia/réte+sociale.html>> (19/08/2022).

Dall'altra parte, per quanto riguarda la sfera di Internet e della comunicazione online, possiamo applicare la seguente definizione per *il social network*:

Sito web che permette la realizzazione di reti sociali virtuali, consentendo tra l'altro agli utenti, di solito previa registrazione e creazione di un profilo personale protetto da password, di condividere contenuti testuali, immagini, video e audio e di interagire tra loro, e la possibilità di effettuare ricerche nel database della struttura informatica.<sup>44</sup>

Prendendo in considerazione le definizioni sopracitate, vediamo che il prestito *social network* che appare negli esempi del corpus non appartiene alla sfera sociologica e quindi la variante italiana *la rete sociale* non può essere usata come suo equivalente.

### 4.3 Cosmesi

Il campo semantico della Cosmesi contiene il maggior numero di esempi e di conseguenza anche il maggior numero di anglicismi. Questa tematica è onnipresente sui social ed è molto diffusa tra i giovani. C'è un numero elevatissimo di giovani *influencer* italiani che si occupano di cosmesi. Nella fattispecie si tratta di *beauty bloggers*, *make-up artists* e *beauty content creators* e ciò vuol dire che questi (e simili) termini inglesi ricoprono l'intero campo semantico.

I formati più comuni che appaiono su profili del genere sono *i tutorial* e *get ready with me*:

124) ***Tutorial*** Sopracciglia

125) *Euphoria* ***make-up tutorial***.

126) ***Tutorial*** su come prepararsi per l'*Ariston* in 8 secondi

127) ***Get ready with me***

128) *Contattami per info, prenotazioni e collab*

---

<sup>44</sup> *Social network* in *Vocabolario online Treccani*, <[https://www.treccani.it/vocabolario/social-network\\_%28Neologismi%29/](https://www.treccani.it/vocabolario/social-network_%28Neologismi%29/)>, (19/08/2022).

In sostanza, *i tutorial* sono le guide passo-passo per realizzare un certo *look*, non importa se si tratta di trucco, acconciatura, cura della pelle o delle unghie — tutto può essere presentato in forma di *tutorial*. Sono una fonte di consigli utili per *i follower* e possono essere realizzati anche in collaborazione (inglese *collab*) con altri artisti o *influencer*. *Get ready with me* può essere simile ad un *tutorial*: si tratta di solito di video dove *gli influencer* condividono le proprie abitudini di bellezza, passo-passo. Oltre a questi, altrettanto frequenti sono i format come *Q&A*, *haul*, *unboxing* e vari tipi di pubblicità diretta e indiretta, come vedremo.

A parte i concetti di base sopracitati, la maggior parte dei prestiti che appaiono in questo campo semantico sono infatti i nomi di diversi prodotti o procedimenti cosmetici. Dato che gli esempi sono numerosi, saranno esposti in base alle parti del corpo a cui si riferiscono.

Cominciamo dalla cura della pelle, detta *skincare* — la sua popolarità sta crescendo sempre di più e i giovani sui social spesso ne sottolineano l'importanza:

129) **ME TIME.** *Quanto è importante prendersi del tempo di qualità per noi stessi? Alle volte basta anche solo prendersi 5 minuti per la nostra **skincare routine** per ricordarci che ci vogliamo bene.*

La *skincare routine* è un procedimento che consta di più passi, alcuni dei quali sono diversi tipi di maschere oppure *patch* occhi, vari tipi di sieri e creme idratanti e tant'altro. Ecco alcuni esempi:

130) *La tua pelle ha un nuovo alleato, anzi due! Il siero anti-macchie alla vitamina C per ridurre le macchie della pelle ed il siero in crema per prevenirle e donare un tocco **extra glow**. Sai già come inserirli nella tua **routine**? Scrivici nei commenti per qualsiasi dubbio*

131) **Mask alert!** *Alzate la mano se anche voi come me, siete consumatrici/ consumatori seriali di maschere viso. Io le amo, in qualsiasi forma esse siano a me piacciono. Questi **patch occhi** di @garnieritalia sono tra le mie preferite.*

132) *In questi giorni ho usato **una maschera piedi con effetto peeling** e mi sono ricordata che tantissimi anni fa avevo registrato un video proprio su questo argomento.*

Analogicamente alla moda e abbigliamento, i giovani cercano di seguire anche le tendenze di bellezza e di cura della pelle:

133) *Vi piacciono tutti questi **trend make-up 2022???***

134) ***Last news tendenze skincare!***

Per quanto riguarda *la skincare* in particolare, le ultime tendenze sono orientate verso una pelle uniforme e brillante, ottenuta grazie al rituale coreano, noto come *glass skin*:

135) *Secondo me questo metodo di truccare le labbra assomiglia molto al concetto di **glass skin coreana!** Devo dire che non lo trovo per niente male!*

Il trattamento si basa sull'idratazione ed eliminazione delle imperfezioni, che trasformano la pelle in modo tale da non avere bisogno di correggere i difetti con il make-up.<sup>45</sup>

Dopo aver preparato la pelle, si procede di solito alla base viso. Con il passare di tempo, i prodotti che possono essere usati e le loro funzionalità sono diventati sempre più numerosi. I loro nomi, nella stragrande maggioranza dei casi, rimangono invariati nella lingua italiana. Si tratta di prodotti come *primer*, *bb cream* e *concealer*. Vengono sottolineate anche alcune loro caratteristiche, come la consistenza o la tonalità, sempre usando i prestiti inglesi, come *texture in mousse*, *cakeless* e *shade*. Ecco alcuni esempi:

136) *Oggi ho provato il nuovo fondotinta di @maybelline "Instant Perfector" 4 in 1 (cipria, correttore, **primer** e **bb cream**) e devo dire che ne sono rimasta piacevolmente colpita. **Texture in mousse**, coprente, uniformante e opacizzante. Io ho utilizzato la tonalità 01 ma trovate ben 6 **shade** differenti.*

---

<sup>45</sup> *Glass skin: il rituale coreano della bellezza*, in: Mea Farma (2021), <<https://meafarma.it/Glass-Skin-rituale-coreano-di-bellezza>> (12/09/2022).

137) *La mattina non potreste rinunciare al makeup o alla colazione??? Per non scegliere io opto per un makeup leggero con il nuovo **PRIMER The POREfessional LITE** @benefitcosmeticsitaly che in un secondo va a uniformare la pelle, minimizzare i pori, ridurre le imperfezioni e prolungare la durata del makeup fino a 12 ore! + correttore Boiing **cakeless concealer***

Negli esempi soprariportati possiamo notare che i titoli inglesi vengono usati nel pubblicizzare questi prodotti sui social, come *Instant Perfector* e *The POREfessional LITE*, che è un gioco di parole *pore* (poro) e *professional* (professionale, esperto).

Una delle tendenze di bellezza più popolari per quanto riguarda la base viso è il *contouring*: la tecnica che gioca con l'effetto chiaro/ scuro per dare tridimensionalità al viso. Si crea usando i prodotti in colori più chiari o più scuri rispetto a quello della propria pelle, in modo tale da creare le illusioni ottiche che armonizzino i lineamenti del viso:<sup>46</sup>

138) *Ecco un metodo semplice, veloce e divertente per poter delineare il vostro viso con un leggerissimo (nel mio caso) **contouring!** Più sfumate, più l'effetto sarà naturale e impercettibile*

Uno dei *trend* più popolari recentemente, proprio grazie ai social, è il *clean girl look*, detto più spesso *clean girl aesthetic*:

139) ***"Clean Girl" look.** 2022 è tutta una questione di makeup minimale, e noi siamo qui per questo!*

Il *clean girl look* riguarda la bellezza naturale e poco artificiosa. Per realizzarlo, bisogna usare il trucco in modo tale che si veda il meno possibile — sotto questo aspetto il *clean girl look* assomiglia molto al *"no-makeup" makeup*, ma non si tratta della stessa cosa.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> *Contouring: cos'è, come si fa e quali prodotti utilizzare*, in: *Foggia Today*, <<https://www.foggiatoday.it/benessere/cura-persona/contouring-come-si-fa-prodotti-make-up.html>> (12/09/2022).

<sup>47</sup> FERRI, Alessia (2022), *Sì, questi sono tutti i segreti del clean girl aesthetic make up*, in: *The Wom Beauty* <<https://beauty.thewom.it/trucco/segreti-clean-girl-aesthetic-make-up>>, (12/09/2022).

Anche se questo *look* si concentra maggiormente sul rendere la pelle del viso luminosa utilizzando il trucco in modo leggero, esso riguarda anche i capelli, di solito pettinati all'indietro, e accessori tipo le mollette per capelli e i gioielli d'oro.<sup>48</sup>

Inoltre, bisogna chiarire il significato dell'espressione *e noi siamo qui per questo*. È infatti il calco dell'espressione inglese *here for it* che esprime piacere nei confronti di qualcosa.<sup>49</sup>

Quando una persona si trucca, è molto importante enfatizzare gli occhi — i giovani creano *look* diversi in base al modo in cui sono vestiti, allo stile che solitamente coltivano oppure semplicemente a come si sentono quel giorno. Quando creano questi *make up look*, si servono di prodotti i cui nomi generalmente vengono presi in prestito dall'inglese, come *eyeshadow palette*, *eyeliner* o *mascara*. Anche le loro caratteristiche vengono espresse usando i termini inglesi, come *glow*, *soft glam*, *rock* per indicare lo stile, *matte*, *shimmer*, *smokey* per indicare i diversi *finish* e *long lasting* o *super black* per sottolineare la qualità dei prodotti:

140) *Con gli ombretti ClioMakeUp eyeshadow si possono creare tantissimi make-up diversi. C'è chi ama un effetto soft glam e chi ha un'anima più rock, chi è alla ricerca dei prodotti perfetti da indossare in ufficio e chi non vede l'ora di sfoggiare uno smokey eyes intenso: con questi ombretti vellutati, matte, shimmer o metallizzati, performanti e facilissimi da sfumare potete realizzare qualsiasi look desideriate!*

141) *Ho utilizzato la palette MyFirstLove con all'interno Gotham e Brownie, per creare definizione, e Baroness e Iceland per donare un tocco di glow e luce al make up look*

---

<sup>48</sup> SCHNEIDER, Jamie (2022). *People Are Buzzing Over The Clean Girl Aesthetic, But It's Not As New As It Seems*, in: *mbglifestyle*, <<https://www.mindbodygreen.com/articles/clean-girl-aesthetic>>, (12/09/2022).

<sup>49</sup> *Here for it* in *Urban Dictionary*, <<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=here%20for%20it>> (12/09/2022).

- 142) Oggi mi sono lasciata ispirare dalle 4 nuovissime colorazioni delle matite **LONG LASTING** @purobio\_cosmetics. Grazie alla loro mina morbida sono perfette da utilizzare come **eyeliner**, per creare **look** grafici, o come kajal, per un **effetto smokey** a lunga durata. E VOI, bellezze, quale **look** scegliereste?! COMMENTATE!
- 143) Oggi voglio mostrarvi come mettere **l'eyeliner** per allungare l'occhio "incappucciato" e intensificare lo sguardo! Per far sì che il risultato sia perfetto però, bisogna scegliere **l'eyeliner** giusto! Io ho utilizzato il mio amato DeepLove che, essendo in penna, permette di ottenere una linea precisa e **super black!**
- 144) Ho provato i nuovi ombretti, le nuove **shades** del **mascara Intense Metamorphose** e pennelli di @yvesrocheritalia. Tanti colori stupendi, ultra pigmentati, comodi da utilizzare e perfetti per creare **look** diversi... Pennelli dalle setole **vegan** e **mascara dal finish** voluminoso

È interessante notare che alcuni di questi prestiti inglesi coesistono con i loro equivalenti italiani e che, a volte, vengono usate entrambe le versioni all'interno dello stesso esempio. Qui si fa riferimento alla locuzione *long lasting*, cioè *di lunga durata* oppure all'anglismo *eyeshadow* e la sua variante italiana *ombretto*.

Per quanto riguarda le ultime tendenze della moda nell'ambito dell'applicazione degli ombretti, oltre a *smokey eyes*, recentemente sono diventati molto popolari *i look con un pop di colore nell'angolo interno*:

- 145) Oggi nuovo **video tutorial** perché volevo mostrarvi come ricreare questo **look**, di cui mi sono innamorata, con **un POP di colore nell'angolo interno!**

In inglese, *a pop of color in the inner corner* si riferisce letteralmente all'applicazione di un ombretto colorato nell'angolo tra l'occhio e il naso. Il colore dovrebbe rendere *il look* più vivace e l'occhio più aperto e allungato.

Oltre a seguire le ultime tendenze, i giovani tengono conto anche di alcuni consigli importanti che riguardano il trucco, come le 4 stagioni dell'armocromia:

146) *All that glitters is not gold.* “Non è tutto oro ciò che luccica” ma noi **winter**, quando si parla di make-up, preferiamo l'argento ed il blu elettrico. Se anche tu appartieni alla **stagione armocromatica delle winter** o vuoi semplicemente supportarmi, fatti sentire con un like

In sostanza, si tratta di individuare le proprie caratteristiche cromatiche, scoprendo in questo modo la propria palette amica, ovvero i colori capaci di valorizzarci al massimo. Questa palette dovrebbe poi diventare la base nello scegliere il proprio guardaroba, ma anche il colore dei capelli e del trucco. I nomi delle stagioni armocromatiche coincidono con i nomi delle 4 stagioni e sono ispirati ai colori della natura: inverno, autunno, primavera ed estate. L'inverno, detto spesso anche *winter*, è la stagione più comune in Italia. A questo gruppo in particolare appartengono le persone «che hanno un sottotono di pelle freddo, un valore cromatico tendenzialmente scuro e un'intensità di colori alta».50

Infine, per quanto riguarda le labbra, tra i giovani sono sempre più popolari i prodotti tipo *lip balm*, *lip gloss* e *boost lip plumper*:

147) *Se volete farvi un super regalo vi segnalo che solo per pochi giorni in occasione di San Valentino con il codice sconto SPINK20 avete il 20% di sconto sui prodotti Renjuva @longlife\_italia con collagene marino e acido ialuronico e in omaggio avete anche il trattamento labbra **Boost Lip Plumper!***

Altri prodotti per le labbra invece, come *lipstick*, possono avere diversi tipi di *finish*, cioè *gloss* e *matte*:

---

<sup>50</sup> VASAPOLLI, Sara (2021). *Le 4 stagioni dell'armocromia: come individuare la propria palette (da indossare)*, in: *The Wom Fashion*, <<https://fashion.thewom.it/consigli-di-stile/armocromia-stagioni-look>> (12/09/2022).

- 148) *Quando dicono che il dress code è Business Casual. Illumina senza sforzo le labbra con una lucentezza pura, rosso caldo in una scivolata lucida con Lustreglass lipstick in Business Casual.*
- 149) **GLOSS VS MATTE.** *Preferite più il **finish matte** della tinta labbra lingerie XXL o il **finish gloss** della tinta Shine Loud di @nyxcosmetics\_italy. Tutti e due a lunga durata, fino a 16 ore!! Ad*

Possiamo notare che i prodotti vengono pubblicizzati, di nuovo, usando i nomi inglesi come *Lustreglass lipstick in Business Casual* e *tinta labbra lingerie XXL* oppure *tinta Shine Loud*.

Esistono anche prodotti con doppia funzionalità, cioè che possono essere applicabili sia sulle labbra che sulle guance:

- 150) *La sua nuova ed iconica punta a cuoricino, oltre ad essere **SUPER CUTE**, è adatta all'**applicazione lip & cheek**, per un **total look** naturalmente radioso.*

Tra il contenuto sulla bellezza, sui social troviamo anche quello che riguarda i capelli. Si tratta spesso di pubblicizzazione di certi prodotti con l'etichetta *step essenziale* nella *hair care routine* tipo *scrub esfoliante* o *smoothing balm* per *domare i flyaways*.

- 151) *L'IDRATAZIONE è fondamentale (anche per i capelli!). Nel caso non lo sapessi, il nostro ultimo lancio è appena arrivato e sta per diventare uno **step essenziale** nella tua **hair care routine**! Il nostro Siero Ibrido multiuso è stato creato per idratare, ridurre l'effetto crespo e tenere a bada i capelli ribelli, così da donarti capelli subito più sani, morbidi e lucenti.*
- 152) *Prendersi cura del cuoio capelluto, è importante quanto la cura del viso! Il nostro **Scrub Esfoliante** per il Cuoio Capelluto e il Siero Multiattivo aiutano a stimolare la crescita*

153) *Il nostro **Smoothing Balm** è perfetto per idratare capelli secchi, danneggiati e crespi e per **domare i flyaways** e i capelli più ribelli.*

Oltre ai prodotti per la cura dei capelli, sui social si condividono anche informazioni su diversi strumenti di *styling*, detti anche *tools*:

154) *Piega facile e veloce senza **strumenti di styling**? Abbiamo la soluzione perfetta! Il nostro nuovo arricciacapelli senza calore è la soluzione ideale per creare una piega ad onde impeccabile senza l'uso del calore.*

155) *Quando sono in modalità leoncino e ho soltanto cinque minuti, tiro sempre fuori i miei amati **tools** di @ghditalia per trasformare un **BAD hair day** in un **GOOD hair day**.*

156) *Qual è il vostro **hairstyle** preferito e quale prodotto ghd vorreste inserire subito nel carrello? \*ad esclusione della nuova **styler ghd original***

Insieme alla cura della pelle e dei capelli, i giovani prestano tanta attenzione anche alle unghie. Sembra che, in linea con altre tendenze che riguardano il trucco e *la skincare*, anche qui prevalgono *i look naturali*. Tra i più classici è *la french manicure*, insieme al *babyboomer* che recentemente spopola sui social:

157) *ADORIAMO questo tocco moderno a un classico senza tempo: **La French manicure***

158) *Voi cosa dite? Per Natale **french GLITTERATO** anche voi?*

159) *La tecnica utilizzata in ricostruzione unghie è un **soft babyboomer** e mix di colori caldi e freddi con perfezionamento finale in mix di rosa antico, malva e **nude**.*

Il *babyboomer* ricorda molto la *french manicure*, ma si differenzia da essa per l'effetto sfumato che va dal colore rosa (o qualche altro colore *nude*) al secondo colore, di solito il bianco, non lasciando visibile lo stacco tra i colori.<sup>51</sup>

Quando si parla di unghie, spesso si usano altri termini inglesi come i sostantivi *il look* e *la nailshape*, oppure la famosa tecnica *refill in gel* e di nuovo *i finish matte e gloss*:

- 160) La **nailshape** anatomica tendenzialmente a mandorla allunga la *silhouette* facilitando anche l'utilizzo del pianoforte.
- 161) Tecnica: **refill in gel**. Ho **mixato** la base per il suo letto ungueale per ricreare il suo "rosa" naturale
- 162) Questo **look** in mix tra **MATTE & GLOSS** lo si può abbinare a tantissimi colori ma con il nero è la morte sua, un po' come la polenta con il brasato

Come già accennato prima, la pubblicizzazione, sia diretta che indiretta, è onnipresente su *Instagram*. *Gli influencer* spesso collaborano con diversi marchi i cui prodotti utilizzano e ne parlano nei propri *post*. Se i loro *follower* decidono di comprarli, *gli influencer* ricevono un certo compenso monetario dal *brand*. Ecco alcuni esempi della pubblicizzazione diretta, che viene comunicata frequentemente servendosi di prestiti inglesi:

- 163) C'è una **new entry** in casa Garnier. Scopri il nuovo balsamo senza risciacquo Ultra Dolce Oli Meravigliosi, con olio di argan e di camelia per capelli secchi e spenti che vogliono ritrovare la propria luce! Non contiene siliconi, né solfati e i capelli sono 4 volte più nutriti e luminosi
- 164) Pronta per rivoluzionare il tuo **beautycase**? Con i prodotti @clinique avrai tutto ciò di cui hai bisogno per una **skincare** e **make-up** da urlo.

---

<sup>51</sup> MAZZITELLI, Fabio (2020). *Baby boomer: cos'è, costi e tutorial passo passo*, in: *Onyx Academy*, <<https://onyxacademy.it/ricostruzione-unghie/baby-boomer/>> (13/09/2022).

Inoltre, in questo tipo di pubblicità, *gli influencer* e *i brand* si servono di tutte le tecniche disponibili che potrebbero facilitare o aumentare le loro vendite: pubblicizzano i prodotti con etichette *super low cost* o *limited edition* (a volte anche nella forma italianizzata *edizione limitata*), offrono diverse promozioni (spesso anche *promo*, entrambe calco dall'inglese *promotion*) o codici sconto oppure sottolineano la soddisfazione del cliente annunciando che il prodotto è andato esaurito, cioè *sold out*, in brevissimo tempo:

- 165) *Ho utilizzato una matita sopracciglia **super low cost** di cui vi parlerò prestissimo*
- 166) *Sono felice di celebrare con voi questa romantica ricorrenza con un'**EDIZIONE LIMITATA** che vi farà perdere letteralmente la testa: CoccoLove Cuoricino.*
- 167) *Fino al 15 febbraio, compreso, sarà attiva **la PROMO SAN VALENTINO**: spedizioni nazionali gratuite su tutti gli ordini senza minimo di spesa!*
- 168) *Con il Lip Balm & Glam CoccoLove Cuoricino è stato amore a prima vista e, nonostante ne avessimo prodotti davvero tanti pezzi, è andato **SOLD OUT online** nel giro di pochissime ore!*

Nelle pubblicità, tra l'altro, spesso viene sottolineata anche l'importanza di *relax* e *detox*:

- 169) *@thereal\_giorgia decide di affrontare questi giorni freddi concedendosi 5 minuti di **relax** con le nostre maschere in tessuto Ampolle. **Detox**, con 2% di niacinamide ed estratto di Cavolo Nero per purificare e opacizzare le pelli miste e grasse.*

Inoltre, recentemente siamo sempre più consapevoli dei cambiamenti climatici e dell'inquinamento ambientale e del loro impatto sul nostro pianeta. L'industria cosmetica sicuramente può inquinare di meno, scegliendo di produrre *i packaging* più sostenibili e biodegradabili. Per di più, *i brand* cosmetici si stanno rivolgendo sempre di più alla creazione di prodotti *vegan* e *cruelty-free*, mantenendo la qualità *premium* di loro ingredienti:

- 170) ***I beauty packaging*** possono diventare più sostenibili? Entro il 2050, i nostri oceani potrebbero contenere più plastica che pesci. Scopri di più su come ***i packaging*** possano essere prodotti in maniera più sostenibile e come possiamo contribuire con le nostre scelte a proteggere il pianeta.
- 171) ***Vegan, biodegradable*** ed approvata da @crueltyfreeintl nell'ambito del programma Leaping Bunny...
- 172) Se non avete mai provato questi prodotti vi innamorerete dal primo utilizzo perché rendono i capelli WOW!!! Oltretutto sono anche ***VEGAN CRUELTY FREE!***
- 173) Approvato da ***Cruelty Free International***
- 174) Ingredienti ***premium, cruelty-free***

A questo punto segue una tabella dove vengono elencati tutti i prestiti inglesi che rientrano nella categoria della Cosmesi, insieme agli equivalenti già esistenti nella lingua italiana. Osservando la tabella saremo in grado di individuare se gli anglismi riportati in questa categoria sono prestiti di lusso o di necessità.

Tabella 3 — Possibili equivalenti italiani per la categoria Cosmesi

ANGLISMO	EQUIVALENTE ITALIANO
Il tutorial	La guida passo-passo
Il make-up tutorial	La guida di trucco
Get ready with me	Prepariamoci insieme
Collab (collaboration)	La collaborazione
Me time	Il tempo per sé stessi
La skincare (routine)	La cura della pelle
Extra glow	Molto brillante
La routine	L'abitudine
Mask alert	Allarme maschera
I patch occhi	Le bende (per gli) occhi

ANGLISMO	EQUIVALENTE ITALIANO
L'effetto peeling	L'effetto esfoliante
Il trend	La tendenza
Il make-up/ makeup/ make up	Il trucco
Last news	Ultime notizie
Glass skin coreana	La pelle di vetro coreana
Primer	La base viso
BB cream	Crema viso tonalizzante
La texture in mousse	La consistenza in spuma
La shade, le shade(s)	Tonalità
Il contouring	Il contorno
“Clean Girl” look/ aesthetic	/
Gli eyeshadow	Gli ombretti
Eyeshadow palette	La palette ombretti
Soft glam	Trucco sottile, leggero
Smokey eyes	Trucco occhi con effetto sfumato
Matte	Opacizzante
Shimmer	Brillio, luccichio, scintillio
Il look, i look	L'aspetto, l'apparenza, lo stile
Un tocco di glow	Un tocco di splendore
Long lasting	A durata lunga
L'eyeliner	/
L'effetto smokey	Effetto sfumato
Super black	Super nero
Il mascara	Il cosmetico per ciglia
Il finish	La finitura
Il video tutorial	Video guida
Un pop di colore nell'angolo interno	Un po' di colore nell'angolo interno
All that glitters is not gold.	Non è tutto oro ciò che luccica.
La stagione acromatica delle winter	La stagione acromatica invernale

ANGLISMO	EQUIVALENTE ITALIANO
Boost lip plumper	Volumizzante/ rimpolpante labbra
Il dress code	Abbigliamento richiesto
Business casual (style)	Abbigliamento da ufficio informale
Lipstick	Il rossetto
Gloss vs matte	Lucido vs opaco
Il finish matte	La finitura opaca
Il finish gloss	La finitura lucida
Ad/adv (advertisement)	La pubblicità, l'annuncio pubblicitario
Essere super cute	Essere molto carino
L'applicazione lip & cheek	L'applicazione labbra e guancia
Lo step essenziale	Il passo essenziale
La hair care/ haircare routine	Le abitudini di cura dei capelli
Il scrub esfoliante	La crema esfoliante
Il smoothing balm	Il balsamo lenitivo
I flyaways	I capelli scompigliati
Gli strumenti di styling	Gli strumenti per acconciatura/ pettinatura
I tools	Gli strumenti, gli attrezzi
Bad hair day	/
Good hair day	/
Il hairstyle	Il taglio, l'acconciatura, la pettinatura
La styler	Lo strumento per acconciatura/ pettinatura
Original	Originale
La french manicure	La manicure francese
Glitterato	Luccicante, scintillante
Soft	Soffice
Baby boomer	La manicure sfumata
Nude	Color carne
La nailshape	La forma delle unghie
Refill in gel	Ricarica in gel

ANGLISMO	EQUIVALENTE ITALIANO
Mix	Combinazione, miscela, miscuglio
New entry	Nuovo arrivato, novità
Il beauty case	Porta trucchi, borsa/ astuccio per cosmetici
Super low cost	A buon mercato, a prezzo basso, che ci si può permettere
(la) Limited edition	L'edizione limitata
La promo	La promozione
(Andare) sold out (online)	Esaurito
Il relax	Il riposo, il rilassamento
Il detox	La disintossicazione, la purificazione; il depurarsi, il purificarsi
Il packaging, i packaging	L'imballaggio, la confezione
Vegan	Vegano
Biodegradable	Biodegradabile
Cruelty-free	Non sperimentato/ testato su animali
Premium	Di qualità elevata, di alta qualità

Osservando la tabella, si nota che, nella stragrande maggioranza dei casi, è possibile sostituire i prestiti inglesi con gli equivalenti italiani, senza perdita di significato. I casi dove non esiste alcun equivalente sono rari: *good hair day*, *bad hair day*, *eyeliner* e *clean girl look*. Quindi, possiamo concludere che, per quanto riguarda gli anglismi di questo campo semantico, si tratta generalmente di prestiti di lusso. Le ragioni per cui i giovani optano per le espressioni inglesi possono essere diverse. Dai numerosi esempi abbiamo potuto vedere che, quando si parla di prodotti cosmetici sui social, di solito si tratta di pubblicità. Gli anglismi nelle pubblicità sicuramente si notano subito perché risaltano nel testo dell'annuncio, che è in italiano — in questo modo, alcune caratteristiche o qualità dei prodotti vengono sottolineate ancora di più. Oltre a questo, i termini inglesi godono di un grande prestigio e sono noti tra i giovani di diverse nazionalità: usandoli, si raggiunge un pubblico più vasto, soprattutto perché l'inglese a volte sembra come una lingua universalmente conosciuta. Le pubblicità a

parte, usando le locuzioni inglesi come *super cute* o *good/ bad hair day*, i giovani cercano di avvicinarsi al proprio pubblico, che sicuramente sono altre persone giovani, con cui condividono gli stessi interessi e lo stesso modo di esprimersi.

#### 4.4 Gastronomia

Gli anglicismi che più di sovente compaiono nel campo semantico della Gastronomia sono diversi tipi di pasti e di ingredienti usati per prepararli. I pasti che provengono da diverse culture spesso si diffondono in varie parti del mondo e i loro nomi nella maggioranza dei casi rimangono invariati nelle lingue che li adottano. Gli esempi che troviamo più frequentemente nel corpus sono quelli appartenenti alla cultura gastronomica americana, caratterizzata dalla semplicità e velocità di preparazione del cibo. Si tratta di ristoranti *fast food* che servono, per esempio, vari tipi di *burger* e *nuggets* oppure di *street food* come *gli hot dogs* o *i corn dogs*:

- 175) *Dallo **street food** USA alle cucine di Giallo, @chef\_nerone è venuto a trovarci per preparare una vera delizia...i **corn dogs**!*
- 176) *A New York abbiamo visto dal vivo Lenny Kravitz mentre stavamo sbranando **un hot dog** con cipolline fritte croccantissime.*
- 177) ***Nuggets** di **pulled pork** panate nei **cornflakes** e fritte, da azzuppare nella fondutina di **cheddar** e nella salsa **bbq**.*
- 178) ***Burger** 200g, **cheddar** bianco e giallo, **bacon salsa crispy** e **pulled pork**.*

Negli esempi soprariportati, oltre ai piatti caratteristici di *street food* e *fast food*, compaiono anche vari ingredienti tipicamente americani, come *cheddar*, *bacon*, *pulled pork*, *salsa barbecue* (spesso abbreviato solo in *bbq*) e *cornflakes*.

Inoltre, proprio grazie alla cultura americana, alcuni cibi che vengono mangiati tipicamente a colazione sono diventati popolari anche nel resto del mondo, come *l'avocado toast* o *il baked oats*:

- 179) *4 gusti per il tuo **Avocado Toast**. Qual'è la tua preferita?*

- 180) *Ormai è la nostra colazione preferita nei **giorni off**, e ovviamente **il baked oats** andava fatto anche al pistacchio.*
- 181) ***Wait for it!** Prima o poi dovevamo provare anche noi a fare **il baked oats**, e direi che è venuto alla grande*
- 182) ***Apple baked oats by @silenepretto & @2foodfitlovers**, perché **two is meglio che one**, oggi si sbrodola il doppio, si gode il doppio*

Tra gli esempi di questo campo semantico troviamo alcuni nomi di cosiddetti *snack*, come *le kale chips*, *i crackers con hummus* o *gli snack di patate come potato pillows e hash browns*:

- 183) ***Snack giapponesi alternativi: mini-granchietti!!!***
- 184) ***BARRETTE ENERGETICHE** alla frutta secca. Uno **snack** veloce, saziante, facile da preparare.*
- 185) ***Kale chips AL CURRY***
- 186) *Preparate grissini, **crackers** e tarallini in quantità: quest'**hummus** di carote di @michi.fadda è irresistibile!*
- 187) ***POTATO PILLOWS**: la ricetta che ha conquistato l'internet*
- 188) ***Hash browns** super croccanti. Ricetta **online** sul mio canale YouTube (**link nelle storie e in bio**)*

Numerosi sono anche gli esempi dove i dessert mantengono i nomi inglesi, come *i peanut butter squares*, *i brownies*, *i cupcakes* e le torte come *castella cake* o *angel cake*:

- 189) *Stasera i @2foodfitlovers e @martinabaiardi.fitnessfood duettano in consolle con questi **peanut butter squares**. Noi abbiamo scelto l'accoppiata vincente col cioccolato e arachidi, ma ovviamente sono super personalizzabili, sia nel gusto che nella forma.*
- 190) *Oggi **brownies**, per quando hai voglia estrema di cioccolato*

- 191) *Tornati da Londra, la voglia di preparare dei **cupcakes** fu tanta quanto ovvia quindi dalla manualità di Pallotta e dalla fame di Raf, sono nati questi **cupcakes** doppio cioccolato senza zucchero*
- 192) ***Castella cake** giapponese. La torta più morbida del mondo!!*
- 193) ***Angel cake** by @dolcisenzaburro senza zucchero, la torta più soffice e **lowfat** di tutte, per un weekend super morbido*

Oltre ai piatti tipici o tradizionali, sui social sono altrettanto frequenti le ricette innovative. Troviamo esempi dove vengono combinati alcuni piatti già esistenti, come *toast pancake*, *cheesecake toast* e *browniemisù*:

- 194) *Vi piacciono di più **i pancake** o **i toast**? Noi non sappiamo deciderci e nel dubbio... abbiamo fatto un **mix: Toast Pancake!***
- 195) ***Cheesecake toast**. Dal contorto **crunchy** e il cuore morbido, semplicissima ma tanto soddisfacente, provare per credere*
- 196) *Come festeggerete questo #NutellaDay? **Cheesecake** o **browniemisù** da #Golocious??*

Di recente si presta sempre più attenzione alla salute, quindi i giovani sono spesso alla ricerca di alternative più sane quando si tratta di cibo, come *lowcarb* e *lowfat*. In base alle loro (in)tolleranze o preferenze, optano anche per le varianti *gluten free* e *vegan* o quelle che non contengono zucchero o grassi, dette anche *light* o *fit*:

- 197) *Torta **crunchy** al caramello e cioccolato. Facilissima da fare regala gioie ad ogni morso, vista sul profilo della piccola @aurychef10, dovevamo replicarla per forza ma a modo nostro, in versione proteica, **lowfat** e anche praticamente **lowcarb***
- 198) *Santi chef ha preparato i biscotti **gluten free** per tutta la famiglia (per il papà, per me, per la mamma, per i nonni e per la sua amata sorellina)!!*
- 199) ***APPLE PIE RUSTICA**: il suo profumo ha invaso tutto il mio palazzo! Per prepararla ho usato i prodotti di @koro\_it, sito dove è possibile acquistare*

*frutta secca, semi e molti altri prodotti **vegan friendly** a prezzi ottimi, che io amo alla follia*

- 200) Ricetta **light** facilissima in arrivo: il salmone croccante è un vero salvacena. Soli 10 minuti di preparazione. Per la ricetta: **link in bio**
- 201) Lasagne al pistacchio **fit**, che poi “**fit**” non significa nulla, ma era giusto per farvi capire che le abbiamo fatte a modo nostro, senza burro nella besciamella, più **light** ma soprattutto super pistacchiose.
- 202) Mimo **cinnamon roll cheesecakes** senza zucchero. Dopo aver visto la versione **fat** su **IG**, ci siamo ingegnati per farli più leggeri e senza zucchero.

Uno dei *trend* recenti nell’ambito della gastronomia sono le *cooking class*, ovvero le lezioni di cucina per turisti in vacanza, tenute da uno chef professionista. Sono un’ottima opportunità sia per imparare a cucinare, sia per migliorare ulteriormente le proprie capacità oppure semplicemente per provare le ricette autentiche.<sup>52</sup> Le esperienze dalle *cooking class* vengono spesso raccontate sui social:

- 203) Ieri alla **cooking class** abbiamo cucinato con una mano e ripreso con l’altra.
- 204) Stamattina **cooking class** tutti insieme... un’esperienza bellissima!!

Parlando di gastronomia sui social, i giovani spesso adoperano sintagmi o intere frasi inglesi:

- 205) Orecchiette alle cime di rapa. Direi che stavolta non abbiamo bisogno di presentazioni, ma ci tengo a dire una cosa: se per sbaglio non le avete mai provate, è arrivato il vostro momento. **Thank me later**
- 206) **No problem** per colazione e pranzo al sacco, per la cena in bassa stagione invece c’è poca scelta da 1 a 3 ristoranti aperti al massimo, quindi i pochi piuttosto pieni.

---

<sup>52</sup> *Cooking class*, in: *Consulta Eventi*, <<https://www.consultaeventidmc.it/glossario/cooking-class/>> (11/09/2022).

- 207) *No pasta, no party! @cookingwithbello ci prende subito in parola: radiatori piccanti super cremosi!*
- 208) *OLD but always GOLD! CROCCHETTE di PATATE allo ZAFFERANO!*
- 209) *Pasta al parmigiano verde by @unastellaincucina. Con Stella non si sbaglia un colpo, as usual*

Tra le locuzioni inglesi che compaiono frequentemente nel corpus, sempre nell'ambito della gastronomia, troviamo la formula *best XY ever*:

- 210) *Best sushi in Tokyo. Ever.*
- 211) *Best gnocchi ever*

Questo tipo di locuzione si usa per esprimere il massimo livello di soddisfazione provata in una certa situazione. In questo caso in particolare ci si riferisce al sapore di certi cibi.

Nel corpus troviamo anche due varianti italiane che ricalcano questa locuzione:

- 212) *Per distacco il miglior Cinnamon roll mai mangiato, superiore anche a quelli di New York*
- 213) *Il cuoco giapponese più cool mai incontrato.*

Troviamo anche alcune espressioni che contengono la parola *food*, come *food tour*, *foodporn* e *comfort food*:

- 214) *“I Migliori Panuozzi di Gragnano” online sul mio canale YouTube (link in bio e nelle storie). Ecco qualche **highlights** del **food tour** disumano che aspettavi*
- 215) *Tegliuccio “**Foodporn**” e “**Crispy**”*
- 216) *La Carbonara è nata per essere #Golocious. **Il comfort food** più famoso al mondo lo trovi nei nostri punti di Napoli, Roma e Milano*

Il concetto di *food porn* (o *foodporn*) è caratteristico di *Instagram*, ma è diventato molto popolare anche su altri social. Si tratta di qualsiasi tipo di media dove viene mostrato cibo eccezionalmente attraente e delizioso che praticamente sta invitando lo spettatore a mangiarlo.<sup>53</sup>

Di seguito viene presentato l'elenco di tutti gli anglismi che appartengono al campo semantico della Gastronomia in forma di tabella, dove vengono proposti anche gli equivalenti italiani, laddove esistono.

Tabella 4 — Possibili equivalenti italiani per la categoria Gastronomia

ANGLISMO	EQUIVALENTE ITALIANO
Lo street food	Il cibo venduto in strada
I corn dogs	/
L'hot dog	/
Nuggets	Le crocchette di pollo
Pulled pork	Gli sfilacci di maiale
Cornflakes	Cornflakes, cereali, fiocchi di mais
Cheddar	/
La salsa bbq (barbecue)	La salsa per grigliata
Burger	Hamburger
Bacon	Pancetta
Crispy	Crocante
L'avocado toast	Pane tostato con avocado
I giorni off	I giorni liberi
Il (Apple) baked oats	Avena al forno (con mela)
Wait for it!	Aspetta che
By	Da
Two is meglio che one	Due è meglio che uno

<sup>53</sup> *Food porn* in *Urban Dictionary*, <<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Food%20Porn>> (11/09/2022).

ANGLISMO	EQUIVALENTE ITALIANO
Lo snack, glii snack	Merenda, spuntino
Kale chips	Il cavolo verza fritto, frittelle di cavolo verza
I crackers	Il cracker, i cracker
L'hummus	/
Potato pillows	I cuscini di patate
Hash browns	Le frittelle di patate
Online	In rete
Il link in bio e nelle storie	Il collegamento in biografia e nelle storie
I peanut butter squares	Quadretti di burro di arachidi
I brownies	/
Il cupcake, I cupcakes	Le tortine
Castella cake	Pan di Spagna, kasutera, castella cake
Angel cake	Torta paradiso
I pancake	Le frittelle
I toast	Pane tostato
Il mix	La combinazione, la miscela, il miscuglio
Toast pancake	Pane tostato alla frittella
Cheesecake toast	Pane tostato alla cheesecake
Crunchy	Croccante
La cheesecake	/
Browniemisù	/
Low fat	povero/ a basso tenore di grassi
Low carb	A basso contenuto di carboidrati
Gluten free	Senza glutine
Apple pie	La torta di mele
Vegan friendly	Vegano
La versione fit	La versione leggera, più sana, senza zucchero e grassi

ANGLISMO	EQUIVALENTE ITALIANO
La versione light	La versione leggera, più sana, senza zucchero e grassi
Cinnamon roll cheesecake	La cheesecake al rotolo di cannella
La versione fat	La versione che contiene zucchero e grassi
IG (Instagram)	/
La cooking class	Il corso di cucina
Thank me later	Ringraziatemi più tardi
No problem	Nessun problema
No pasta, no party!	Niente pasta, niente festa!
OLD but always GOLD!	Vecchio ma bello
As usual	Come di solito
Il comfort food	Il cibo di conforto/ consolatorio, cibo tradizionale

Come possiamo notare osservando la tabella di sopra, non è facile trovare gli equivalenti adeguati per gli anglicismi che appartengono al campo semantico della Gastronomia. Nella maggioranza dei casi, la lingua italiana ha adottato i nomi inglesi di pasti o ingredienti. Dato che in generale questi pasti provengono dalla cultura gastronomica americana e devono la loro popolarità alla cultura americana, non è sorprendente che i nomi inglesi rimangano invariati. Raramente troviamo un piatto italiano (o europeo) simile, il cui nome potrebbe, quindi, essere usato. Qui si pensa ad esempi come *Torta paradiso* invece di *Angel cake*, *Pan di Spagna* al posto di *Castella cake*, *il pane tostato* invece di *toast* o *le frittelle* invece di *pancakes*. In altri casi invece, possiamo solo cercare di spiegare attraverso una parafrasi cos'è il piatto in questione, cioè da cosa è fatto e come si prepara. Questo ci porta solo a una soluzione parziale, perché spesso abbiamo almeno un elemento intraducibile che deve mantenere il nome inglese, oppure ad una soluzione troppo lunga e complicata. In questi casi, specialmente se si tratta di pasti innovativi o particolari, mantenere i nomi originali potrebbe essere la soluzione migliore. Per essere più precisi, ci si riferisce ai piatti come *toast pancake*, *cheesecake toast*, *cinnamon roll cheesecake* e *browniemisù*. In

conclusione, la lingua italiana non conosce gli equivalenti per un grande numero di questi anglicismi, quindi non possiamo parlare tanto di concetto di prestigio, quanto di necessità.

#### 4.5 Moda e Abbigliamento

La moda è un aspetto molto importante nella vita dei giovani, anzi, possiamo dire che è uno dei modi in cui si esprimono. Inoltre, l'interesse per la moda e l'abbigliamento è una delle tante cose che i giovani hanno in comune e il fatto che possano parlarne sui social non fa altro che avvicinarli ancora di più.

Il termine inglese caratteristico del linguaggio della moda e abbigliamento, quello che appare più frequentemente nel corpus, è sicuramente *l'outfit*:

217) *Un amore che finisce male è sicuramente doloroso ma anche avere **un outfit** in mente tutto il giorno senza pensare ad alternative e poi vedere che ti sta male parliamone*

218) *Che bello poter mettere lo stesso **outfit** del giorno prima perché tanto devi vedere persone diverse*

Ovviamente, esistono vari tipi di *outfit* che si indossano in diverse occasioni. Sui social, le diverse finalità o caratteristiche degli *outfit* vengono spesso messe in rilievo usando parole inglesi:

219) *Preferite stare comode in ogni circostanza o dipende dal tipo di **outfit**?? Per me è fondamentale avere sempre quel **comfort** che dà benessere!*

220) *Dopo una giornata sulla neve quello che ci vuole è **un momento di relax**, sorseggiando qualcosa di caldo davanti al camino, avvolta in **un outfit comfy e cool**.*

Come possiamo notare, nell'ambito della moda e abbigliamento sono frequenti i riferimenti alla comodità e al rilassamento, lo stesso vale anche per arredamento casa, come vedremo nella sezione 4.7.

Oltre all'*outfit*, spesso incontriamo anche il termine *look*, che ha il significato molto simile, ma forse un po' più ampio. In altre parole, *il look* si riferisce all'aspetto completo della persona — a quello che indossa e come ha abbinato i diversi indumenti. È importante anche come *l'outfit* è coordinato con il trucco e con l'acconciatura, ma anche in che modo la persona lo indossa: con molta o poca audacia. Tutto questo fa parte del *look*. Questo termine è molto frequente nel corpus, specialmente all'interno di questo campo semantico. Eccone alcuni esempi:

221) *Curo sempre **il mio look**, anche se non devo uscire, per star bene con me stessa.*

222) *I dettagli fanno la differenza. Ecco perché i basics di @danfoxapparel si combinano tra loro per creare **look** sempre innovativi e **cool**.*

Inoltre, *i look* o *gli outfit* possono rispettare un certo tema e stile o essere interamente in un colore:

223) ***Flawless: il look total white** che non smette mai di stupisci.*

224) *Primavera **total black lol***

La sfera di moda e abbigliamento ha molto a che fare con *lo shopping* e, nei tempi più recenti, cresce sempre di più la popolarità dello *shopping* online:

225) *A che punto è il tuo **shopping** primaverile? Scopri tutte le novità su #AboutYou*

Il maggior numero di anglicismi di questo campo semantico sono proprio i nomi dei singoli capi d'abbigliamento, come *i jeans*, *i bikers*, *il tank top*, *il trench coat* e altri, oppure alcune loro caratteristiche, come *over* o *wrap*:

- 226) *Ho il vestito perfetto per l'occasione, un **minidress** nero di Bonprix con lo **cut-out** sul fianco abbellito con delle perle! Lo trovo stupendo sia indossato con un tacco alto, che hai sdrammatizzato con un paio di **bikers**: trovate entrambi le versioni nelle **stories**!*
- 227) *Dalle passerelle più famose agli armadi delle **hit-girls**, i vestiti così detti "**cut-out**" sono davvero un capo irrinunciabile*
- 228) ***Top "wrap"**: senza chiudere i bottoni della camicia incrociare le due estremità e inserirle nei **jeans** ben attillati + cintura. Per fermarla ancora meglio si può fare un giro dell'estremità della camicia nei passanti. A quel punto se la camicia non è abbastanza **over** da coprire, rimborsandola, valutare di indossare **un blazer** o **cardigan**.*
- 229) ***Camicia over** e **blazer**, il minimalismo chic di @veronicaferraro*
- 230) ***Trench coat** e completi due pezzi di alta qualità.*
- 231) *Tendenze del guardaroba: **tank top**!*

Come abbiamo già visto dagli esempi di sopra, certe caratteristiche di indumenti vengono espresse usando i prestiti inglesi. A volte si tratta di tipo del disegno, come *lemon print* oppure del tipo di materiale usato, come *vinyl*:

- 232) ***Vinyl fever**. Niente di meglio che prepararsi alla primavera con un completo in vernice!*
- 233) ***Lemon print**. Quando la tua maglietta diventa uno **statement**.*

Dall'esempio precedente notiamo che il modo di vestirsi rappresenta davvero un modo in cui i giovani possono esprimersi — un certo indumento può essere visto come uno *statement*, soprattutto se si tratta di un pezzo non ordinario, dato che bisogna avere molta audacia nel poterlo indossare.

Nel corpus troviamo anche alcuni aggettivi inglesi usati per parlare di abbigliamento, come *minimal*, *unisex* e *vintage*:

234) *La collezione di pezzi **minimal** e **unisex** in collaborazione con @dardan è disponibile su About You!*

235) *Il taglio **vintage** di questi jeans è semplicemente unico*

È interessante che la parola *vintage* deriva dal sintagma *vintage wine* ed inizialmente denotava i vini di particolare pregio.<sup>54</sup> Di seguito passa ad indicare i prodotti diversi ed è molto presente nel linguaggio della moda, con riferimento ai capi d'abbigliamento, e dell'arredamento, con riferimento ai mobili, dove gli oggetti *vintage* testimoniano lo stile di un'epoca o di un gusto sorpassato, oppure di un particolare creatore di moda. Il termine viene usato sia come sostantivo, sia come aggettivo.<sup>55</sup>

Negli esempi che seguono vediamo due locuzioni tipiche del mondo della moda e abbigliamento, *fashion recap* e *nota fashion*:

236) ***Fashion recap.** Quali sono i tuoi essenziali per la primavera?*

237) ***Nota fashion** sul viaggiare, con questa foto dalle bellissime maioliche di Plaza de Espana, Siviglia. “Ire, che scarpe usi per viaggiare?” La risposta è: dipende dalla stagione, dipende dal tipo di viaggio, dipende da cosa dovrò fare. Vi spiego meglio. In viaggi come questo, dove abbiamo camminato 20,8km il primo giorno a Siviglia e 18km il secondo giorno ieri a Cordoba, non ci sono molte altre soluzioni: **sneakers!** Lo so, scontato ma*

---

<sup>54</sup> *Vintage* in *Dizionario Italiano da un affiliato di Oxford University Press, Mondadori Education*, 2019, (20/08/2022).

<sup>55</sup> *Vintage* in *Vocabolario online Treccani*, <<https://www.treccani.it/vocabolario/vintage/>> (20/08/2022).

*vero, e ve lo dice una fashion Influencer. No other solutions amigas*  
*Se volete comunque essere carine (se non ve ne importa andate di scarpe da corsa/ **power walking** ve lo dice Irene), vi consiglio **sneakers** comode, rodiate (RODATE), impermeabili ma calibrate alle temperature (se no vi bollite i piedi!)*

Come possiamo vedere, *gli influencer* spesso condividono diversi consigli con *i follower*, cercando sempre di informarli e di aiutarli condividendo le proprie esperienze. Nel esempio 237 in particolare, vediamo come coincidono l'ambito del viaggio e quello della moda: una *fashion influencer* suggerisce quale tipo di scarpe, secondo lei, siano la miglior soluzione per viaggiare.

Oltre a varie proposte o consigli utili che condividono con altri, *gli influencer* a volte collaborano con diversi marchi e diventano così *i brand ambassador*:

238) *Vi presentiamo Ludovica Ragazzo, la nostra nuova **brand ambassador** che da oggi renderà la vostra esperienza ABOUT YOU ancora più unica! Ogni settimana condivideremo contenuti esclusivi e preziosi consigli di stile. Vi aspettiamo nella **community** di #AboutYou*

Per di più, *gli influencer* a volte sono tanto popolari che possono permettersi di fondare il proprio *brand* — si tratta di *merchandising*, o abbreviato *merch*, di solito in forma di indumenti. *Gli influencer* spesso si servono degli anglicismi nel pubblicizzare i propri prodotti, usando a volte intere frasi inglesi come slogan:

239) **OKAMI COLORS**. Nuovo **drop** in edizione limitata @okamiclothingbrand disponibile sul sito! **Be proud, be strong, BE OKAMI**.

240) **1000 post**. *Ne è passato di tempo da quando ho iniziato, a ripensarci non sembra passato nemmeno così tanto eh... Ho pensato una settimana a come*

*“festeggiare” questi 1000 post e alla fine non c’è nulla di meglio del mio flex più grande, il mio brand @okamiclothingbrand.*

Nell’esempio numero 239 appare la versione italianizzata della locuzione inglese *limited edition*, cioè *edizione limitata*: da questo possiamo concludere che entrambe le varianti coesistono nella lingua italiana.

A volte, nel pubblicizzare gli indumenti sui social, le intere collezioni assumono i titoli inglesi:

241) *Cosa dire di questo perfettissimo paio di, nientepopodimenoche, 7 For All Mankind modello bootcut, ovvero con una zampa appena accennata, con un tessuto ultra confortevole che rendono le gambe chilometriche e slanciate, soprattutto se indossato con un leggerissimo tacco.*

242) *Per quest’ora di cardio ho indossato la collezione Triaction di @triumphlingerie, sembra una seconda pelle ma con il massimo sostegno e supporto.*

243) *Io mi sento davvero bene in questo body di pizzo color menta di Lascana, a una vestibilità pazzesca, è femminile e seducente e fa parte della collezione sostenibile So Natural!*

Ciò che interessa sicuramente ai giovani è seguire le ultime tendenze della moda — nei tempi recenti, tra i trend più popolari ci sono il *layering* e il *color blocking*:

244) *Mai come in primavera: layering! Vestirsi a strati è da sempre la strategia che vince su tutte*

245) *Una ventata di colore per questa primavera! I look color blocking sono decisamente tra le nostre tendenze preferite*

246) *Quali di queste vi piace di più? Io voto **color block, stampe optical, chiodo nero!***

Per quanto riguarda *il layering*, insieme all'anglismo nello stesso esempio troviamo anche la spiegazione in italiano, il vestirsi a strati. Invece *il color block* o *color blocking* è «la più antica tecnica di abbinamento dei colori nell'abbigliamento» nata nell'antico Impero Romano.<sup>56</sup> In sostanza, si tratta di abbinamento di colori opposti e tra le combinazioni più popolari ci sono rosa e arancione o rosa e verde, viola e giallo e altre.

Oltre alle tendenze della moda sopracitate, è molto diffuso anche *lo street style*:

247) *Per le anime più “**street**” ecco i nostri essenziali per la stagione calda*

248) ***Streetstyle lovers***

249) *Velluto e **streetstyle minimal**. Scopri ora su #AboutYou!*

*Lo street style* è adottato specialmente da giovani e da giovanissimi, si tratta di uno stile di abbigliamento informale, che può essere anche eccentrico e provocatorio.<sup>57</sup>

La fiducia in sé stessi è molto importante per i giovani ed essa può provenire dal fatto che si sentano bene con ciò che indossano. Il loro modo di vestirsi è ciò che li rende *cool* o speciali tra gli altri giovani, ma è anche un modo di esprimersi e di prendersi cura di sé. Spesso lo condividono anche sui social, usando le seguenti locuzioni inglesi:

250) ***Self-confidence**: quanto è affascinante!*

251) ***The Selfcare Club***

252) ***Coolness alert**: corpetti. La sua struttura rigida è ciò che fa la differenza!*

---

<sup>56</sup> GIANO, Anna Maria (2020). *Color-block: cos'è e come è cambiato negli anni*, in: *Vogue Italia*, <<https://www.vogue.it/moda/article/color-block-cosa-e-abbinamento-colori-contrasto>> (10/09/2022).

<sup>57</sup> *Street style* in *Dizionario Italiano da un affiliato di Oxford University Press, Mondadori Education*, 2019, (10/09/2022).

Anche in questo campo semantico troviamo il termine *mood*, tipico del linguaggio giovanile in rete (già spiegato nella sezione 4.1):

253) **Mood**: *safari*. La nuova collezione @gmkfashion ci riporta ai colori della natura e al vento caldo dell'estate. Disponibile ora su #AboutYou

254) E tu, con che **mood** affronti gli appuntamenti della giornata?

Di seguito viene proposta una tabella dove saranno classificati tutti gli anglicismi presenti nella categoria Moda e Abbigliamento, insieme ai loro equivalenti già esistenti nella lingua italiana:

Tabella 5 — Possibili equivalenti italiani per la categoria Moda e Abbigliamento

ANGLISMO	EQUIVALENTE ITALIANO
L'outfit	Il vestito
Il comfort	La comodità
Un momento di relax	Un momento per riposarsi, rilassarsi
Comfy	Comodo
Cool	Fantastico, bello, mitico, forte, fico, figo
Il look, i look	L'aspetto, l'apparenza, lo stile
Flawless	Impeccabile
Total white	Completamente bianco
Total black	Completamente nero
LOL (Laughing Out Loud)	Ridere fragorosamente
Lo shopping	Le compere
Il minidress	Miniabito, abito corto
Lo cut-out	Il (ri)taglio
I bikers	I pantaloncini da ciclista
Le stories	Le storie
Hit-girls	Le ragazze popolari

ANGLISMO	EQUIVALENTE ITALIANO
I vestiti cut-out	I vestiti ritagliati
Top “wrap”	La vestaglia
I jeans	/
Abbastanza <b>over</b> da coprire	Abbastanza lungo/ grande/ voluminoso
Il blazer	La giacca
Il cardigan	/
La camicia over(sized)	La camicia voluminosa
Il trench coat	L'impermeabile
Il tank top	La canotta
Vinyl	Vinile, vernice
Lemon print	Serigrafato con un design a limoni
Lo statement (fashion statement)	La dichiarazione di stile/ moda
Minimal	Minimalista
Unisex	Unisex, per lei e per lui
Vintage	D'epoca
Il fashion recap	Il riassunto di stile
La nota fashion	La nota sullo stile
Sneakers	Le scarpe da ginnastica
Una fashion Influencer	Una creatrice di contenuto su moda
No other solutions amigas	Non ci sono altre soluzioni amiche
Power walking	La camminata veloce, sportiva
La brand ambassador	L'ambasciatrice del marchio
La community	La comunità
Il drop	L'uscita, la consegna
Il post	La pubblicazione
Il flex/ to flex	L'ostentazione/ mostrare potenza, pavoneggiarsi, mostrarsi, mettersi in mostra
Il brand	Il marchio
Modello bootcut	Il modello svasato, i jeans svasati

ANGLISMO	EQUIVALENTE ITALIANO
Cardio	Esercizi per migliorare la condizione fisica
Il body	/
So natural!	Così naturale!
Layering	Il vestirsi a strati, il vestirsi a cipolla
Il color block(ing)	L'accostamento di colori contrasto
Le stampe optical	Le stampe ottiche
Lo streetstyle	Il modo di vestirsi originale (non influenzato dai dettami della moda)*
Self-confidence	L'autostima
The selfcare club	Persone che si prendono cura di sé stessi*
Coolness alert	Allarme stile/ eleganza/ finezza*
Il mood, i mood	L'umore, lo stato d'animo

Dalla tabella si vede che non è possibile trovare gli equivalenti per tutti i prestiti inglesi in questione. Di solito si tratta di capi d'abbigliamento come *i jeans*, *il body* e *il cardigan* che sono entrati nella lingua italiana già negli anni Sessanta.<sup>58</sup> Quindi, questi sostantivi si usano già da lungo tempo e probabilmente continueranno ad essere usati anche in futuro. Qui possiamo menzionare anche l'anglismo *blazer*, che potrebbe essere sostituito con *giacca*, ma la versione inglese si è già consolidata nella lingua italiana ed è molto probabile che essa continuerà di essere usata. Quanto ai prestiti tipici di questo campo semantico, come *look* e *outfit*, si tratta di termini che nei tempi recenti godono di molta popolarità e vengono usati frequentemente dai giovani di tutte le nazionalità. Anche se è possibile sostituirli con gli equivalenti italiani, è poco probabile che i giovani opteranno per la variante italiana. Lo stesso scenario vale per le locuzioni inglesi sopraccitate, come *coolness alert*, *the selfcare club*, *nota fashion* o *fashion recap*. Usandole, i giovani confermano il loro status di persone *cool* e moderne all'interno del loro gruppo. Anche gli aggettivi *unisex* e *vintage* e il sostantivo *lo shopping* possono essere sostituiti dalle rispettive varianti italiane, che vengono usate spesso nella lingua quotidiana, ma i prestiti inglesi continueranno a coesistere ed essere usati

---

<sup>58</sup> Cfr. *Dizionario Italiano da un affiliato di Oxford University Press, Mondadori Education, 2019.*

insieme a loro. Per quanto riguarda i nomi di certi stili, possiamo supporre che non solo quelli già esistenti, ma anche quelli che appariranno in futuro proseguiranno ad assumere i nomi inglesi. In altri casi invece è possibile trovare gli equivalenti totali nella lingua italiana, senza alcuna perdita di significato.

#### 4.6 Viaggio

I profili che pubblicano contenuti di viaggio sono molto comuni su *Instagram* e si tratta di solito di *influencer* che vengono chiamati *travel bloggers*. Spesso si imbattono nelle avventure di cui condividono tutto con i propri *follower* e questo tipo di contenuto può essere utile per qualsiasi persona che intende viaggiare negli stessi luoghi.

Nel condividere le proprie esperienze di viaggio, gli utenti frequentemente si servono dei termini inglesi. Cominciamo da alcuni esempi caratteristici di questo campo semantico:

255) *Insomma, con un messaggino mi ha ricordato che la partenza è vicina in una giornata che definirei “loop infinito” (se avete visto le storie sapete). Si riparte, io e lui in fratellanza, per un weekend lungo on the road. E onestamente non vedo l’ora. Dove andiamo? Andiamo in Andalusia, Spagna e faremo un tour on the road di alcune delle località più belle (Sevilla, Cordoba, Granada...). Ovviamente poi vi racconteremo tutto!*

256) *Diapositiva di un’Irene Colzi che è appena arrivata in Andalusia per un super tour della regione più bella di Spagna e ha potrebbe già chiudere qui il tour.*

*Il tour* è un sostantivo francese che in italiano si riferisce ai giri turistici.<sup>59</sup>

*I travel bloggers* spesso condividono anche le informazioni sul tipo di alloggio che hanno preso in affitto oppure quale mezzo di trasporto hanno utilizzato nel loro viaggio. Bisogna dire che, quando ne parlano, a volte si tratta semplicemente di pubblicità, sia diretta che indiretta.

---

<sup>59</sup> *Tour* in *Vocabolario online Treccani*, <<https://www.treccani.it/vocabolario/tour/>> (10/09/2022).

Eccone alcuni esempi:

- 257) *Sul canale è uscito un video dove provo la classe Executive frecciarossa. Provo anche quella di Italo, più **la business e l'economy** di entrambe... in due viaggi.*
- 258) *L'esperienza californiana più bella in assoluto è stata passare una notte nella **container home** costruita da @benjaminuyeda nel deserto del Joshua tree*

Nell'esempio numero 257 troviamo due locuzioni inglesi, *business class* ed *economy class*. Nel trasporto aereo (ma anche in quello navale e ferroviario), *la business class*, detta anche *la business*, è la classe intermedia tra la prima e l'economica,<sup>60</sup> mentre quella *economy* in italiano viene detta anche turistica.<sup>61</sup> Inoltre, *la container home* o *la casa container* è «una soluzione abitativa che consiste nello sviluppo di un alloggio all'interno di un container dismesso»<sup>62</sup>. Si tratta di un tipo di architettura innovativo che è diventato molto popolare negli ultimi decenni, soprattutto per via della sua semplicità, economicità ed ecosostenibilità.<sup>63</sup>

Quando si è in vacanza, si cerca di trascorrere il tempo occupandosi in varie attività offerte dai luoghi visitati. Perciò sono frequenti gli esempi dal campo semantico dello sport:

- 259) *Seconda volta nella mia vita che **ho fatto surf**, sono una pippa ma è perfetto per Instagram. Grazie mille a @discoverla per il supporto*
- 260) *Primi salti con **lo snowboard, work in progress!** Consigli ben accetti. Organizziamo un **camp** tra iscritti?*

---

<sup>60</sup> *Business class* in *Vocabolario online Treccani*, <<https://www.treccani.it/vocabolario/business-class>> (10/09/2022).

<sup>61</sup> *Economy class* in *Vocabolario online Treccani*, <<https://www.treccani.it/vocabolario/economy-class>> (10/09/2022).

<sup>62</sup> *Quanto costa davvero una casa container?* in *ELLE Decor* (2022), <<https://www.elledecor.com/it/case/a39757055/casa-container-italia-quanto-costa/>> (10/09/2022).

<sup>63</sup> *Ibid.*

261) *Le tappe che avete visto nell'itinerario sono modulabili, possono essere fatte in 2 giorni in modalità power*

262) *La mia Lavazza Experience si conclude oggi in bellezza: colazione in Lounge e match tra il primo e il quinto del ranking ATP. Grazie mille*

Per quanto riguarda l'espressione *fare surf*, bisogna dire che nell'italiano esiste anche il neologismo *surfare*<sup>64</sup> che denota l'atto di «planare sulle onde del mare rimanendo in equilibrio su una tavola da surf». <sup>65</sup> È interessante come il significato di questo verbo si sia ampliato, indicando, nell'ambito di informatica, il «navigare in Internet passando da un sito all'altro». <sup>66</sup> *Lo snowboard* è un sport molto simile al *surf* — si pratica sulla neve, usando una tavola. Questo sostantivo può indicare sia lo sport, sia l'attrezzo che si usa nel praticare tale sport. <sup>67</sup> I termini *match* e *ranking* sono caratteristici del linguaggio sportivo e nell'esempio numero 262 in particolare riguardano quello del tennis. Oltre ai prestiti che appartengono al campo semantico dello sport, nell'esempio numero 262 appare l'anglismo *lounge* che indica un'ampia ed elegante sala d'attesa o d'intrattenimento, di solito in alberghi, stazioni, aeroporti e altri luoghi di transito. <sup>68</sup>

Parlando degli esempi da altri campi semantici, in questa categoria incontriamo anche quelli dal campo semantico dei film e cinematografia:

263) *era ora di fare un piccolo **recappino** romano*

264) *Hai mai visto un ghepardo fare la pupù? Piccolo **spoiler** dei video che usciranno su YouTube, ancora non ci credo che l'ho visto di persona*

---

<sup>64</sup> *Surfare* in *Vocabolario online Treccani*, <[https://www.treccani.it/vocabolario/surfare\\_res-45c123a2-89ed-11e8-a7cb-00271042e8d9\\_%28Neologismi%29/](https://www.treccani.it/vocabolario/surfare_res-45c123a2-89ed-11e8-a7cb-00271042e8d9_%28Neologismi%29/)> (10/09/2022).

<sup>65</sup> *Surfare* in *Dizionario Italiano da un affiliato di Oxford University Press, Mondadori Education*, 2019, (10/09/2022).

<sup>66</sup> *Ibid.*

<sup>67</sup> *Snowboard* in *Dizionario Internazionale De Mauro*, <<https://dizionario.internazionale.it/parola/snowboard>> (10/09/2022).

<sup>68</sup> *Lounge* in *Dizionario Italiano da un affiliato di Oxford University Press, Mondadori Education*, 2019, (10/09/2022).

265) *Aurora boreale DAY 1, fuori di testa, non ne avete idea di quello che abbiamo visto e probabilmente nel video vedrete tutto in un episodio SPECIALE. Big serie incoming.*

In aggiunta, nel campo semantico del Viaggio troviamo alcune locuzioni inglesi tipiche del linguaggio giovanile, come *fun fact*, *comfort zone* e *quote motivazionale*:

266) *La nostra prima vacanza dell'anno è stata speciale. Fun Fact: sia per me che per Ciamy era la prima vacanza sulla neve!!*

267) *Mi sono resa conto che se non avessi rotto il ghiaccio così avrei continuato a vivere nella mia **comfort zone**, pensando che viaggiare all'estero fosse da folli. Sbagliando.*

268) *ho sempre sentito parlare di Coppedè, ma non mi era mai capitato di farci due passi. L'altro giorno finalmente ci siamo messe le scarpe e siamo andate a vedere questo famoso quartiere di Roma dove gli edifici sono qualcosa di davvero spettacolare. Qui carrellata di palazzi belli dove tutti desidereremmo vivere (+ **quote motivazionale lol**)*

Interessante l'esempio numero 268 dove appare l'espressione *quote motivazionale*, che è un ottimo esempio di calco linguistico, cioè proviene dall'inglese *motivational quote*. Nello stesso esempio vediamo anche l'abbreviazione *LOL*, caratteristica del linguaggio giovanile e quello dei social.

Infine, anche se viaggiano molto, *travel bloggers* non trascorrono tutto il loro tempo altrove. Perciò, quando sono a casa, spesso provano nostalgia per i luoghi che hanno visitato prima — si tratta di *travel nostalgia*. Di conseguenza, ne parlano sui social: di solito pubblicano le foto vecchie e condividono i ricordi a loro cari.

269) *travel nostalgia*

270) *NYC by night or NYC at dawn?*

271) *Per il Blue Monday ci voleva una foto blu, anche se guardandola l'unica cosa triste che mi viene in mente è che New York già mi manca tantissimo.*

Dagli esempi numero 270 e 271 vediamo che a volte i giovani decidono di scrivere la *caption*, cioè il testo sotto la foto che pubblicano, interamente in inglese.

Per quanto riguarda l'esempio numero 271, bisogna dire che *il Blue Monday*, secondo le credenze popolari nella cultura anglosassone, è il giorno più triste dell'anno, che capita di solito nella terza settimana del gennaio.<sup>69</sup>

A questo punto viene proposta la tabella con gli anglismi che fanno parte del campo semantico del Viaggio, insieme ai loro possibili equivalenti italiani. Discuteremo poi sulla questione di prestigio, cioè se i prestiti riportati nella tabella sono di necessità o di lusso. Infine, concluderemo se ci si può aspettare che questi anglismi verranno sostituiti con le rispettive versioni italiane in futuro.

Tabella 6 — Possibili equivalenti italiani per la categoria Viaggio

ANGLISMO	EQUIVALENTE ITALIANO
Il loop infinito	Il circuito infinito
Il weekend lungo on the road	Un fine-settimana/ weekend lungo sulla strada
Il tour on the road	Il giro sulla strada
Il (super) tour	Il (grande) giro/ gita/ viaggio
La business (class)	La classe business, la business
La economy (class)	La classe economica
La container home	La casa del contenitore, la casa container
Il recapino	Un piccolo riassunto

<sup>69</sup> *Blue Monday, significato del lunedì più triste dell'anno: cos'è e come affrontarlo*, in: *Il Giornale d'Italia* (2022), <<https://www.ilgiornaleditalia.it/news/costume/328459/blue-monday-significato-piu-triste-anno-cos-e-come-affrontarlo.html>> (08/09/2022).

ANGLISMO	EQUIVALENTE ITALIANO
Lo spoiler	L'anticipazione
Day 1	Giorno 1
Big serie incoming	Una grande serie in arrivo
Fare surf	/
Lo snowboard	/
Work in progress	Lavori in corso
Il camp	Il campeggio
In modalità power	In modo potente/ forte
Il lounge	Il salotto, la sala d'attesa o d'intrattenimento
Il match	La partita, la gara, l'incontro
Il ranking ATP	La classificazione ATP
Fun fact	La curiosità
La comfort zone	La zona di comfort, l'ambiente sicuro
Quote motivazionale	Citazione motivazionale
LOL (Laughing Out Loud)	Ridere fragorosamente
Travel nostalgia	Nostalgia di viaggio
NYC by night or NYC at dawn?	New York di notte o New York all'alba?
Il Blue Monday	Lunedì triste

Alcuni di questi prestiti, come *weekend* o *lounge*, vengono usati nella lingua italiana già per un lungo periodo di tempo e probabilmente continueranno ad essere utilizzati in futuro. La stessa cosa vale per gli anglicismi che appartengono alla sfera dello sport, come *match* e *ranking*: sono noti a livello mondiale ed vengono usati molto frequentemente già da decenni. Come risulta visibile dalla tabella, è possibile trovare gli equivalenti italiani per la maggioranza degli esempi citati. In molti casi gli equivalenti italiani e i prestiti inglesi coesistono nella lingua italiana, cioè vengono usate entrambe le varianti, come per esempio *il weekend* e *il fine-settimana*. Questa è la prova concreta che si tratta di prestiti di lusso. In altri casi invece abbiamo le semitraduzioni, dove una parte resta inevitabilmente in lingua inglese, come *la classe business* o *la casa container*. È interessante il fatto che esistono gli equivalenti

totali per tutte le locuzioni citate in questo campo semantico (*fun fact*, *comfort zone* e *motivational quote*) e che essi vengono usati nella lingua italiana. Ciononostante, per i giovani è diventato del tutto normale esprimersi usando le locuzioni inglesi perché si presume che gli altri appartenenti al gruppo capiranno perfettamente di cosa stanno parlando. Infine, bisogna dire che nel caso dei prestiti *snowboard* e *fare surf* non è possibile trovare alcun equivalente italiano; quindi, si tratta di prestiti di necessità.

#### 4.7 Arredamento Casa

A differenza degli altri campi semantici analizzati precedentemente, dove gli anglicismi appaiono molto più di sovente, nel caso dell'Arredamento Casa troviamo meno anglicismi che, dal punto di vista semantico, appartengono proprio a questa categoria. Più concretamente, essi fanno parte per lo più del metalinguaggio e di altri campi semantici già citati oppure del linguaggio generale.

Parlando degli anglicismi che senza dubbio entrano nella categoria Arredamento Casa, bisogna citare il prestito di lusso *living*, presente anche nel sintagma *la zona living*, che viene usato spesso al posto delle varianti italiane *soggiorno* o *salotto*:

- 272) *Le ceste sono un grande classico che sta benissimo nei **living** più attuali come in qualsiasi altro spazio. Accolgono piante, biancheria da lavare, coperte, riviste.. e chi più ne ha, più ne metta!*
- 273) *Per la vostra voglia di fare salotto vi consigliamo di prendervelo comodo, ma senza rubare il posto a estetica e funzionalità. Venite a scoprire **la zona living** perfetta per i vostri momenti di **relax**, in negozio e su [IKEA.it.s](http://IKEA.it.s).*

Tra gli anglicismi da altri campi semantici, quello che appare più spesso, come possiamo vedere già nell'esempio precedente, è *il relax*:

- 274) ***Il relax** va coltivato giorno per giorno. Scoprite come preparare al meglio il vostro piccolo angolo verde all'aperto dove ricaricare le batterie.*
- 275) *Ambienta la tua casa affinché diventi la tua fonte di **relax** e benessere quotidiani.*

Questo può essere dovuto al fatto che i profili su *Instagram* che si occupano di decorazione o arredamento della casa (come *Ikea* o *JYSK* ad esempio) sono molto spesso utilizzati per fare pubblicità, col fine di aumentare le proprie vendite. Nel mondo moderno in cui viviamo, dove la vita quotidiana è molto frenetica e stressante, il rilassamento sembra essere un premio e perciò si pensa che possa attirare i clienti.

Oltre al rilassamento, compaiono anche i riferimenti alla salute, dato che si tratta di un aspetto altrettanto importante per gli acquirenti:

276) *Questa cucina è super accessoriata: il suo sistema di binari è l'ideale per tenere a portata di mano erbe aromatiche e spezie per i vostri pranzetti **healthy**.*

Quando si tratta di mobili, è molto importante e apprezzato tra i clienti anche *il comfort*, che viene ancora più enfatizzato usando l'anglismo:

277) *POÄNG non è solo una poltrona. È un'icona di design studiata per offrire il massimo **comfort**.*

Le funzioni e alcune caratteristiche particolari di certi mobili spesso vengono pubblicizzate usando i prestiti provenienti dall'inglese, perché in questo modo si pone maggiore attenzione su di esse. Lo possiamo osservare in concreto nei seguenti tre esempi, dove vengono pubblicizzati i mobili per la camera da letto, servendosi di prestiti di lusso dal mondo della cosmesi, dell'informatica, della tecnologia e della musica, cercando in questo modo di rendere i mobili ancora più prestigiosi:

278) *Con il suo ampio cassetto interno dotato di prese d'aria laterali TROTTEEN diventa l'alleato perfetto per organizzare, anche in camera, i prodotti per **la skincare**.*

279) *Create la vostra postazione trucco ovunque voi siate grazie a SAXBORGA. Facile da spostare, con un comodo specchio interno, questo contenitore*

*permette di organizzare tutto il necessario per una **beauty routine** impeccabile.*

280) *Accendete i momenti in cui vi manca la carica con SYMFONISK, la lampada con cassa **WI-FI** dal **sound** avvolgente, realizzata in collaborazione con Sonos.*

Come tipici di questo campo semantico, possiamo citare gli anglismi *look*, *design*, *vintage* e *makeover*:

281) *Con VIHALS darete un **look** diverso alle stanze della vostra casa. Potete sceglierne uno o combinarne diversi, in ogni caso, riuscirete ad armonizzare i diversi ambienti.*

282) *Contemporaneo, ma con un tocco **vintage**. Scoprite come ricreare **il look** di questo appartamento. Vi aspettiamo con tanti consigli nella nostra sezione Case.*

283) *Per dare al proprio bagno un'atmosfera allegra, ci vuole GODMORGON! Con il suo **design** di stile, questa stanza diventerà la vostra preferita.*

284) *Usa il comodino EGELEV e la lampada HELMER per fare un **mini restyling** d'effetto alla tua camera!*

285) *Con spugne in sisal e strofinacci in cotone ecco fatto un **mini-makeover** di stile anche per la tua **routine di pulizia** della cucina!*

Come si può riscontrare dall'esempio numero 281, il termine *look* si può usare anche con il riferimento alle cose o, in questo caso, allo stile di una stanza. Il significato che si attribuisce al termine *design* è simile a quello di *look* — può significare anche *aspetto*, ma generalmente indica lo «stile che caratterizza vari prodotti fabbricati in serie».<sup>70</sup> Quindi, non sorprende che *design* esista in vari settori, come quello di moda e abbigliamento, cosmesi, architettura e arredamento, tecnologia e altri. Come abbiamo già visto, il termine *vintage* appare anche nel campo semantico di Moda e Abbigliamento. Infine, *makeover* è un insieme di modifiche con

---

<sup>70</sup> *Design* in *Dizionario Internazionale de Mauro*, <<https://dizionario.internazionale.it/parola/design>> (20/08/2022).

lo scopo di rendere qualcuno o qualcosa più attraente.<sup>71</sup> Il termine appare in vari settori come cosmesi, arredamento, tecnologia, automobili; quest'anglismo ha dato il nome ad un genere nuovo di spettacoli e serie TV, *podcast* e altri format esistenti su Internet (per esempio *blog* e *vlog*).

Parlando di altri settori, nel descrivere il processo di arredamento casa appaiono numerosi anglismi dal mondo di bellezza e cosmesi:

286) *La camera di un' appassionata di moda e **beauty** come @jadezzzzz è stata riorganizzata in modo che ogni attività possa avere un angolo dedicato e ben organizzato. I suoi accessori e i prodotti **skincare** hanno trovato finalmente posto.*

Molto interessante anche il sostantivo *buffet*, che in inglese viene originariamente preso in prestito dal francese dove indicava un mobilio della sala da pranzo, ossia la credenza che conteneva tutto il necessario per preparare la tavola<sup>72</sup>, come possiamo vedere anche nel seguente esempio:

287) *Organizzare sì, ma con stile. Il nuovo **buffet** ERSNÄS offre tanto spazio interno per riporre i piatti e un pratico piano dove esporre gli oggetti che amate di più.*

In tempi più moderni, il significato si è ampliato e adesso denota la tavola su cui vengono disposti cibi e bevande a disposizione di tutti gli ospiti.<sup>73</sup>

---

<sup>71</sup> *Makeover* in *Cambridge Dictionary*, <<https://dictionary.cambridge.org/it/dizionario/inglese/makeover>> (20/08/2022).

<sup>72</sup> *Buffet* in *Vocabolario online Treccani*, <<https://www.treccani.it/vocabolario/buffet/>> (20/08/2022).

<sup>73</sup> *Ibid.*

*Pouf* è un altro sostantivo che la lingua inglese ha preso in prestito dal francese e denota uno sgabello basso che compare negli arredi della fine dell'Ottocento.<sup>74</sup>

288) *Da JYSK adoriamo i pouf. Accostati a divani e poltrone possono fungere da seduta o pratico poggiatesta.*

Nella tabella che segue vengono elencati gli anglicismi che appaiono nella categoria Arredamento Casa, insieme ai possibili equivalenti italiani. In base alla tabella, saremo in grado di concludere se i prestiti in questione sono di necessità o di lusso.

Tabella 7 — Possibili equivalenti italiani per la categoria Arredamento Casa

ANGLISMO	EQUIVALENTE ITALIANO
La zona living/ living	Il salotto, il soggiorno
Il relax	Il riposo, il rilassamento
Healthy	Sano
Il comfort	La comodità
La skincare	La cura di pelle
La beauty routine	L'abitudine di bellezza
WI-FI	/
Sound	Il suono
Il look, i look	L'aspetto, l'apparenza, lo stile
Vintage	D'epoca
Il design	La progettazione
Un mini restyling/ makeover	Una piccola trasformazione
La routine di pulizia	L'abitudine di pulizia
Beauty	Bellezza
Il buffet	La credenza
I pouf	Sgabello imbottito*

<sup>74</sup> *Pouf* in *Vocabolario online Treccani*, <<https://www.treccani.it/vocabolario/pouf/>> (20/08/2022).

Dalla tabella sopraripotata risulta che solo uno di questi anglicismi è un prestito di necessità, il termine *WI-FI*, per cui non esiste un equivalente italiano. Un caso particolare è la parola *pouf*, per cui non esiste davvero un equivalente, ma è possibile la parafrasi sgabello imbottito. Quindi, la maggior parte degli anglicismi di questa categoria sono infatti dei prestiti di lusso. Per esempio, i termini come *beauty* o *healthy* potrebbero essere sostituiti con gli equivalenti italiani. Possiamo dire che alcuni di questi prestiti linguistici si sono già affermati nella lingua italiana e che la gente si è abituata ad usarli. Altri invece sono appena entrati nell'italiano e potrebbero essere sostituiti dai lessemi italiani, senza alcuna perdita dal punto di vista semantico. Ciononostante, si tratta di uno scenario verosimilmente poco probabile in futuro, per via del prestigio sociale che i prestiti inglesi possiedono. Il prestigio è infatti ciò che rende i prodotti più interessanti e desiderabili agli acquirenti ed esso diventa ancora più grande con l'uso di anglicismi nel pubblicizzarli.

Bisogna dire che molti degli equivalenti suggeriti vengono infatti usati nella lingua italiana contemporanea, come *d'epoca*, *il rilassamento* o *il riposo*, *il salotto* o *il soggiorno*, *l'abitudine*, *la credenza* e altri. Questa è la prova concreta che negli esempi riportati sopra si tratta di prestiti di lusso, usati dai giovani che vogliono presentarsi come diversi da altri gruppi sociali o in qualche modo speciali e *cool*.

#### 4.8 Tecnologia e Gaming

Gli esempi in questo campo semantico non sono numerosi, ma sono quelli che illustrano la terminologia usata tipicamente sui social nell'ambito della tecnologia e del gaming. Si comincia dalle parole *gaming* e *gamer*; entrambe derivate dalla parola *game*:

289) *Questo sono io nella mia postazione da **gaming**... Non é vero, sono da @ikeaitalia dove da oggi è disponibile la nuova collezione dedicata ai **gamer** in collaborazione con ASUS/ROG! Date un'occhiata a tutti i prodotti con cui potete creare la vostra postazione!*

Il sostantivo *gaming* denota sia l'industria ovvero il mondo dei videogiochi, sia l'atto di giocare ai videogiochi,<sup>75</sup> mentre *il gamer* è una persona appassionata di videogiochi.<sup>76</sup>

Nel linguaggio della tecnologia e gaming rientrano anche i termini che fanno parte del campo semantico della Moda e Abbigliamento, come l'aggettivo *retro* e l'espressione *limited edition*:

290) *Pacman è uno dei miei **retro game** preferiti e se vi dicessi che tre di voi, giocandoci, potrebbero vincere un telefono **limited edition** ONEPLUS NORD?*

L'aggettivo *retro* proviene dal francese e denota stili e modi espressivi del passato, sorpassati e fuori moda.<sup>77</sup> Dallo stesso esempio è visibile che anche in questo campo semantico appare la locuzione inglese *limited edition*, che spesso viene usata per sottolineare il prestigio di un certo prodotto, come di indumenti, mobili, gadget e simili.

Dato che *Instagram* è un ottimo luogo per fare delle pubblicità dirette o indirette, anche in questo campo semantico troviamo l'uso di anglicismi che rendono il prestigio di questi prodotti ancora più grande. Possiamo osservare il fenomeno in questione su seguenti due esempi, dove vengono presentati gli smartphone, in particolare le loro funzionalità fotografiche, usando i termini inglesi:

291) *Uno degli **spot fotografici** (oltre che, ovviamente, uno dei teatri) che più amo di New York è Radio City Music Hall. È il teatro che ogni anno ospita lo spettacolo natalizio delle Rockettes (non perdetevolo perché è strepitoso) e il teatro sul cui palco si sono esibite **grandi star** come Roger Waters, Ella Fitzgerald, Lady Gaga, i Pink Floyd e molti altri. Nonostante vi fosse scarsa*

---

<sup>75</sup> *Gaming* in *Vocabolario online Treccani*, <[https://www.treccani.it/vocabolario/gaming\\_%28Neologismi%29/](https://www.treccani.it/vocabolario/gaming_%28Neologismi%29/)> (21/08/2022).

<sup>76</sup> *Gamer* in *Vocabolario online Treccani*, <<https://www.treccani.it/vocabolario/ricerca/gamer/>> (21/08/2022).

<sup>77</sup> *Retro* in *Dizionario Internazionale de Mauro*, <[https://dizionario.internazionale.it/parola/retro\\_4](https://dizionario.internazionale.it/parola/retro_4)> (21/08/2022).

*illuminazione, con vivo X60 Pro ho sfruttato le luci dell'esterno del teatro per riuscire a creare **una clip** davanti a questo luogo iconico che tanto amo. Il risultato, nitido e luminoso, mi è piaciuto così tanto che ho voluto trasformarlo in **un reel**.*

292) *La modalità ritratto del dispositivo ha **un bokeh** precisissimo che permette di scattare foto dal risultato altamente professionale, come questa.*

Il termine *bokeh* proviene infatti dal giapponese e denota lo stato di essere fuori fuoco che nella fotografia è reso possibile dall'uso di un obiettivo particolare.<sup>78</sup> Si usa molto nell'inglese, da cui passa poi all'italiano. Lo possiamo quindi definire un anglismo dal punto di vista dell'etimologia prossima (Muljačić 1997: 269).

Parlando sempre delle pubblicità su questa piattaforma, del caso di un altoparlante possiamo vedere di nuovo come le qualità particolari di questo apparecchio vengano sottolineate usando i termini d'origine inglese come *wireless*, *waterproof* e *dustproof*:

293) *l'altro giorno ho ricevuto due regali bellissimi da parte di JBL, con il quale sto collaborando per questo Natale, che mi ha mandato il nuovo **speaker** JBL Go 3e gli auricolari JBL Tune 225TWS. Secondo me potrebbero essere due ottimi pensieri da regalare a qualcuno: le casse per esempio ve le potete portare in doccia perché sono **waterproof** e **dustproof** mentre le cuffiette (totalmente trasparenti!) sono **wireless** e comodissime per qualsiasi situazione. **Il team** di JBL mi ha anche dato un codice (LEO25) che potete usare sul loro sito per avere il 25% di sconto, valido su tutti i prodotti.*

Il prestigio degli anglismi è visibile anche nel fatto che una delle banche italiane ha deciso di pubblicizzare i suoi servizi, il *pagamento contactless* in particolare, usando il nome inglese, *SwatchPAY*, per la propria campagna pubblicitaria:

---

<sup>78</sup> *Bokeh* in *Oxford English Dictionary*, Oxford University Press, 2021 (21/08/2022).

294) *Ciao ragazzi! @intesanpaolo è la prima banca in Italia a lanciare in collaborazione con @Swatch\_it e @mastercarditalia **SwatchPAY!** che ti permette di **pagare contactless** con il tuo orologio Swatch! Vi piace quello che ho scelto io?*

A questo punto segue la tabella dove vengono elencati tutti gli anglicismi che appartengono al campo semantico della Tecnologia e Gaming con i rispettivi equivalenti italiani. Nella parte sottostante la tabella, vengono discussi gli equivalenti e se i prestiti inglesi in questione sono di lusso o di necessità.

Tabella 8 — Possibili equivalenti italiani per la categoria Tecnologia e Gaming

ANGLISMO	EQUIVALENTE ITALIANO
Gaming	I giochi al computer, i videogiochi
Il gamer, i gamer	Giocatore
Il retro game, i retro game	Un gioco retro
(la) Limited edition	L'edizione limitata
Lo spot fotografico	Posto fotografico
Le grandi star	Le (grandi) celebrità
La clip	Il video
Il reel	Rullo, mulinello
Il bokeh	Sfocato
Lo speaker	L'altoparlante
Waterproof	Impermeabile
Dustproof	Antipolvere
Wireless	Senza fili
Il team	La squadra/ banda, il gruppo
Pagare contactless	Pagare senza contatto

Osservando la tabella, si può notare che quasi tutte le espressioni citate sono infatti prestiti di lusso che potrebbero essere sostituiti con gli equivalenti italiani proposti senza alcuna perdita dal punto di vista semantico. Ciononostante, alcune di queste parole si sono già consolidate nella lingua italiana e perciò non ci si può aspettare che vengano sostituite da altre varianti in futuro. Il motivo principale è di nuovo il prestigio degli anglicismi che spinge i giovani parlanti ad usarli. Va menzionato il fatto che la maggioranza delle espressioni citate nella colonna di destra viene in realtà usata nel linguaggio quotidiano, confermando così ulteriormente lo status di questi anglicismi come prestiti di lusso.

#### 4.9 Musica

La musica è certamente ciò che unisce i giovani di oggi: condividono l'interesse per gli stessi stili e generi musicali, sono appassionati degli stessi artisti e così via. Di conseguenza, ne parlano sui social, servendosi spesso delle espressioni inglesi.

Alcuni dei termini caratteristici che appartengono al campo semantico della Musica sono *l'album*, *la playlist*, *la compilation*, *la cover art* e *la band*:

- 295) “Disumano”. Il nuovo **album** fuori stasera un'ora dopo la mezzanotte
- 296) Che voglia di fare l'albero e addobbare l'intera casa con **la playlist** canzoni di Natale a tutto volume
- 297) Nelle storie in evidenza trovate **una playlist** anni '90 che vi porterà (parlo a quelli stagionati come me) al periodo delle **compilation** su cd masterizzati con tanto di dedica, quando Spotify non esisteva e per trovare il titolo di un pezzo bisognava aspettare il video su MTV. E comunque sì, la ruota e il fuoco erano già stati scoperti. E voi amici, che pezzi avevate nella vostra **compilation** di cd pirata fatta da vostro cugino?
- 298) “Mille” Fuori ora! **Cover art by** Francesco Vezzoli
- 299) Io e @shivya abbiamo formato una **band country**, fuori ora sul mio canale YouTube il video musicale!

Bisogna dire che il termine *album* proviene infatti dalla locuzione latina *album amicorum*, usata nell'Ottocento in Germania per indicare un libro che conteneva gli autografi di conoscenti. Di solito *l'album* denota un libro in cui si raccoglie qualcosa e in particolare, oltre ad indicare un disco musicale, può indicare anche un album di fotografie.<sup>79</sup>

Nell'ultimo esempio (numero 299) appare anche un calco: *il video musicale*, la versione italianizzata della locuzione inglese *music video*.

Un altro esempio caratteristico di questo campo semantico è la parola *fan*:

300) “Meglio del cinema” è fuori a mezzanotte. Ho fatto ascoltare in anteprima a dei miei **fans** la nuova canzone.

Il termine *fan* è tipico del mondo di musica, ma è altrettanto presente in altri settori. Di solito *i fans* erano riservati esclusivamente a certi tipi di persone che sono diventate delle celebrità per via della professione di cui si occupano, come cantanti, attori, scrittori e simili. Sembra che nei tempi moderni chiunque possa diventare famoso e avere i propri *fan*. Oltre alle tipiche celebrità, siamo testimoni di una categoria completamente nuova: *gli influencer* sui social media con i rispettivi *fans*, cioè *i follower*.

Tra gli esempi che appartengono a questo campo semantico appaiono anche alcuni termini in comune con gli altri campi semantici, come *il look*, tipico nelle categorie Moda, Cosmesi, Arredamento Casa e *la performance*, che appare nel mondo di Tecnologia e Gaming:

301) È sempre stato un rituale guardarlo con mia madre e tuttora lei resta la mia persona preferita con cui commentare **performance** e **look** di Sanremo.

---

<sup>79</sup> *Album* in *Vocabolario online Treccani*, <<https://www.treccani.it/vocabolario/album/>> (08/09/2022).

In particolare, appaiono alcuni anglicismi dal campo semantico di Moda e Abbigliamento, come *T-shirt* o *limited edition* e la parola *spoiler*, frequente nel mondo della TV e del cinema:

302) *Uniqlo x Disumano (link in bio). Preordinando l'album in regalo una T-shirt a scelta della collezione limited edition.*

303) *L'unico spoiler che posso fare. Sanremo ci saremo*

Di seguito viene presentata una tabella che contiene l'elenco degli anglicismi che appaiono negli esempi di questo campo semantico con la proposta dei rispettivi equivalenti in lingua italiana. Sotto la tabella osserveremo quali anglicismi sono i prestiti di lusso e quali sono i prestiti di necessità e quanto vengono usati gli equivalenti italiani proposti nella tabella.

Tabella 9 — Possibili equivalenti italiani per la categoria Musica

ANGLISMO	EQUIVALENTE ITALIANO
L'album	Il disco
La playlist	La scaletta, l'elenco dei brani
La compilation	La raccolta, collezione, compilazione
La cover art	La copertina
Una band country	Un gruppo musicale country (di campagna)
I fans	Gli appassionati
Il look, i look	L'aspetto, l'apparenza, lo stile
La performance	Lo spettacolo, l'esibizione, l'esecuzione
Il link in bio	Il collegamento in biografia
La T-shirt	La maglietta
(la) Limited edition	L'edizione limitata
Lo spoiler	L'anticipazione

Il termine *album* si usa nell'italiano da lungo periodo di tempo. Dato che si usa anche in varie altre lingue, è poco probabile che potrebbe essere sostituito con qualche altro termine. Nel caso dei sostantivi come *la playlist*, *la compilation*, *la cover art*, *il fan*, *la performance* e *la T-shirt* esistono gli equivalenti italiani molto ben riusciti e che sicuramente vengono usati molto spesso nella comunicazione quotidiana. Ciononostante, questi anglicismi sono molto comuni e popolari e vengono usati dai giovani di diverse nazionalità e godono di un grande prestigio. Detto tutto questo, non possiamo aspettarci che i giovani smettano di usarli, anzi, si affermeranno sempre più nella lingua italiana, se questo non è ancora avvenuto. Per quanto riguarda la locuzione inglese *la country band*, vediamo che non è possibile trovare un equivalente totale e ben riuscito, soprattutto se prendiamo in considerazione la lunghezza dell'equivalente proposto. L'aggettivo *country* può essere tradotto letteralmente in «di campagna» o «campestre», ma anche altre lingue, nella maggioranza dei casi, adottano la parola inglese, senza tradurla.<sup>80</sup> Quindi, sarebbe inutile cercare di imporre una nuova versione della parola, poiché questa si è già affermata in altre lingue. Infine, gli equivalenti proposti per gli anglicismi *il look*, *lo spoiler*, *link in bio* e *limited edition* sembrano soluzioni troppo letterali. Molto probabilmente le versioni inglesi continueranno ad essere utilizzate in futuro.

---

<sup>80</sup> *Country* in *Vocabolario online Treccani*, <<https://www.treccani.it/vocabolario/country/>> (08/09/2022).

## 5. ALTRI FENOMENI CONTATTOLOGICI

Dopo aver affrontato, nel capitolo precedente, la semantica dei lessemi di origine inglese, in questo capitolo cercheremo di rispondere alle seguenti domande: a quale tipo di parola appartiene la maggior parte dei prestiti linguistici, ma anche quali altri tipi di parole sono rappresentati nel corpus e in quale modo vengono usati generalmente i prestiti linguistici. Infine, se in certi prestiti linguistici sono avvenuti degli adattamenti, cercheremo di spiegare come essi vengono effettuati.

### 5.1 Classi di parole, categorie grammaticali e il loro uso

Secondo Beccaria (1994: 549), le parti del discorso sono «classi di parole che condividono proprietà funzionali all'interno della frase e che si differenziano reciprocamente in base a criteri formali (morfologici e sintattici) o semantici». In base al criterio morfologico, le classi di parole possono essere suddivise in quelle variabili, alle quali appartengono nomi, verbi, aggettivi, participi e articoli, e quelle invariabili, alle quali appartengono preposizioni, congiunzioni, avverbi e interiezioni (Beccaria 1994: 550).

La stragrande maggioranza dei prestiti linguistici di questo corpus sono i sostantivi (*la caption, il blog, il vlog, il podcast, il post, il look, il mascara, l'eye-liner, la call, il meeting, il tutorial, la skincare, il mood, la convention, lo spoiler, lo snack, il sound, il design, lo speaker, il game, la clip, il pattern...*), seguiti, in ordine di frequenza, dagli aggettivi (*fake, matte, glossy, nude, soft, original, country, premium, vegan, biodegradable, fat, light, fit, crispy, vintage, minimal, flawless, cool, comfy...*) e infine compaiono anche alcuni verbi (*swipe, stay tuned, talk, surf*).

Sulla questione dell'adattamento di certi prestiti discuteremo nella sezione seguente (5.2), mentre in questa sezione parleremo dell'assegnazione del genere e osserveremo come si comportano i sostantivi al plurale. Più concretamente, vedremo se nel corpus compaiono più frequentemente i sostantivi invariabili oppure quelli che hanno due forme diverse, una singolare e una plurale. Inoltre, se i sostantivi sono variabili, osserveremo se viene mantenuta la forma morfologica originale del plurale inglese oppure se le forme plurali vengono adattate, create aggiungendo morfemi italiani alla forma singolare inglese.

Partiamo dall'assegnazione del genere ai prestiti inglesi presenti nel corpus. Troviamo diversi esempi al maschile, come *il blue Monday*,<sup>81</sup> *il product placement*, *il fashion recap*, *il "Clean Girl" look* e altri femminili, come *la comfort zone*, *la cooking class*, *la beauty experience* e via dicendo. Ciononostante, i sostantivi maschili sono molto più frequenti nel corpus rispetto a quelli femminili.

Nel corpus compaiono sia i sostantivi sia variabili che quelli invariabili, ma quelli invariabili sono più frequenti nel corpus. Per quanto riguarda i sostantivi variabili, le loro forme plurali, nella maggior parte dei casi, non vengono adattate all'italiano, cioè la forma plurale inglese, con la -s finale, viene mantenuta: *gli haters*, *i tools*, *i flyaways*, *le news*, *i brownies*, *i cupcakes*, *i peanut butter squares*, *gli hash browns*, *i potato pillows*, *i crackers*, *le tortillas*, *i baked oats*, *i cornflakes*, *le sneakers*, *i jeans*, *i bikers*.

Un caso a parte è la parola *fan*, che nell'italiano può essere usata sia al maschile che al femminile. Anche se la parola *fan* è variabile nel plurale, nel corpus compare sia la variante invariabile, *i fan*, sia quella variabile, *i fans*.<sup>82</sup> Oltre alla parola *fan*, anche la parola *shade* nel corpus appare in due forme del plurale diverse, *shade* e *shades*.

Oltre ai nomi che appaiono come lessemi isolati, nel corpus compaiono molte locuzioni, che sono per lo più i sintagmi nominali:

- *Il nostro **Smoothing Balm** è perfetto per idratare capelli secchi (C)*
- *Il nostro **Scrub Esfoliante** per il Cuoio Capelluto e il Siero Multiattivo aiutano a stimolare la crescita (C)*
- *Alle volte basta anche solo prendersi 5 minuti per la nostra **skincare routine** (C)*
- *Vi piacciono tutti questi **trend make-up 2022???** (C)*
- *questo metodo di truccare le labbra assomiglia molto al concetto di **glass skin** coreana! (C)*

---

<sup>81</sup> Gli esempi come questo ci mostrano che ci si aspetta che *i follower* capiscano i prestiti linguistici inglesi, ovvero, più concretamente, che l'autore del *post* si aspetta che i suoi *follower* conoscano i diversi significati della parola *blue* nella lingua inglese: «Per il Blue Monday ci voleva una foto blu, anche se guardandola l'unica cosa triste che mi viene in mente è che New York già mi manca tantissimo».

<sup>82</sup> *Fan* in *Vocabolario online Treccani*, <<https://www.treccani.it/vocabolario/fan/>> (09/09/2022).

Le funzioni sintattiche di questi sintagmi nominali all'interno della frase sono tipicamente quelle di soggetto oppure di oggetto diretto. Oltre a quelli nominali, troviamo anche alcuni sintagmi aggettivali che nella frase hanno un ruolo attributivo:

- *La sua nuova ed iconica punta a cuoricino, oltre ad essere **SUPER CUTE**, è adatta all'applicazione lip & cheek, per un total look naturalmente radioso.* (C)
- *permette di ottenere una linea precisa e **super black!*** (C)
- *Ho utilizzato una matita sopracciglia **super low cost*** (C)
- *il siero in crema per prevenirle e donare un tocco **extra glow*** (C)
- *prodotti **vegan friendly** a prezzi ottimi* (C)

Nel corpus troviamo anche alcuni esempi di sintagmi avverbiali, che all'interno della frase svolgono rispettivamente i ruoli di complemento di luogo (a), di tempo (b) e di modo (c, d):

- (a) *un weekend lungo **on the road*** (V)
- (b) *quel paio di jeans che metterai **4ever and ever*** (MeA)
- (c) *pagare **contactless*** (TeG)
- (d) *con Stella non si sbaglia un colpo, **as usual*** (G)

Infine, i sintagmi verbali appaiono raramente nel corpus, ecco un esempio: *stay tuned per altri contenuti tendenze* (MeA).

Frequenti sono gli esempi dove, nella denominazione di nuovi prodotti, concetti, servizi e simili, vengono formati i sintagmi in cui una parte del materiale lessicale rimane in inglese, mentre la seconda parte è in italiano: *patch occhi* (< ingl. *eye patches*), *scrub esfoliante* (< ingl. *exfoliating scrub*), *giorni off* (< ingl. *off days*), *un pop di colore* (< ingl. *a pop of color*), *modello bootcut* (< ingl. *bootcut model*), *step essenziale* (< ingl. *essential step*), *in modalità power* (< ingl. *in power mode*), *applicazione lip & cheek* (< ingl. *lip and cheek application*), *papà gang*, *frangetta gang*, *la gang del maglioncino* (< ingl. *XY gang*), *team spugnetta* (< ingl. *team sponge*), *team pennello* (< ingl. *team brush*), *pagare contactless* (< ingl. *contactless payment*), *la routine di pulizia* (< ingl. *cleaning routine*), *la zona living* (< ingl.

*living zone/ room*), *quote motivazionale* (< ingl. *motivational quote*), *vestiti cut-out* (< ingl. *cut-out dresses*), *camicia over* (< ingl. *oversized shirt*), *la salsa bbq* (< ingl. *barbecue/ bbq sauce*), *l'effetto smokey* (< ingl. *smokey eyes effect*).

Per quanto riguarda i verbi, la lingua inglese, avendo una flessione molto semplice, è quindi più flessibile nella formazione delle parole rispetto a quella italiana. Di conseguenza, un lessema può essere allo stesso tempo un sostantivo e un verbo (come per esempio *water* come il sostantivo *acqua* e *to water* come il verbo *annaffiare*). Come abbiamo potuto notare dai diversi esempi del corpus, il problema viene risolto usando il verbo polisemico *fare*. Più concretamente, dall'inglese *swipe*, che può essere sia un nome che un verbo, abbiamo nell'italiano la forma verbale *fare swipe*. Lo stesso vale per *talk* e *selfie*, da cui abbiamo le forme *fare talk* e *fare selfie*, oppure *like*, da cui abbiamo *mettere like*.

Alcune delle locuzioni già discusse nei paragrafi precedenti possono essere viste anche da una prospettiva morfosintattica come modi di dire o locuzioni idiomatiche (Faloppa 2011: 908). Per alcune di queste locuzioni esiste un equivalente italiano e sono state adottate per via della loro modernità e popolarità, mentre altre sono state adottate con l'emergere di nuovi termini, fenomeni e concetti che non esistevano prima e quindi non esistevano nemmeno le parole per descriverli (su questo argomento si discuterà nella sezione 5.3).

La maggior parte delle frasi fatte presenti nel corpus sono tipiche del linguaggio dei giovani nella comunicazione in rete. Esse vengono adottate dal modo in cui i loro coetanei americani comunicano su piattaforme online, più specificamente, vengono prese dal gergo online inglese. Gli esempi sono davvero numerosi e abbiamo già spiegato il significato di alcuni nel capitolo precedente (sezione 5.2), come nel caso della locuzione *essere team X o team Y*:

- *Ma voi siete **team modalità scura o chiara**?* (TeG)
- *quel paio di jeans che metterai 4ever and ever perché sai che ti valorizza a pieno (**Team triangolo a rapporto!**)* (MeA)

Nel esempio che segue abbiamo una locuzione che si riferisce cataforicamente al contenuto che segue e lo qualifica in anticipo come qualcosa di banale, ma divertente e di solito non legato all'argomento principale del testo:

- *La nostra prima vacanza dell'anno è stata speciale. **Fun Fact:** sia per me che per Ciamy era la prima vacanza sulla neve!! (V)*

Anche le locuzioni successive, analizzate precedentemente nella sezione 5.1., hanno una funzione cataforica simile a livello di testo:

- ***Unpopular opinion:** il cocco è buonissimo (ML)*
- ***Italian culture is** dire “ahah” quando non sappiamo come continuare una conversazione. (ML)*
- ***Italian culture is** riempire con l'acqua il flacone dello shampoo che sta per finire e continuare ad usarlo (ML)*

La locuzione *spoiler alert* molto spesso viene scritta in maiuscolo per avvertire il lettore di interrompere la lettura in tempo se non vuole che il contenuto che segue gli venga rivelato: **SPOILER ALERT** - *La giornata perfetta per un rewatch di questi episodi (ML)*

Alcune di queste espressioni sono così comuni che è diventato normale utilizzare acronimi al posto delle parole intere che le compongono, come ad esempio, le abbreviazioni *OMG, LOL, POV, Q&A* e *DM*, i cui significati abbiamo già spiegato nel campo semantico del Metalinguaggio (sezione 5.2).

Nella lingua che i giovani italiani usano su *Instagram*, troviamo anche frasi che vengono scritte interamente in inglese come, per esempio: *Get ready with me! Wait for it! Thank me later! Who so serious? Work in progress! Change my mind* e simili.

Oltre alle frasi fatte tipiche del linguaggio giovanile, nel corpus compaiono anche alcuni proverbi:

(a) *All that glitters is not gold.* “Non è tutto oro ciò che luccica” (C)

(b) *OLD but always GOLD!* (G)

Nel caso (a), il proverbio è accompagnato da una traduzione in italiano per evitare la possibilità di incomprensione da parte di un pubblico più giovane, mentre nel caso (b) abbiamo un proverbio che si è già affermato nella lingua dei giovani (viene spesso usata quando si parla di canzoni vecchie) e che, proprio perché non ci si aspettano problemi nella comprensione del suo significato, non viene tradotto.

In questo corpus si possono notare anche numerose locuzioni italiane che, per struttura e materiale lessicale utilizzato, mostrano una notevole somiglianza con locuzioni inglesi di significato equivalente. Come abbiamo già potuto vedere, la prestazione spesso avviene attraverso il trasferimento diretto del materiale da una lingua straniera, ottenendo in tal modo i prestiti linguistici, ma esiste anche la prestazione latente. Nel caso della prestazione latente, non viene apertamente presa in prestito una parola da un'altra lingua, ma un'intera struttura morfosintattica che prima non esisteva nella lingua ricevente, oppure si amplia dal punto di vista semantico il significato già esistente di una parola (Drljača Margić, 2009). In questo corpus si notano entrambi i tipi di calchi: sulla questione dei calchi semantici parleremo in modo più approfondito nella sezione 5.2, dato che essi possono essere osservati anche come adattamenti semantici, mentre qui parleremo di esempi di calchi formali o morfosintattici (Treccani: 2012). Nel corpus raccolto, di solito non vi è alcun cambiamento nella struttura morfosintattica della lingua ricevente sotto l'influsso della morfosintassi del modello, cioè della lingua fonte. Possiamo osservarlo sull'esempio di calchi che contengono la parola *effetto* e dimostrano come l'ordine dei costituenti del sintagma rimane quello tipico della lingua italiana: *effetto wow* (< ingl. *wow effect*), *effetto smokey* (< ingl. *smokey eyes effect*), *effetto peeling* (< ingl. *peeling effect*).

Se osserviamo la struttura dei sintagmi succitati, vediamo che la struttura dei sintagmi nominali più comune in inglese è [modificatore + testa] mentre la più consueta struttura presente in italiano è di norma [testa + modificatore]. Ecco altri esempi dal corpus in cui questo è evidente: *scrub esfoliante* (< ingl. *exfoliating scrub*); *step essenziale* (< ingl. *essential step*); *quote motivazionale* (< ingl. *motivational quote*); *applicazione lip & cheek* (< ingl. *lip & cheek application*).

Anche negli esempi che seguono, in cui il prestito non è stato mantenuto, ma è stato completamente tradotto in italiano, spesso usando anche la parafrasi, possiamo vedere come viene preservata la struttura sintattica italiana: *il balsamo senza risciacquo* (< ingl. *leave-in balm*), *la maschera in tessuto* (< ingl. *sheet mask*), *l'arricciacapelli senza calore* (< ingl. *heatless curling iron*), *la maschera piedi con effetto peeling* (< ingl. *foot peel/ peeling mask*), *il mascara dal finish voluminoso* (< ingl. *voluminous mascara*), *il trattamento labbra* (< ingl. *lip treatment*).

Qui possiamo citare anche dei calchi fraseologici, ovvero il fenomeno che si verifica quando nel processo di traduzione nella lingua ricevente viene trasferito fedelmente sia il livello semantico sia quello sintattico di un'espressione fissa, proverbio o locuzione. Questo vale per i seguenti esempi: *per distacco il miglior cinnamon roll mai mangiato* (< ingl. *by far the best XY ever*)<sup>83</sup>, *vuoi passare del tempo di qualità* (< ingl. *spend some quality time*) al posto della locuzione italiana *dei bei momenti*, *e noi siamo qui per questo* (< ingl. *and we are here for it*).

Infine, l'uso di elementi appartenenti alle altre lingue può essere osservato adottando la cornice teorica che riguarda la commutazione di codice (ingl. *code-switching*). Nei casi in cui viene presa in prestito solo una parola, si parla di *single word insertion*, che è molto presente nel corpus. Inoltre, dal punto di vista linguistico, il passaggio da un codice all'altro può essere interfrasale o intrafrasale (Alfonzetti 2010: 236).

---

<sup>83</sup> Questa locuzione appare spesso nella sua forma originale, come abbiamo potuto vedere nella sezione 4.4, ad esempio: *Best sushi in Tokyo. Ever.*; *Best gnocchi ever.*

Il *code-switching* interfrasale si verifica al confine tra due frasi, come ad esempio:

- **WELCOME BACK!** *Vi aspetto nelle stories per chiacchierare un po' e dirvi di più sul mio periodo assente sui social!* (ML)
- **Wait for it!** *Prima o poi dovevamo provare anche noi a fare il baked oats, e direi che è venuto alla grande* (G)
- **All that glitters is not gold.** *“Non è tutto oro ciò che luccica” ma noi winter, quando si parla di make-up, preferiamo l'argento ed il blu elettrico.* (C)
- **Fashion recap.** *Quali sono i tuoi essenziali per la primavera?* (M)

Se ricorre all'interno della stessa frase, parliamo di *code-switching* intrafrasale:

- **OMG!** *Anche voi volete sapere **who the f\*\*\* ABOUT YOU is?*** (ML)
- *Le macchine di 50 anni fa sono più belle di quelle attuali, **change my mind*** (ML)
- *Quando sono in modalità leoncino e ho soltanto cinque minuti, tiro sempre fuori i miei amati tools di @ghditalia per **trasformare un BAD hair day in un GOOD hair day.*** (C)
- **Link al mio canale YouTube in infobox.** (ML)
- *Quando dicono che **il dress code è Business Casual.*** (C)

Anche se la commutazione di codice negli esempi del corpus avviene sia a livello interfrasale che intrafrasale, più numerosi sono gli esempi di commutazione di codice all'interno della stessa frase.

Oltre al *code-switching*, troviamo anche alcuni esempi di *code mixing*: *two is meglio che one* (< ingl. *two is better than one*), *un outfit comfy e cool*, *big serie incoming*. Oltre all'inglese, abbiamo un esempio di *code mixing* con lo spagnolo, dove sembra che la funzione sia puramente ludica: *No other solutions amigas!*

## 5.2 Tipi e livelli di adattamento

L'adattamento può essere osservato a tutti i livelli linguistici, mentre qui lo analizzeremo dal livello ortografico fino a quello semantico.

A livello ortografico, i prestiti linguistici nella lingua ricevente mantengono molto spesso l'ortografia originale (*layering, bootcut, body, jeans, beauty, restyling*). Si può dire che l'adattamento alla pronuncia è molto raro nell'italiano moderno, mentre era quasi regolare una cinquantina d'anni fa (cfr. ad esempio *bistecca* < ingl. *beefsteak*). Nel corpus appare solo un esempio, il verbo *skeitare* (< ingl. *to skate*).

Abbiamo già accennato all'adattamento a livello morfologico nella sezione 5.1 quando abbiamo parlato di forme plurali dei sostantivi e di assegnazione del genere maschile o femminile ai lessemi presi in prestito dall'inglese. Per quanto riguarda altri fenomeni di adattamento morfologico dei prestiti linguistici, cioè di transmorfemizzazione (Filipović: 1980), essa è più comune tra i verbi. Tutti i verbi presi in prestito dall'inglese vengono completamente transmorfemizzati e prendono i suffissi italiani *-are*, *-ere* o *-ire*. Nel corpus troviamo solo esempi di verbi che finiscono in *-are*. Oltre al sopracitato verbo *skeitare* < *skeit* (forma simile alla pronuncia inglese del verbo *skate*) + *-are*, troviamo altri esempi in cui non è avvenuto alcun adattamento ortografico alla pronuncia dell'originale: *spoilerare* < ingl. *spoiler* (sostantivo) + *-are*; *taggare* < ingl. *to tag* + *-are*, *mixare* < ingl. *to mix* + *-are*.

Oltre all'adattamento primario dei verbi, nel corpus troviamo esempi di adattamento secondario di sostantivi e aggettivi, dove, attraverso la derivazione, vengono formate le parole nuove con un significato nuovo. È il caso dell'aggettivo *glitterato* (< ingl. *glitter* + *-ato*) e del sostantivo *recappino* (diminutivo di ingl. *recap*).

Gli adattamenti semantici portano a cambiamenti nel significato della parola che viene presa in prestito. Il caso più tipico e comune è proprio quando una parola, che nella lingua di partenza ha molti significati diversi (e ciò è particolarmente comune in inglese), viene presa in prestito nella lingua d'arrivo con un solo significato. Qui si tratta di restringimento semantico (Sočanac: 1996, 67).

Quando esiste il bisogno di una nuova parola, esso non deve necessariamente essere soddisfatto prendendo in prestito il materiale lessicale proveniente da una lingua straniera. Spesso si cerca di aggiungere un significato nuovo ad una parola già esistente nella lingua. In questo caso si tratta del processo inverso, cioè dell'estensione semantica (Sočanac: 1995, 325-326). In questo modo si ottiene il calco semantico, perché il calco si trova nel significato e non nella forma della parola. Per quanto riguarda gli esempi dell'estensione semantica nel corpus, più frequenti sono nel campo semantico del Metalinguaggio. Ciò è dovuto alla grande somiglianza tra le parole italiane e quelle inglesi che hanno una radice comune dal latino o dal tardo latino. In questo modo, per esempio, *to save* diventa *salvare*, *le storie* sono un calco dall'inglese *stories*, così come lo è *seguire su Instagram* (< ingl. *to follow on Instagram*), mentre il sostantivo inglese *content* diventa in italiano *contenuto* (digitale). Nell'ambito della cosmesi, il verbo *uniformare* acquisisce una nuova sfumatura di significato: *uniformare la pelle* (< ingl. *to make the skin uniform*) e *fondotinta uniformante* (< ingl. *uniforming foundation*).

## 6. COMMENTO ANALISI

In questo capitolo osserveremo e commenteremo alcuni fenomeni che provengono dall'analisi del corpus presentato, cercando di delineare un quadro complessivo di tutta la ricerca che abbiamo condotto.

Il campo semantico della Cosmesi è la categoria che contiene il maggior numero di esempi e anche il maggior numero di prestiti. Gli anglismi che compaiono in questa categoria sono prevalentemente termini che indicano i diversi prodotti o trattamenti cosmetici. Per quanto riguarda il numero di prestiti, a seguire troviamo il campo semantico della Gastronomia, dove gli anglismi usati indicano i nomi di piatti, di solito tipici della cultura gastronomica americana oppure i nomi di alcuni prodotti alimentari. Infine, il campo semantico della Moda e Abbigliamento contiene un numero leggermente inferiore di anglismi rispetto ai campi semantici sopracitati ed essi denotano, nella maggioranza dei casi, indumenti o tendenze di stile. Infine, qui dobbiamo menzionare anche i prestiti a livello di metalinguaggio, dato che sono numerosi e che riguardano l'intero corpus.

Quanto agli anglismi che si ripetono e che compaiono in più campi semantici diversi, i più numerosi sono quelli che appartengono al metalinguaggio. Possiamo dire che la ragione sta nel fatto che gli anglismi appartenenti a questa categoria non sono necessariamente tematicamente legati al contenuto di un certo *post*, bensì rappresentano il corredo tecnico richiesto dal medium in cui *i post* vengono pubblicati. Per questo motivo lo stesso metalinguaggio viene condiviso anche da altri social.

Oltre ai prestiti a livello di metalinguaggio, possiamo citare altri anglismi che spesso vengono ripetuti in più di un campo semantico, come *look, team, brand, styling, limited edition, top, mood, by, cool, detox, relax, podcast, playlist, stay tuned, vegan, vintage, trend, spoiler* e altri.

I linguisti italiani di orientamento purista, tra i quali spiccano i membri del gruppo Incipit fondato dall'Accademia della Crusca, avvertono spesso il pubblico italiano di un eccessivo numero di anglicismi presente nella lingua italiana contemporanea. Gli anglicismi in effetti ce ne sono, ma la nostra ricerca condotta sul corpus dimostra che il loro uso non ha alcun effetto sulla struttura morfosintattica della lingua italiana e che la lingua come tale non può definirsi in pericolo. Solo nel caso di pochi calchi fraseologici vengono introdotte nuove strutture morfosintattiche oppure un ordine di parole diverso. Poiché abbiamo dimostrato che è possibile creare equivalenti italiani per quasi tutti i prestiti presi in esame, o che essi addirittura esistono già, il timore che ci possa essere un'erosione del vocabolario italiano sotto l'invasione dell'inglese sarebbe del tutto ingiustificato. Dato che questo lessico è per lo più limitato ai giovani parlanti che conoscono la lingua inglese e che comunicano tra loro sulle piattaforme online, non vi è alcun timore che si possano creare incomprensioni tra gli interlocutori. Se devono comunicare con altri interlocutori con cui non condividono la stessa età e che quindi non appartengono alla stessa cerchia sociale, possono farlo utilizzando gli equivalenti italiani. Questa stratificazione sociale nell'uso linguistico dimostra quant'è importante prendere in considerazione le variabili sociolinguistiche nelle ricerche che riguardano i fenomeni linguistici.

Finora, in tutte le categorie semantiche (capitolo 4), alla fine di ogni sezione (4.1 - 4.9) sono state presentate delle tabelle in cui sono stati raccolti tutti i prestiti citati e sono stati offerti i loro possibili equivalenti italiani. Nella parte teorica abbiamo citato la definizione dei prestiti e analizzato la loro distinzione teorica in due categorie, prestiti di lusso e quelli di necessità. Abbiamo inoltre affermato che la visione sociolinguistica del linguaggio impone che i prestiti di lusso non esistano, dato che ogni parola viene presa in prestito solo perché nella lingua ricevente ce n'è una certa necessità. L'analisi del corpus raccolto ci ha comunque mostrato che, per quanto riguarda l'uso linguistico, le cose non sono mai così semplici: abbiamo notato che, in un ragguardevole numero di esempi raccolti spesso anche all'interno dello stesso *post*, viene utilizzato sia il prestito inglese che il termine o sintagma italiano. Così nel campo semantico della Cosmesi troviamo la prova concreta che il termine *lo shade* coesiste con la sua variante italiana *la tonalità*, proprio all'interno della stessa frase: *io ho utilizzato la tonalità 01 ma trovate ben 6 shade differenti*. Altri esempi sono i sostantivi *autoscatto* che coesiste con *selfie* e *la sfida* che coesiste con *la challenge*.

Come abbiamo già accennato nel capitolo precedente, gli anglismi che appaiono più frequentemente per tipo di parola sono sicuramente i sostantivi, ma troviamo anche molti aggettivi e addirittura interi sintagmi.

Infine, per quanto riguarda l'adattamento dei prestiti, nel corpus prevalgono gli anglismi non adattati. Questo può essere spiegato dal contesto sociale: oggi la lingua inglese è molto più presente rispetto all'epoca in cui venivano adattati i prestiti come, per esempio *la bistecca*.

## 7. CONCLUSIONE

Eseguendo la nostra ricerca, ci siamo posti due domande:

- È utile tradurre gli anglicismi?
- Gli anglicismi appartenenti al linguaggio dei giovani e usati sui social sono esclusivamente prestiti di lusso?

Uno potrebbe chiedersi se si tratta davvero di prestiti di lusso e direi che la questione sia complessa. Nella maggioranza dei casi, come abbiamo potuto vedere, i giovani decidono di usare gli anglicismi anche quando esistono i termini italiani corrispondenti. Se usassero gli equivalenti italiani, non si perderebbe il significato del messaggio. Tuttavia, ricorrono all'uso di prestiti inglesi per sembrare più *cool* o moderni, per far sapere agli altri che appartengono ad un determinato gruppo sociale. In questo caso si tratta, senza dubbio, di prestiti di lusso.

In altri casi invece, le parole inglesi vengono introdotte in mancanza di termini corrispondenti in italiano, dato che si tratta di fenomeni nuovi che devono essere nominati in qualche modo. Forse non si tratta di una soluzione giusta o più opportuna, ma a volte un'altra scelta semplicemente non esiste. La maggioranza di questi fenomeni nuovi fa parte di una cultura moderna, appartenente ai giovani che usano i social, dove la lingua di comunicazione è di solito l'inglese. *Gli influencer* che i giovani seguono sono sia d'origine americana o britannica oppure decidono di comunicare in inglese per raggiungere un pubblico più vasto perché oggi è normale presupporre che tutti conoscano l'inglese. Quindi, usando i prestiti inglesi, uno si esprime in modo chiaro e comprensibile a un gran numero di persone. Certo, si potrebbe ricorrere a parole già esistenti nella lingua italiana e darle un significato diverso oppure coniare delle parole completamente nuove. In realtà, si tratta di un processo lungo e per niente semplice: ci vuole tanto tempo per adottare i neologismi e per abituarsi ad essi. Non è che un giorno entrino nella lingua e che i parlanti comincino ad usarli in modo naturale — l'uso di un termine nuovo in un primo momento potrebbe sembrare sforzato.

Prendendo tutto questo in considerazione, non è azzardato dire che non tutti i prestiti analizzati sono di lusso. A volte sembrano essere necessari, almeno in un primo momento, finché non si trova una soluzione migliore.

## 8. BIBLIOGRAFIA

- 1) ADAMO, Giovanni; DELLA VALLE, Valeria (2019). *Osservatorio neologico della lingua italiana. Lessico e parole nuove dell'italiano, ILIESI digitale. Temi e strumenti*, 1. Roma: Istituto per il Lessico Intellettuale Europeo e Storia delle Idee-CNR.
- 2) ALFONZETTI, Giovanna (2010). *Commutazione di codice*, in: *Enciclopedia dell'Italiano* [a cura di Raffaele Simone], Roma: Istituto della Enciclopedia Italiana Treccani, pp. 236-238.
- 3) BECCARIA, Gian Luigi (1994). *Parti del discorso*, in: *Dizionario di linguistica*, Torino: Einaudi, pp. 549-550.
- 4) BERRUTO, Gaetano (2004). *Prima lezione di sociolinguistica*, Roma-Bari: Laterza & Figli, pp. 113-115.
- 5) CORTELAZZO, Michele A. (2010). *Linguaggio giovanile*, in: *Enciclopedia dell'italiano*, Roma: Treccani, pp. 583-586.
- 6) D'ACHILLE, Paolo (2011). *L'italiano contemporaneo* [a cura di Francesco Bruni], Bologna: Il Mulino, pp. 66-67.
- 7) D'ACHILLE, Paolo (2017). *I social network e la lingua italiana, tra neologismi e anglicismi*, in: *Accademia della Crusca*, <<https://accademiadellacrusca.it/it/contenuti/i-social-network-e-la-lingua-italiana-tra-neologismi-e-anglicismi/83>> (14/07/2022).
- 8) DE BEAUGRANDE, Robert-Alain/ DRESSLER, Wolfgang Ulrich (1994). *Introduzione alla linguistica testuale*, Bologna: Il Mulino.
- 9) DRLJAČA MARGIĆ, Branka (2009). *Latentno posuđivanje u hrvatskome i drugim jezicima – posljedice i otpori*, in: *Rasprave: Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*, vol. 35, nr. 1, pp. 53-71. <<https://hrcak.srce.hr/file/77801>> (15/09/2022).

- 10) FALOPPA, Federico (2011). *Modi di dire*, in: *Enciclopedia dell'italiano* [a cura di Raffaele Simone], Roma: Istituto della Enciclopedia Italiana Treccani, pp. 908-910.
- 11) FANFANI, Massimo (2011). *Prestiti*, in: *Enciclopedia dell'Italiano* [a cura di Raffaele Simone], Roma: Istituto della Enciclopedia Italiana Treccani, pp. 1158-1160.
- 12) FILIPOVIĆ, Rudolf (1980). *Transmorfemizacija — najčešći oblik supstitucije na morfološkom nivou*, in: *Filologija*, nr. 9, pp. 177-183. <<https://hrcak.srce.hr/183873>> (15/09/2022).
- 13) MULJAČIĆ, Žarko (1997). *Tri težišta u proučavanju elemenata "stranog" porijekla*, in: *Rasprave: Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*, vol. 23-24, nr. 1, pp. 265-280. <<https://hrcak.srce.hr/69214>> (19/08/2022).
- 14) SOČANAC, Lelija (1996). *Primarna adaptacija anglicizama u talijanskome jeziku na semantičkoj razini*, in: *Filologija*, nr. 26, pp. 63-72. <<https://hrcak.srce.hr/165301>> (15/09/2022).
- 15) SOČANAC, Lelija (1995). *Sekundarna adaptacija anglicizama u talijanskome jeziku na semantičkoj razini*, in: *Filologija*, nr. 24-25, pp. 325-330. <<https://hrcak.srce.hr/173438>> (15/09/2022).

## FONTI

- 1) *Cambridge Dictionary*, <<https://dictionary.cambridge.org/it/>> (20/08/2022).
- 2) *Dizionario di Italiano La Repubblica*, <<https://dizionari.repubblica.it>> (19/08/2022).
- 3) *Dictionary.com*, <<https://www.dictionary.com>> (29/08/2022).
- 4) *Dizionario Internazionale de Mauro*, <<https://dizionario.internazionale.it>> (10/09/2022).
- 5) *Dizionario Italiano da un affiliato di Oxford University Press, Mondadori Education*, 2019.
- 6) *Enciclopedia online Treccani*, <<https://www.treccani.it/enciclopedia/>> (22/08/2022).
- 7) *Oxford English Dictionary*, *Oxford University Press*, 2021.
- 8) *Urban Dictionary*, <<https://www.urbandictionary.com>> (11/09/2022).
- 9) *Vocabolario online Treccani*, <<https://www.treccani.it/vocabolario/>> (10/09/2022).

## 9. SITOGRAFIA

- 1) *Blue Monday, significato del lunedì più triste dell'anno: cos'è e come affrontarlo*, in: *Il Giornale d'Italia* (2022), <<https://www.ilgiornaleditalia.it/news/costume/328459/blue-monday-significato-piu-triste-anno-cos-e-come-affrontarlo.html>> (08/09/2022).
- 2) *Calco*, in: *La grammatica italiana*, Treccani (2012), <[https://www.treccani.it/enciclopedia/calco\\_%28La-grammatica-italiana%29/](https://www.treccani.it/enciclopedia/calco_%28La-grammatica-italiana%29/)> (15/09/2022).
- 3) CASTAGNA, Giulia (2021). *Statistiche Instagram: 9 metriche per migliorare la strategia social nel 2021*, in: *Shopify*, <<https://it.shopify.com/blog/statistiche-instagram>> (04/04/2022).
- 4) *Contouring: cos'è, come si fa e quali prodotti utilizzare*, in: *Foggia Today* (2021), <<https://www.foggiatoday.it/benessere/cura-persona/contouring-come-si-fa-prodotti-make-up.html>> (12/09/2022).
- 5) *Cooking class*, in: *Consulta Eventi*, <<https://www.consultaeventidmc.it/glossario/cooking-class/>> (11/09/2022).
- 6) *Cosa significa link in bio?* in: *Antonio de Carlo* (2022), <[https://antoniodecarlo.it/link-in-bio-instagram/#Cosa\\_significa\\_link\\_in\\_bio](https://antoniodecarlo.it/link-in-bio-instagram/#Cosa_significa_link_in_bio)> (20/08/2022).
- 7) *Cosa significa swipe?* in: *Wikibit*, <<https://www.wikibit.it/s/cosa-significa-swipe-2000/>> (19/08/2022).
- 8) CRESCENZI, Chiara (2020). *Instagram Reel: cos'è, come si crea e perché è diverso da TikTok*, in: *Studiosamo*, <<https://www.studiosamo.it/instagram-reel-cose-come-si-crea-e-perche-e-diverso-da-tiktok/>> (04/04/2022).
- 9) FERRI, Alessia (2022). *Sì, questi sono tutti i segreti del clean girl aesthetic make up*, in: *The Wom Beauty* <<https://beauty.thewom.it/trucco/segreti-clean-girl-aesthetic-make-up>>, (12/09/2022).

- 10) GIANO, Anna Maria (2020). *Color-block: cos'è e come è cambiato negli anni*, in: *Vogue Italia*, <<https://www.vogue.it/moda/article/color-block-cosa-e-abbinamento-colori-contrasto>> (10/09/2022).
- 11) *Giovani: una lingua "esagerata"*, in: *Dizionario del Corriere della Sera*, <<https://dizionari.corriere.it/dizionario-si-dice/G/giovani-una-lingua-esagerata.shtml>> (05/04/2022).
- 12) *Glass skin: il rituale coreano della bellezza*, in: *Mea Farma* (2021), <<https://meafarma.it/Glass-Skin-rituale-coreano-di-bellezza>> (12/09/2022).
- 13) GRECO, Giulia (2022). *Sticker Instagram: cosa sono, come crearli e 15 sticker da usare per un marketing vincente*, in: *Shopify*, <<https://www.shopify.com/it/blog/instagram-stickers>> (19/08/2022).
- 14) *Instagram: cos'è, come funziona e a cosa serve*, in: *Team World* (2020), <<https://www.teamworld.it/tecnologia/instagram-come-funziona-e-come-si-usa/>> (04/04/2022).
- 15) *Launching reels on Facebook*, in: *Meta* (2021), <<https://about.fb.com/news/2021/09/launching-reels-on-facebook-us/>> (19/08/2022)
- 16) *L'importanza di un tag. Ma, esattamente, cosa vuol dire taggare?* in: *ELLE Italia* (2021), <<https://www.elle.com/it/lifestyle/tech/a36207110/qual-e-il-significato-di-taggar-cosa-vuol-dire/>> (20/08/2022)
- 17) MAZZITELLI, Fabio (2020). *Baby boomer: cos'è, costi e tutorial passo passo*, in: *Onyx Academy*, <<https://onyxacademy.it/ricostruzione-unghie/baby-boomer/>> (13/09/2022).
- 18) MOHSIN, Maryam (2021). *Statistiche di instagram che ogni imprenditore dovrebbe conoscere nel 2022*, in: *Oberlo*, <<https://www.oberlo.it/blog/statistiche-di-instagram>> (04/04/2022).
- 19) *Quanto costa davvero una casa container?* in: *ELLE Decor* (2022), <<https://www.elledecor.com/it/case/a39757055/casa-container-italia-quanto-costa/>> (10/09/2022).

- 20) *Rete sociale*, in: *Sapere.it*, <<https://www.sapere.it/enciclopedia/réte+sociale.html>> (19/08/2022).
- 21) SCHNEIDER, Jamie (2022). *People Are Buzzing Over The Clean Girl Aesthetic, But It's Not As New As It Seems*, in: *mbglifestyle*, <<https://www.mindbodygreen.com/articles/clean-girl-aesthetic>>, (12/09/2022).
- 22) VASAPOLLI, Sara (2021). *Le 4 stagioni dell'armocromia: come individuare la propria palette (da indossare)*, in: *The Wom Fashion*, <<https://fashion.thewom.it/consigli-di-stile/armocromia-stagioni-look>> (12/09/2022).
- 23) ZAMBON, Matteo (2019). *Glossario: Instagram*, in: *Tag Manager Italia*, <<https://www.tagmanageritalia.it/glossario-instagram/#gref>> (04/04/2022).

## **10. ESTRATTO E PAROLE CHIAVE/ SAŽETAK I KLJUČNE RIJEČI**

### **ESTRATTO**

In questa tesi viene esaminato l'uso di anglicismi nella comunicazione giovanile sulla piattaforma *Instagram*. Seguendo diversi profili nel periodo da dicembre 2021 a marzo 2022, è stato raccolto un corpus di oltre 300 esempi in cui vengono usati gli anglicismi. Gli esempi sono stati prima suddivisi per campi semantici e in seguito analizzati dal punto di vista lessicologico. Risulta che il maggior numero di anglicismi appartiene al campo semantico di Cosmesi, seguito da quelli di Gastronomia e Moda e Abbigliamento, mentre il campo semantico di Musica contiene il minor numero di anglicismi. Inoltre, possiamo parlare di una categoria particolare, quella di Metalinguaggio, che è presente in tutti i campi semantici. L'analisi ha mostrato che gli anglicismi di solito non vengono ortograficamente e morfosintatticamente adattati e che sostantivi e aggettivi vengono presi in prestito più spesso rispetto ad avverbi e verbi. La stragrande maggioranza degli esempi analizzati può essere descritta come prestiti di lusso poiché è possibile trovarne equivalenti nella lingua italiana.

### **PAROLE CHIAVE**

Linguaggio giovanile, Instagram, campi semantici, prestiti di necessità, prestiti di lusso

## SAŽETAK

U ovom se radu istražuje upotreba anglicizama u jeziku mladih na društvenoj mreži *Instagram*. Praćenjem različitih profila od prosinca 2021. do ožujka 2022. godine, prikupljen je korpus od preko 300 primjera u kojima se upotrebljavaju anglicizmi. Oni su prvo podijeljeni prema semantičkim poljima, a potom su i leksikološki analizirani. Pokazalo se da najviše anglicizama ima u semantičkom polju Kozmetika, nešto manje u kategorijama Gastronomija te Moda i Odijevanje, a najmanje u polju Glazba. Također se može govoriti o posebnoj kategoriji metajezika koja je prisutna u svim semantičkim poljima. Analiza je pokazala da su anglicizmi gotovo uvijek ortografski i morfosintakticki neadaptirani te da se najčešće posuđuju imenice i pridjevi, a mnogo rjeđe priložne oznake i glagoli. Veliku većinu pronađenih primjera možemo opisati kao posuđenice iz luksuza budući je za njih moguće pronaći ekvivalente u talijanskom jeziku.

## KLJUČNE RIJEČI

Jezik mladih, Instagram, semantička polja, temeljne posuđenice, posuđenice iz luksuza