



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea
magistrale

in LINGUE, ECONOMIE E ISTITUZIONI
DELL'ASIA E DELL'AFRICA MEDITERRANEA
ordinamento ex D.M. 270/2004

Tesi di Laurea

I neologismi della lingua cinese: come linguaggio di
Internet e 流行词 influenzano lingua e società

Relatore

Ch.ma Prof.ssa Daniela ROSSI

Correlatore

Ch.mo Prof. Franco GATTI

Laureando

Marco FERRARI
Matricola 877844

Anno accademico

2019 / 2020

*Alla mia famiglia
di sangue e non
per aver creduto in me*

Abstract

A seguito del periodo di riforme economiche promosso dal presidente Deng Xiaoping a partire dalla fine degli anni Settanta del secolo scorso, i cambiamenti sociali, economici, politici e culturali sempre più evidenti hanno influenzato largamente gli aspetti linguistici della lingua cinese. Lo scopo del presente elaborato è quello di illustrare come, ora più che mai, i cambiamenti linguistici abbiano la potenzialità di influenzare a loro volta la società contemporanea cinese.

Negli ultimi anni, la produzione di neologismi e nuove espressioni sta aumentando esponenzialmente, sfondando il muro di mille nuove unità per anno. Questo anche grazie a una delle più affascinanti caratteristiche della cinese, ovvero la possibilità di abbinare in modi differenti due o più caratteri e/o morfemi per creare nuove parole. Un ruolo importante è, inoltre, giocato da Internet che, grazie all'avvento dei social network e alla nascita continua di nuove applicazioni e piattaforme online sta diventando sempre più presente nella vita non solo dei cinesi ma di tutti gli abitanti del mondo, raggiungendo oltre i tre miliardi di persone connesse giornalmente. Eventi, cronaca locale e gossip hanno invaso i media, permettendo la nascita e la diffusione immediata di neologismi capaci di arrivare a uno stadio avanzato, permettendo così a questi ultimi di evolversi in ciò che si indica col termine internazionale *buzzwords*: la loro stabilità e il loro utilizzo nella lingua cinese sono tali sin da subito grazie all'immediatezza che Internet ha raggiunto, ottenendo anche numeri di ricorrenza enormi e assicurandosi, così, un posto nei maggiori dizionari.

Parole chiave: neologismi, *buzzwords*, società, Internet, social network

Indice delle illustrazioni

Fig. 1: Popolazione e penetrazione di Internet nel mondo	42
Fig. 2: <i>Digital divide</i> in Cina (2013-2014)	42
Fig. 3: Utenti e penetrazione di Internet in Cina (2010-2014)	43
Fig. 4: Età degli utenti di Internet in Cina (2013-2014)	44
Fig. 5: Carattere <i>duang</i>	51
Fig. 6: Carattere <i>qiou</i>	51
Fig. 7: Carattere <i>qiou</i> in rete e sua spiegazione (1)	52
Fig. 8: Carattere <i>qiou</i> in rete e sua spiegazione (2)	52
Fig. 9: Carattere <i>qiou</i> in rete e sua spiegazione (3)	53
Fig. 10: Le 10 lingue più parlate su Internet nel 2019	67
Fig. 11: Motori di ricerca più utilizzati	69
Fig. 12: Utenti e penetrazione di Internet in Cina (2011-2015)	70
Fig. 13: Età degli utenti di Internet in Cina (2014-2015)	70
Fig. 14: Professione degli utenti di Internet in Cina (2014-2015)	71
Fig. 15: Social network più utilizzati nei vari Paesi (prima posizione)	72
Fig. 16: Social network più utilizzati nei vari Paesi (seconda posizione)	72
Fig. 17: Illustrazione dell'espressione indicata col carattere <i>jiǒng</i> 囧	80
Fig. 18: Emoji <i>níngméngjīng</i> 柠檬精	89

Indice delle tabelle

Tab. 1: Sigle molto utilizzate nel CIL	47
Tab. 2: Sequenze numeriche ricorrenti nel CIL	48
Tab. 3: Esempi di composti con suffisso <i>zú</i> 族	56
Tab. 4: Utilizzo di caratteri cinesi per sostituire i caratteri originali	77
Tab. 5: <i>Liúxíngcí</i> in Top10 nell'anno 2013	82
Tab. 6: <i>Liúxíngcí</i> in Top10 nell'anno 2014	82
Tab. 7: <i>Liúxíngcí</i> in Top10 nell'anno 2015	83
Tab. 8: <i>Liúxíngcí</i> in Top10 nell'anno 2016	84
Tab. 9: <i>Liúxíngcí</i> in Top10 nell'anno 2017	84
Tab. 10: <i>Liúxíngcí</i> in Top10 nell'anno 2018	85
Tab. 11: <i>Liúxíngcí</i> in Top10 nell'anno 2019	86

Indice

Abstract	3
引言	8
Introduzione	11
CAPITOLO PRIMO: Formazione delle parole in cinese	14
<i>Prefazione</i>	15
1.1. Metodi di formazione delle parole	15
1.1.1. Prestiti fonetici	15
1.1.2. Calchi struttrali	17
1.2. <i>Wailaici</i>	18
1.3. <i>Shuyu</i>	21
1.3.1. <i>Yanyu</i>	21
1.3.2. <i>Chengyu</i>	23
1.3.3. <i>Xiehouyu</i>	30
1.3.4. <i>Guanyongyu</i>	31
CAPITOLO SECONDO: Neologismi della lingua cinese	35
2.1. Classificazione e caratteristiche	36
2.2. Neologismi e Internet	40
2.3. Internet e <i>Chinese Internet Language</i>	41
2.4. Neologismi creati tramite affissi: i casi di 微~ e ~族	54
2.5. 打 call e hold 住: quando il cinese incontra l'inglese	57
CAPITOLO TERZO: <i>Liuxingci</i>: il fenomeno mediatico	63
3.1. Lineamenti di storia di Internet e social network	64
3.1.1. Un po' di storia	64
3.1.2. Social network: dal Web 1.0 al Web 2.0	66
3.2. Le "parole di tendenza": una nuova realtà	74
3.2.1. Categorie e caratteristiche delle <i>liuxingci</i>	78

3.3. 十大流行语: breve analisi di alcune parole entrate in #Top10	81
3.3.1. 我太难了	87
3.3.2. 柠檬精	88
3.3.3. 硬核	89
Conclusioni	93
Glossario	97
Bibliografia	107
<i>Dizionari consultati</i>	<i>119</i>
<i>Sitografia</i>	<i>119</i>
Ringraziamenti	121

引言

随着中华人民共和国总统邓小平推行的 80 年代改革开放，中国出现了非常快的政治、经济、社会等生活方面的超级发展。与 80 年代出现的新习俗相比，中国人的习惯特别不同，所以习惯的过程不太容易，连中国政府也有了这些面对的困难。这种情况导致整个中国陷入不平衡和迷失方向的局面：变化是如此迅速，以至于政府甚至都难以适应新的社会和经济动态，常常不知道如何表现和如何控制这种情况。激进的变化已经涉及，并将继续涉及汉语。

本论文的目的在于分析各种社会、政治、经济、商业和技术的改变，以及互联网的巨大压力，如何影响中文，并常常剥夺了中国人对中文的那种纯正和魅力。越来越多的成年人习惯并与巨大的爱国精神紧密相连，旨在说服中国梦。我之所以选择汉语新词这个论文话题不但是因为我对汉语很感兴趣，而且是因为我认为语言学、语言的改变等与语言有关的方面美极了。我论文的题目是《现代汉语新词：中国网络语言和流行词对汉语和中国社会的影响》。

第一章采用非常示意性的结构并且是介绍性的：我将以一种非常笼统的方式研究中文中单词的形成方式，并特别注意主要类别。汉语非常丰富，由于二十世纪下半的国际开放和强大的西化，它从外国语言汲取了很多东西，创造了语义类型，借用了一些单词（语音借贷）并创造了其他词语，它们是整体的一部分，称为外来词，或来自国外的词语。在现代汉语，外来词的融合是通过借用不同语言的单词而实现的。不使用逻辑系统表达自己的语言的单词（如字母语言）引入中文时会遇到困难。在这种情况下，这是将字母字符的原始单词和语言概念转录为汉字的问题；然后，可以通过声音或含义来吸收单词。第一章的最后一部分讨论汉语特有的广泛表达类别，也就是说熟语。像意大利语一样，汉语也有非常丰富的熟语，但是它们的区别更加细致，我们有各种各样的类型，首先通过字符数（通常是固定的）来区分它们。所有这些类别都起源于该国的历史，哲学和文化，因此了解许多类别是中国人智力的代名词：它们在西方的研究还没有扎根，因为充满了关键问题。主要的原因恰恰是同化的困难，因为在大多数情况下，含义不是字面意义，而且必须很好地理解表达源的来源。熟语分为很多类，既谚语、成

语、歇后语、惯用语、格言、警句、套语、对联、口号和标语。这部分只论前四个。

第二章的话题是新词。Treccani 意大利百科全书将汉语中的新词定义为“一个新词或短语，不属于某种语言的词法主体，而是从已经使用过的词或由另一种语言改编而来的词组成或组成的”。对于汉语而言，情况也是如此：汉语新词经常来自外来词或已废止的旧词，这些词已被“除尘”并对其含义进行了改编，或者被完全剥夺了其原始含义。主张更现代，更适合当代。大量新词属于部门语言，涵盖了各种特定术语，包括医学，科学技术，教学，政治和经济术语。它们的主要特征是灵活性和创造力：正如已经提到的，灵活性是指单词或表达适应现代时代，具有全新的创新含义或重新适应原始含义的能力；另一方面，通过创造力，我们指的是中国人有潜力不断创造出具有新含义的新词，这是由于可以以不同方式将两个或多个字符组合在一起，并结合其声音和含义。互联网，尤其是所谓的中国网络语言的建立，已经为并将继续为创建新名词做出了巨大贡献。使用这种网络语言，主要是年轻人和年轻人用作身份识别概念，并且由于其写作速度和舒适度，对于大多数成年人而言，可疑的含义中出现了许多单词，随着时间的流逝，它们也开始以口头语言传播。这些单词和表达方式还包含许多缩写词和数字代码，旨在通过单词发音与数字发音之间的相似性来合成整个句子：一个引人注目的示例是 520（含义为我爱你）。导致新名词诞生的另一个原因是中文和英文之间的交织和联系日益频繁，这是一种由于在香港等大型商业机构的支持下在中国登陆的通用语：因此诞生了混合词，即由两个汉字组成从英语单词中可以看到一个例子，例如 hold 住。

第三章谈论流行词语。在从 Web 1.0 到 Web 2.0 的过渡到社交网络的诞生之后，对互联网的历史进行了一般性介绍之后，将说明这种特殊类型的词和表达，不要与新词混淆：它们也是如此。区别在于，在发生特定事件，八卦或其他事件后，它们完全出生于社交网络之后（在中国最具影响力的中国社交网站中，我们发现了新浪微博和微信），它们在短时间内迅速传播开来。许多人以短暂的生命结束了自己的生活（限于新闻发布的时期）；另一方面，其他的则如此出名，以至于口头和书面语言都可以使用它们，因此在某些情况下成为主要汉语词典（如西安代汉语词典）的组成部分。最后，将提供一种案例研究。在中国报纸、杂志

和网站都会发布有关当年出生的流行语的文章，并进行排名，从而构成参考年最常用流行语的都市大词语：从本专栏开始，是该年度十大流行语。每年从2013年到2019年，然后根据最近的排名对其中一些进行简要分析。将简要分析的流行词是《我太难了》、《柠檬精》和《硬核》。《我太难了》（或《我太南了》）尤其是由年青人使用的，意思是说《对我来说，做某事太难了，生活太了》。《柠檬精》表示羡慕、自身嫉妒的心情。这个词语出现于2018年的电竞圈，起源是女性粉丝：相对战队获胜之后，粉丝开始对那个战队的会众发表颇有怨言、尖酸刻薄的言论，相对战队的会众不得不含垢忍辱；但现在成为的是自我嘲讽，表达对别人从外貌到内心等方面的羡慕感情，也在网上用柠檬的表情符号。最后，《硬核》有多种的意思，如重要，发狂，勇敢等等。

我希望这篇论文让别汉语学生了解这种语言学话题。

Introduzione

A seguito della politica di riforme e apertura promossa dal presidente Deng Xiaoping tra la fine degli anni Settanta e gli inizi degli anni Ottanta, la Cina ha affrontato un rapido processo di sviluppo non solo economico, ma anche sociale, politico, scientifico e tecnologico. Questa situazione ha portato l'intera Cina a una situazione di squilibrio e disorientamento: i cambiamenti sono avvenuti in maniera così rapida che persino il governo ha avuto difficoltà ad adattarsi alle nuove dinamiche sociali ed economiche, spesso non sapendo come comportarsi e come prendere in mano la situazione. Cambiamenti radicali hanno coinvolto, coinvolgono e continueranno a coinvolgere la lingua cinese: essendo il cinese una lingua molto “versatile” grazie alla potenzialità dei vari caratteri di combinarsi fra loro, le variazioni e le modifiche che sta subendo sono di gran nota. In generale, la lingua è un'aspetto molto dinamico di un Paese, è in continuo cambiamento e continuerà a evolversi col passare degli anni, soprattutto con la creazione di neologismi: è proprio questo il tema centrale di questa tesi di laurea.

Lo scopo del presente elaborato è quello di analizzare come i vari cambiamenti socio-politici, economico-commerciali e tecnologici insieme alla fortissima pressione di Internet, arrivino a influenzare la lingua cinese, spesso privandola di quella purezza e di quel fascino a cui il popolo cinese più adulto è abituato e saldamente legato con enorme spirito patriottico, volto al perseguimento del sogno cinese.

Il primo capitolo segue una struttura molto schematica ed è introduttivo: si perlerà in modo molto generale di come, nella lingua cinese, le parole vengono formate, con particolare attenzioni alle categorie principali. La lingua cinese è molto ricca e, grazie all'apertura internazionale e alla potente occidentalizzazione che ha subito nella seconda metà del Novecento, ha attinto molto dalle lingue straniere, creando calchi semantici, prendendo “in prestito” alcune parole (prestiti fonetici) e creandone altre, le quali rientrano nell'insieme chiamato *wàiláicí* 外来词, ovvero le parole che provengono dall'estero. L'ultima sezione del primo capitolo è dedicata a una categoria molto ampia di espressioni caratteristiche della lingua cinese: gli idiomi. Come la lingua italiana, anche il cinese è estremamente ricco di proverbi e modi di dire, ma la loro distinzione è molto più puntigliosa e ne abbiamo di vario genere, i quali si distinguono soprattutto per numero di caratteri (spesso fissi). Tutte queste categorie traggono origine dalla storia, dalla

filosofia e dalla cultura del Paese, quindi conoscerne molti è sinonimo di intelligenza per i cinesi: il loro studio in Occidente non è ancora ben radicato, in quanto è ricco di criticità; quella principale è appunto la difficoltà di assimilazione, in quanto il significato, nella maggior parte dei casi, non è letterale e bisogna conoscere bene la fonte che sta all'origine dell'espressione.

Nel secondo capitolo si parla di neologismi. Il neologismo, in cinese *xīncí* 新词, viene definito dell'enciclopedia Treccani come “parola o locuzione nuova, non appartenente cioè al corpo lessicale di una lingua, tratta per derivazione o composizione da parole già in uso o introdotta con adattamenti da altra lingua”. Vale lo stesso per il cinese: i neologismi cinesi derivano molto spesso da parole di origine straniera o da vecchie parole, ormai in disuso, che vengono “rispolverate” e subiscono un adattamento del loro significato, oppure vengono del tutto private del loro significato originale in favore di uno più moderno e adatto ai tempi contemporanei. Una grossa fetta di neologismi appartiene al linguaggio settoriale, coprendo diverse terminologie specifiche, come quella medica, scientifico-tecnologica, didattica, politica ed economica. Le loro caratteristiche principali sono la flessibilità e la creatività: con flessibilità si intende, come già anticipato, la capacità della parola o espressione di adattarsi ai tempi contemporanei, assumendo un significato del tutto nuovo e innovativo oppure riadattando quello originale; con creatività, invece, si intende la potenzialità del cinese di continua creazione di neologismi con significati nuovi grazie alla possibilità di accostare in svariati e differenti nuovi due o più caratteri, abbinando i loro suoni e significati. Un grande contributo per la creazione dei neologismi è stato e continua a essere fornito da Internet, soprattutto da quello che viene definito come *Zhōngguó wǎngluò yǔyán* 中国网络语言 (*Chinese Internet Language*). In questo linguaggio del web, prevalentemente utilizzato da giovani e giovanissimi come concetto identitario e per via della sua velocità di scrittura e comodità, emergono numerose parole dal dubbio significato per i più adulti che, col tempo, iniziano anche a circolare nella lingua parlata. Queste parole ed espressioni contengono anche numerose sigle abbreviative e codici numerici, volti a sintetizzare un'intera frase tramite la somiglianza tra la pronuncia delle parole e quella dei numeri: ne è un esempio lampante 520 (*wǔ èr líng*, col significato di *wǒ ài nǐ* 我爱你, ovvero “ti amo”). Ulteriore causa di nascita dei neologismi è il sempre più frequente intreccio e rapporto tra la lingua cinese e quella inglese, lingua veicolare sbarcata in Cina grazie a grandi sbocchi commerciali,

come quello di Hong Kong: nascono così parole ibride, cioè composte sia da caratteri cinesi che da parole inglesi, ne è un esempio hold 住 (*hold zhù*, avere tutto sotto controllo).

Il terzo e ultimo capitolo tratta delle *buzzwords*, in cinese *liúxíngcí* 流行词. Dopo un'introduzione generale sulla storia di Internet – passando dalla transizione da Web 1.0 a Web 2.0 e arrivando alla nascita dei social network – verrà illustrata questa particolare tipologia di parole ed espressioni, da non confondere coi neologismi: lo sono anch'essi, con la differenza che, dopo essere nati esclusivamente sui social network (tra i più influenti siti di *social networking* cinesi troviamo Sina Weibo e WeChat) a seguito di eventi particolari, gossip e/o altro, diventano virali in un breve periodo di tempo. Molte sono fini a sé stesse con vita piuttosto breve (limitata al periodo di circolazione della notizia); altre, invece, diventano così famose tanto da venire utilizzate sia nella lingua parlata che in quella scritta, diventando così, in diversi casi, parte integrante dei maggiori dizionari cinesi. Per concludere, verrà presentata una specie di caso studio. In Cina, ogni anno, riviste e siti web pubblicano articoli riguardanti le *buzzwords* nate in quell'anno e stilano una classifica, formando la Top10 delle *buzzwords* più utilizzate nell'anno di riferimento: partendo da questa rubrica, verranno fornite le prime dieci *buzzwords* di ogni anno, dal 2013 al 2019, per poi passare a una breve analisi di qualcuna di queste, proveniente dalla classifica più recente.

CAPITOLO PRIMO
Formazione delle parole in cinese

Prefazione

La lingua cinese appartiene alla famiglia delle lingue sino-tibetane ed è classificata come lingua monosillabica. L'espressione "lingua monosillabica" esprime il concetto secondo il quale i morfemi nativi – ovvero non provenienti da altre lingue – della lingua (in questo caso quella cinese) sono monosillabici, dunque composti unicamente da una sola sillaba portatrice di significato, come *hóng* 红 (rosso), *gǒu* 狗 (cane) e *shǒu* 手 (mano). Con la parola "morfema", quindi, possiamo indicare un componente della lingua portatore di significato o di funzione grammaticale (*yǔfǎ gōngnéng* 语法功能) all'interno di una frase (*jùzi* 句子). I morfemi possono inoltre essere suddivisi in due ulteriori categorie, ovvero morfemi plurisillabici e morfemi subsillabici. I morfemi polisillabici sono composti, come da definizione, da due o più sillabe che, però, non hanno alcun significato semantico se prese in considerazione separatamente. Ne sono un esempio *húdié* 蝴蝶 (farfalla), *kūlóu* 骷髅 (scheletro) e *zhīzhū* 蜘蛛 (ragno). Per quanto riguarda i morfemi subsillabici, nella lingua cinese ne esiste solamente uno ed è il suffisso *-r* 儿: è privo di significato e la sua funzione prevalente è quella di trasformare un sostantivo nel suo diminutivo – *māo* 猫 (gatto) diventa *māor* 猫儿 (gattino) – oppure un verbo o un aggettivo in sostantivo, ne sono esempi *huà* 画 (dipingere) che diventa *huàr* 画儿 (dipinto) e *kòng* 空 (vuoto) che diventa *kòngr* 空儿 (spazio).

1.1. Metodi di formazione delle parole

1.1.1. Prestiti fonetici

Parlando di formazione delle parole non si possono tralasciare i diversi metodi e strategie di traduzione di una gran parte del lessico della lingua cinese, identificato con i forestierismi, ovvero termini di origine straniera. Nel loro "trasporto" verso la lingua d'arrivo, possono subire diversi mutamenti.

Il metodo più utilizzato per la traduzione di parole straniere è, senza dubbio, la traduzione fonetica vera e propria che consiste nella riproduzione, per ogni sillaba della parola, di una sillaba cinese che si avvicini il più possibile¹ alla pronuncia nella lingua

¹ È impensabile pensare che la lingua cinese abbia suoni totalmente identici ad altre lingue: Se possibile vengono utilizzati suoni più o meno identici; nei casi dove ciò non è possibile, vengono utilizzate sillabe con un suono simile o che più si avvicina alla lingua madre del termine da tradurre.

d'origine: degli esempi sono identificabili in *kāfēi* 咖啡 (caffè) e *shāfā* 沙发 (sofà, divano). I termini tradotti in cinese tramite l'utilizzo di questa tecnica prendono il nome di prestiti fonetici (*yīnyì* 音译) e i caratteri utilizzati per formare le parole sono svuotati del loro significato originale e semplicemente "accostati", diventando semplici segni grafici per riprodurre un suono il più paragonabile e vicino possibile alla pronuncia della parola nella lingua di origine: infatti, agli occhi dei cinesi possono sembrare semplicemente delle catene di caratteri privi di senso compiuto, come nel caso della parola *wéitāmìng* 维他命 (o 维它命, vitamina) (Tosco, 2012: 77-78). Questa tecnica è molto utilizzata per i nomi propri e per i nomi di nazioni e città, fiumi, laghi, monti e mari. Ne sono esempi: *Bǎoluó* 保罗 (Paolo), *Jiānádà* 加拿大 (Canada) e *Mǐlán* 米兰 (Milano). Gli ultimi quattro casi sono particolari e possono essere assimilati anche ad altre parole formate attraverso una tecnica differente: al nome vero e proprio viene aggiunto un morfema (nei nostri casi *hé* 河 fiume, *hú* 湖 lago, *shān* 山 monte e *hǎi* 海 mare) che ne indica le caratteristiche topografiche. Altre parole, invece, di recente hanno abbandonato la loro traduzione fonetica lasciando spazio a parole di stampo tipicamente cinese, come per *wúchǎnjiējí* 无产阶级 (proletariato, *pǔluóliètǎlià* 普罗列塔利亚) e *mínzhǔ* 民主 (democrazia, *démòkèlāxī* 德莫克拉西). Esistono, infine, ulteriori parole che hanno abbandonato la loro trascrizione fonetica originaria a favore di abbreviazioni, tipicamente bisillabiche o monosillabiche: tra le abbreviazioni bisillabiche troviamo il termine *jǐhé* 几何 (geometria, *jǐhémitū* 几何米突), mentre le abbreviazioni monosillabiche sono principalmente composte dai termini delle grandezze di misura come *kè* 克 (grammo, *kèlánmǔ* 克兰姆) e *mǐ* 米 (metro, *mǐtū* 米突).

Il secondo metodo di traduzione più ricorrente, accennato prima, è la traduzione fonetica con annotazione semantica. Sebbene sia spesso molto difficile tradurre dei forestierismi con questo metodo, risulta il più completo perché alla parte fonetica viene aggiunta una componente semantica portatrice di significato (la quale si riferisce al termine tradotto). Particolarmente frequenti troviamo i nomi geografici di fiumi, laghi, montagne e mare, tra i quali possono esserne esempi *Níluó Hé* 尼罗河 (Nilo), *Jiāěrdá Hú* 加尔达湖 (Lago di Garda), *Ā'ěrbēisī Shān* 阿尔卑斯山 (Alpi) e *Yàdèlǐyà Hǎi* 亚得里亚

海 (Mar Adriatico): in questo caso, i morfemi *hé* 河 (fiume), *hú* 湖 lago, *shān* 山 monte e *hǎi* 海 (mare) ne indicano le caratteristiche topografiche.

1.1.2. Calchi strutturali

Insieme ai prestiti fonetici, un ulteriore metodo di formazione delle parole consiste nella creazione dei cosiddetti calchi strutturali (*yìyìcí* 意义词) o semantici: questi consistono nel riciclo semantico dei morfemi componenti il termine straniero; ovvero, la parola viene tradotta letteralmente (Tosco, 2012: 80). Come afferma Abbiati (1992: 106), questo processo si basa solo ed esclusivamente sulla traduzione di idee e concetti, senza prestare attenzione alla forma fonetica delle parole in questione.

Questo processo di introduzione di parole straniere conta un numero molto numeroso di nuovi termini di lessico introdotti nella lingua cinese, tra i quali riporto qualche esempio:

- *Kuàicān* 快餐, formato dall'unione dei morfemi *kuài* 快 (veloce) e *cān* 餐 (pasto)
Significato: fast food
- *Féizàojù* 肥皂剧, formato dall'unione della parola polimorfemica *féizào* 肥皂 (sapone) con il morfema *jù* 剧 (dramma teatrale, opera)
Significato: soap opera
- *Mìyuè* 蜜月, formato dall'unione dei morfemi *mì* 蜜 (miele, abbreviazione di *fēngmì* 蜂蜜) e *yuè* 月 (luna, abbreviazione di *yuèliang* 月亮)
Significato: luna di miele
- *Jīwěi* 鸡尾, formato dall'unione dei morfemi *jī* 鸡 (pollo) e *wěi* 尾 (coda, abbreviazione di *wěiba* 尾巴)
Significato: cocktail
Variante: *jīwěijiǔ* 鸡尾酒, con l'aggiunta del morfema *jiǔ* 酒 (bevanda alcolica)

A fronte dei numerosi rapporti, incrinati e non, del passato col Giappone, un gruppo di calchi semantici importati nel cinese vengono dalla lingua giapponese, la quale non solo è stata influenzata dal cinese, ma lo ha influenzato a sua volta: un esempio è costituito dal termine *biànlìdiàn* 便利店 (dal giapponese *konbiniensu sutoa* コンビニエンスストア

了, in inglese *convenience store*) costituito dalle parole *biànlì* 便利 (comodo, conveniente, economico) e *diàn* 店 (negozio).

Ma una somma consistente di calchi strutturali riguarda la tecnologia e internet (Tosco, 2012: 82), dando un grande contributo al linguaggio tecnologico della lingua cinese. I più numerosi riguardano il carattere *wǎng* 网 (rete, *net*), i quale ha dato origine a una lunga catena di nuovi termini, tra i quali *wǎngyǔ* 网语 (o *wǎngluòyǔyán* 网络语言, linguaggio di Internet), *wǎngluò* 网络 (network) e *wǎngbā* 网吧 (internet bar); tra le altre molto comuni troviamo *xiàzài* 下载 (download, anche con la variante *xièzài* 卸载). Per ultimo ma non per importanza, un caso esemplare è rappresentato dalla parola polimorfemica *hēikè* 黑客 (hacker). Questo caso è esemplare perché può essere collocato a metà strada tra un calco strutturale e un prestito fonetico: non solo la pronuncia cinese si avvicina alla pronuncia originale del termine inglese *hacker*, ma ha soprattutto una connotazione semantica del termine, in quanto i morfemi *hēi* 黑 (nero, da *hēisè* 黑色) e *kè* 客 (ospite, da *kèrén* 客人) – che letteralmente formano la traduzione “ospite nero” – stanno a indicare il virus (ospite) che entra nel dispositivo tecnologico causando danni (da qui la relazione col colore “nero”, in quanto indesiderato).

1.2. *Wailaici*

Con il termine *wàiláicí* 外来词 (lett. parole che vengono da fuori) si intende quel gruppo di parole definite, in inglese, col termine *loanwords*, in italiano tradotto col termine “prestiti”. Nel corso della storia, i prestiti sono determinati da contatti e scambi linguistici fra due o più culture dovuti da diversi fattori, quali giuridici, economici, culturali e militari.

I primi prestiti assorbiti dalla lingua cinese risalgono a una spedizione diplomatica tenuta nel 139 d.C. e provengono dalle regioni occidentali dell’Asia (*Xīyù* 西域), zona in cui compreso l’attuale Xinjiang. Questi primi prestiti derivano da diversi popoli asiatici, tra cui Unni (*luòtuó* 骆驼 “cammello”, *pípá* 琵琶 “liuto”), Mancesi (*xīguā* 西瓜 “anguria”, *hǎbagǒu* 哈巴狗 “cane pechinese”) e Mongoli (*zhàn* 站 “stazione”, *hútòng* 胡同 “vicolo”, *mógū* 蘑菇 “fungo”); altri vengono dall’India (*bōli* 玻璃 “vetro”, *píngguǒ* 苹果 “mela”, *mòli* 茉莉 “gelsomino”) e dal Nepal (*bōcài* 菠菜 “spinaci”).

La prima grande ondata di prestiti è data grazie alle traduzioni dal sanscrito di testi sacri buddhisti durante le dinastie Han (*Hàncháo* 汉朝, 206 a.C.-220 d.C.) e Tang (*Tángcháo* 唐朝, 618-907). L'ondata di prestiti continuò anche con l'arrivo in Cina degli studiosi occidentali, dei mercanti e dei missionari – quali Marco Polo e Matteo Ricci – introducendo nella lingua una vasta gamma di termini religiosi, tecnici e scientifici come *dàishù* 代数 (algebra), *dànǎo* 大脑 (cervello), *chìdào* 赤道 (equatore), *rèdài* 热带 (zona tropicale) e *dàxué* 大学 (università).

La seconda ondata avvenne dopo la fine della prima guerra dell'oppio (1839-1842) posta dal Trattato di Nanchino (*Nánjīng Tiáoyuē* 南京条约, 1842). La Cina, dopo la sconfitta, si sentì in dovere più che mai di aprirsi verso l'Occidente per imparare da quest'ultimo, seguendo l'esempio del vicino Giappone. La maggioranza dei prestiti adottati in questo periodo sono di origine giapponese e molti erano indistinguibili dalle parole native cinesi: il loro numero è talmente elevato che comprendono all'incirca il 50% del totale dei neologismi della lingua cinese moderna: infatti, introdurre con efficacia nel cinese termini di una lingua con un sistema grafico simile o vicino a quello cinese è molto più semplice. Oltre ai prestiti autentici, esistono anche dei prestiti particolari i quali, in primo luogo, sono stati presi in prestito dal Giappone dalla lingua cinese classica e, successivamente, sono rientrati nel lessico cinese come prestiti dalla lingua giapponese. Per molti termini non è stato difficile il trasferimento in cinese, è stato solamente necessario un processo di sinizzazione della pronuncia giapponese:

- *wǎsī* 瓦斯 (gas) viene dal giapponese *gasu* 瓦斯: nella pronuncia cinese, la lettera B si trasforma in W;
- *wénhuà* 文化 (cultura) viene dal giapponese *bunka* 文化: nella pronuncia cinese, la lettera B si trasforma in W (come nel caso precedente), mentre la lettera K diventa H;
- *xìtǒng* 系统 (sistema) viene dal giapponese *keitō* 系統: nella pronuncia cinese, la lettera K diventa X

Altri termini tra i più comuni provenienti dalla lingua giapponese sono *jīngjì* 经济 (economia), *mínzú* 民族 (nazione; popolo), *shèhuì* 社会 (società), *lìshǐ* 历史 (storia),

kēxué 科学 (scienze), *túshūguǎn* 图书馆 (biblioteca) e *yùndòngchǎng* 运动场 (stadio; campo sportivo).

Un'altra serie di prestiti viene dal russo, soprattutto per quanto riguarda il governo comunista di Mao Zedong 毛泽东 che avvicina la Cina all'Unione delle Repubbliche Socialiste Sovietiche (URSS, 1922-1991): nascono così molti termini, tra i quali *sūwéi'āi* 苏维埃 (soviet), *gòngchǎnzhǔyì* 共产主义 (comunismo), *lièníngzhǔyìzhě* 列宁主义者 (leninista) e *shāhuáng* 沙皇 (Zar) sono i più famosi.

Un'ulteriore introduzione di prestiti nella lingua cinese ebbe inizio dopo la Rivoluzione Culturale (*Wénhuà Dàgémìng* 文化大革命, 1966-1976), durante la politica di riforme e apertura (*gǎigé kāifàng* 改革开放) – promossa da Deng Xiaoping 邓小平 – e la fase delle “Quattro modernizzazioni” (*sì ge xiàndàihuà* 四个现代化). La Cina dovette adeguarsi ai ritmi mondiali e si trovò in grande difficoltà, in quanto incapace e non preparata a dei cambiamenti così rapidi: infatti, la grande quantità di prestiti introdotti (anche grazie all'attrazione dei giovani per tutto ciò che è straniero e/o occidentale) rispecchia la grande volontà e lo sforzo che il paese sostiene per stare al passo con questi ritmi frenetici. Alcune delle parole apportate in questo periodo sono le seguenti: *xiāngbō* 香波 (shampoo), *xìnyòngkǎ* 信用卡 (carta di credito), *Dīsīnǐ* 迪斯尼 (Disney) e *ānlèsǐ* 安乐死 (eutanasia).

In contrasto con questo accennato in precedenza, se è più semplice introdurre nella lingua parole di una lingua straniera con un sistema di scrittura simile, non è affatto così per introdurre nel lessico cinese parole provenienti da lingue che non utilizzano un sistema logografico (Tosco, 2012: 77).

I *wàiláicí* 外来词 possono essere divisi in due categorie fondamentali, i prestiti fonetici (*yīnyìcí* 音译词) e i calchi semantici (*yìyìcí* 意义词). Possiamo distinguere altre due categorie, tipiche soprattutto dei prestiti giapponesi: gli ibridi (*hùnhé* 混合) e i prestiti grafici (*jièxíng* 借形) (Tosco, 2012: 76-77). In quanto ricorrenti in prestiti, verranno descritti e analizzati separatamente prestiti fonetici e calchi semantici. I prestiti grafici, invece, sono i *wàiláicí* 外来词 provenienti dalla lingua giapponese più numerosi; tra questi troviamo *biàndāng* 便当 (giapp. *bentō* 弁当 “pranzo in cestino”), *cìshēn* 刺身

(giapp. *sashimi* 刺身 “sashimi”; “fettine di pesce crudo”) e *shòusī* 寿司 (giapp. *sushi* 寿司 “sushi”).

1.3. *Shuyu*

Nella lingua cinese possiamo distinguere due grandi unità lessicologiche: le parole (*zìcí* 字词, ovvero quelle che usiamo comunemente per comunicare) e le espressioni linguistiche (*yǔ* 语) (Zhou, 2018: 12). All’interno di questo gruppo troviamo delle classificazioni di espressioni come *yànyǔ* 谚语, *chéngyǔ* 成语, *xiēhòuyǔ* 歇后语 e *guànyòngyǔ* 惯用语 che vanno a costituire, tutti insieme, un gruppo molto vasto di espressioni chiamato *shúyǔ* 熟语 (lett. espressioni familiari) (Liu, 2016: 154). Questo termine nasce come termine specialistico della lessicologia cinese ed è un neologismo. Gli *shúyǔ* 熟语 sono un sistema unitario, dove i singoli caratteri e/o elementi delle espressioni intrattengono tra loro diverse relazioni rispetto alle comuni unità lessicali della lingua cinese: per questo sono dotate di doppio significato, letterale e allegorico (Conti, 2018: 23).

Spesso menzionate nei manuali di linguistica e nei saggi troviamo altre tipologie di *shúyǔ* 熟语 che, come afferma Conti (2018: 29), presentano uno *status* più incerto nella lessicologia cinese: *géyán* 格言 (massime), *jǐngjù* 警句 (aforismi), *tàoyǔ* 套语 (stereotipi; cliché), *duìlián* 对联 (distici), *kǒuhào* 口号 (slogan orali; motti) e *biāoyǔ* 标语 (slogan scritti) (Zhou, 2018: 12). Tra questi, i più utilizzati i *géyán* 格言 e i *jǐngjù* 警句, i quali provengono principalmente dalla letteratura antica e hanno un significato educativo molto forte (Wang & Yang & Huang, 2003: 3).

1.3.1. *Yanyu*

I *yànyǔ* 谚语 (detti, proverbi) sono, tra le espressioni della lingua cinese, la frasi più simili ai proverbi italiani. La loro struttura è fissa e non presenta variazioni possibili. Sono tra le espressioni più preziose tra il patrimonio della lingua cinese e hanno avuto una forte influenza spirituale e di formazione del pensiero e della cultura del popolo cinese (Chen, 2020: 110).

A differenza di *géyán* 格言 e *jǐngjù* 警局, i *yànyǔ* 谚语 hanno derivazione popolare e sono produzione di massa, con un significato abbastanza complesso, trasmettendo la quotidianità delle azioni sociali, la vita contadina e altri aspetti culturali e sociali di un tempo, facendo risaltare la saggezza di chi li enuncia, soprattutto degli anziani, i quali possiedono un bagaglio esperienziale elevato (Wang & Yang & Huang, 2003: 5). Sono invece simili, grazie al loro significato culturale e retorico, – come affermano Wang, Yang e Huang (2003: 5) – a *xiēhòuyǔ* 歇后语 e *guànyòngyǔ* 惯用语, i quali saranno analizzati successivamente.

Una delle loro caratteristiche strutturali è identificata con la giustapposizione, ovvero l'accostamento di due frasi (possibilità di scandire il proverbio in due parti) spesso in contrasto fra loro, le quali vanno a comporre una frase ricca di analogie e significati o dei veri e propri consigli, come i seguenti:

- *rénxīnqí, qúnshānyí* 人心齐, 群山移

PARTE A: *rénxīnqí* 人心齐 (lett. le persone sono in sintonia)

PARTE B: *qúnshānyí* 群山移 (lett. insieme possono muovere montagne)

Significato: l'unione fa la forza

- *shān zhōng wú lǎohǔ, hóuzi chēng dàwáng* 山中无老虎, 猴子称大王

PARTE A: *shān zhōng wú lǎohǔ* 山中无老虎 (lett. in montagna manca la tigre)

PARTE B: *hóuzi chēng dàwáng* 猴子称大王 (lett. la scimmia diventa re)

Significato: quando il gatto non c'è, i topi ballano

- *zhī tīng lóutī xiǎng, bú jiàn rén xià lái* 只听楼梯响, 不见人下来

PARTE A: *zhī tīng lóutī xiǎng* 只听楼梯响 (lett. si sente solo il rumore della scala)

PARTE B: *bú jiàn rén xià lái* 不见人下来 (lett. non si vede nessuno che scende)

Significato: tutto fumo e niente arrosto

La maggior parte dei *yànyǔ* 谚语 sono a legati alla natura:

- *zhòng guā dé guā, zhòng dòu dé dòu* 种瓜得瓜, 种豆得豆

PARTE A: *zhòng guā dé guā* 种瓜得瓜 (seminare meloni, raccogliere meloni)

PARTE B: *zhòng dòu dé dòu* 种豆得豆 (seminare piselli, raccogliere piselli)

Significato: chi semina vento raccoglie tempesta; ogni azione ha la sua conseguenza

- *zǎoxiá bù chū mén, wǎnxiá xíng qiān lǐ* 早霞不出门，晚霞行千里
 PARTE A: *zǎoxiá bù chū mén* 早霞不出门 (con le nubi rosse al mattino non uscire di casa)
 PARTE B: *wǎnxiá xíng qiān lǐ* 晚霞行千里 (con le nubi rosse di sera puoi camminare per mille li)
 Significato: rosso di sera, bel tempo si spera
- *shàng yǒu tiāntáng, xià yǒu sū háng* 上有天堂，下有苏杭
 PARTE A: *shàng yǒu tiāntáng* 上有天堂 (sopra c'è il paradiso)
 PARTE B: *xià yǒu sū háng* 下有苏杭 (sotto ci sono Suzhou e Hangzhou)
 Significato: paradiso sulla Terra

1.3.2. Chengyu

I *chéngyǔ* 成语 sono espressioni cinesi di solito composte da quattro caratteri, non necessariamente collegati tra loro, con lo scopo di portare con sé un grandissimo significato e bagaglio storico-culturale. Al giorno d'oggi, non abbiamo ancora una traduzione perfetta per indicare i *chéngyǔ* 成语, erroneamente vengono definiti come proverbi cinesi, idiomi, frasi idiomatiche, allegorie. Forse, il termine più appropriato da utilizzare è “espressioni fatte” perché si sono originati da determinate fonti storico-culturali e da lì mantengono la loro forma indissolubile, qualsiasi sia la loro funzione grammaticale.

Le espressioni che traggono origine dalla lingua classica e dai testi antichi costituiscono una porzione importante dei *chéngyǔ* 成语 e vengono utilizzati soprattutto nella lingua scritta, ma anche nella lingua orale in occasioni formali: infatti, il loro utilizzo denota un'evidente istruzione e una grande capacità di utilizzo della lingua da parte di chi li usa. Tra questi, possiamo distinguere diverse categorie a seconda della loro origine (Gao, 2016: 351):

- *Jīng* 经: derivano dai testi classici e occupano il 21% dei *chéngyǔ* 成语 aventi fonte e citazione. La fonte che ne ha prodotto il numero più elevato è lo *Zuǒ zhuǎn* 左传 seguito dai *Dialoghi* di Confucio (*Lùnyǔ* 论语);

- *Shǐ* 史: derivano dagli scritti storici e costituiscono il 28% dei *chéngyǔ* 成语 aventi fonte e citazione. Le fonti più produttive sono le *Memorie di uno storico* (*Shǐjì* 史记) di Sima Qian 司马迁 e gli *Hànshū* 汉书;
- *Zǐ* 子: derivano dai testi filosofici dei grandi maestri e saggi, occupanti il 20% dei *chéngyǔ* 成语 aventi fonte e citazione. La maggior parte vengono dagli scritti dei saggi cinesi più importanti. Lo *Zhuāngzi* 庄子 è l'opera che ne è più ricca;
- *Jí* 集: derivano dalle antologie e occupano il 16% dei *chéngyǔ* 成语 aventi fonte e citazione;
- *Fó* 佛: derivano dai testi sacri buddhisti ma, rispetto al numero totale delle espressioni, se ne possono contare in quantità inferiore. Spesso vengono classificati insieme agli *Zǐ* 子.

Dal punto di vista di formazione e struttura, i *chéngyǔ* 成语 possono essere distinti in sette categorie:

- Costruzioni soggetto-predicato:
 - fēngdùpiānpiān* 风度翩翩:
 - fēng* 风: vento, pratica, stile
 - dù* 度: grado, limite
 - piān* 翩: volare veloce (verbo letterario)
 - piān* 翩: volare veloce (verbo letterario)
 - Significato: avere un portamento elegante (lett. portamento elegante; stile elegante)
- Costruzioni verbo-complemento oggetto:
 - héngsǎoqiānjūn* 横扫千军:
 - héng* 横: orizzontale, da est a ovest, sfrenato
 - sǎo* 扫: eliminare, spazzare via
 - qiān* 千: mille, migliaia
 - jūn* 军: armate
 - Significato: spazzare via milioni di truppe nemiche (lett. spazzare via mille armate)
- Costruzioni verbo-complemento indiretto:
 - zhòngyútàishān* 重于泰山:
 - zhòng* 重: pesante, importante, serio, peso, dare importanza a

yú 于: a, in

tài 泰: salvo, estremo, monte Tai

shān 山: montagna, monte

Significato: avere grande importanza (lett. essere più pesante del monte Tai)

- Costruzioni verbo-complemento oggetto-complemento indiretto:

wèndào yú máng 问道于盲:

wèn 问: chiedere, domandare

dào 道: via, strada

yú 于: a, in

máng 盲: cieco

Significato: chiedere un consiglio a una persona non indicata (lett. chiedere la via a un cieco)

- Costruzioni telescopiche:

yǐn láng rù shì 引狼入室:

yǐn 引: indurre, attrarre, guidare

láng 狼: lupo

rù 入: entrare, andare dentro

shì 室: stanza, aula, famiglia

Significato: darsi la zappa sui piedi; procurarsi disgrazie (lett. portare un lupo in casa)

- Costruzioni endocentriche:

shì wài táo yuán 世外桃源:

shì 世: mondo, terreno, vita, generazione, era

wài 外: fuori, all'esterno, altro, straniero, apparenza

táo 桃: pesco

yuán 源: fonte, sorgente, causa, origine

Significato: un paradiso di pace e felicità (lett. la Terra dei Fiori di Pesco al di là del mondo degli uomini – indica un'utopia prettamente fantastica o un luogo incantevole)

- Costruzioni giustapposte: si ha una giustapposizione fra due elementi del *chéngyǔ* 成语 che può essere di differente natura: ripetizione (1), contrario (2), continuità (3) e scopo (4). Esistono anche dei *chéngyǔ* 成语 nei quali vengono giustapposti tutti e quattro gli elementi (5).

1. *rénshānrénhǎi* 人山人海:

rén 人: uomo, persona

shān 山: montagna, monte

rén 人: uomo, persona

hǎi 海: mare, oceano

Significato: una moltitudine di persone

2. *wànzhòngyīxīn* 万众一心:

wàn 万: dieci mila

zhòng 众: folla, insieme di persone

yī 一: uno, una volta, primo, uguale, tutto, intero

xīn 心: cuore

Significato: accordo unanime

3. *kāiménjiànshān* 开门见山:

kāi 开: aprire, rendere accessibile, aprirsi, avviare, cominciare, partire, procedere

mén 门: porta, serramento, valvola, interruttore, gate

jiàn 见: vedere, esporre, apparire, far visita, punto di vista

shān 山: montagna, monte

Significato: andare dritto al punto (lett. aprire la porta e vedere la montagna)

4. *shājīqǔdàn* 杀鸡取蛋:

shā 杀: uccidere, macellare, combattere, andare in battaglia, abbattere

jī 鸡: pollo, gallina

qǔ 取: prendere, ritirare, trarre, assumere, adottare

dàn 蛋: uovo, oggetto ovoidale

Significato: agire per il proprio interesse; azione stupida (lett. uccidere la gallina per prendere le uova)

5. *qīnghóngzàobái* 青红皂白:

qīng 青: blu, verdazzurro, gioventù

hóng 红: rosso, mondano, di successo

zào 皂: nero, sapone

bái 白: bianco, pallido, chiaro, puro, sbagliato

Significato: bianco e nero; giusto e sbagliato (lett. blu rosso nero bianco)

Degna di menzione, come afferma Xia (2009: 37-38) è una particolare categoria di *chéngyǔ* 成语 che comprende tutte le espressioni denominate “insertive”, ovvero che vengono inserite a inizio frase come una specie di congiunzione, notabile nel seguente esempio:

总而言之，人的素质高低，关系着深圳的兴衰、成败、荣辱，关系着深圳的前途。*Zǒng’éryánzhī, rén de sùzhì gāodī, guānxi zhe Shēnzhèn de xīngshuāi、chéngbài、róngǔ, guānxi zhe Shēnzhèn de qiántú* (Xia, 2009: 38). Traduzione: **In poche parole**, le qualità delle persone sono altalenanti, sono correlate a prosperità e declino, successo e fallimento, onore e disgrazia di Shenzhen e anche alle sue prospettive future.

Sebbene provengano, per la maggior parte, non solo da testi antichi ma anche da storie popolari e leggende, queste espressioni hanno mantenuto il loro prestigio fino a oggi, tanto che sono persino oggetto di insegnamento e di esame durante il temutissimo test di ammissione alle università cinesi – ovvero il *gāokǎo* 高考². Riporto alcuni esempi tratti dal *gāokǎo* 高考 2017:

1. 在下面一段话的空缺处依次填入词语，最恰当的一组是 ()

刺绣画艺术，就是以给画为稿本，以针黹、缣帛为绣材的艺术再创作。在其传承与发展过程中，无数绣娘以 _____ 的工匠精神，创作出令人 _____ 的作品。它们或如摄影般写实，或如油画般立体，或姿态婀娜³，或设色古雅，可谓争奇斗艳⁴，_____。(He & Wang, 2018: 12)

² Il *gāokǎo* 高考 è il più importante esame cinese, la sua finalità è l’ammissione all’università. Le sue radici risalgono agli esami imperiali, i quali erano una “selezione di talenti”, chi superava l’esame assumeva cariche importanti. Nel corso degli anni, il *gāokǎo* 高考 ha subito diverse modifiche. Ora gli studenti devono obbligatoriamente essere esaminati in lingua cinese, lingua inglese e matematica più tre materie a libera scelta del candidato (tra cui geografia, storia, diritto, scienze, chimica e fisica). Chi supera l’esame è ammesso all’università, chi non lo supera può solamente frequentare un’università privata o studiare all’estero.

³ *Zi tai e nuo*, elegante

⁴ *Zheng qi dou yan*, rivaleggiare in bellezza

- | | | | |
|----|-------------------|-------------------|--------------------|
| A. | 精益求精 ⁵ | 耳目一新 ⁶ | 美不胜收 ⁷ |
| B. | 励精求治 ⁸ | 刮目相看 ⁹ | 美不胜收 |
| C. | 精益求精 | 刮目相看 | 数不胜数 ¹⁰ |
| D. | 励精求治 | 耳目一新 | 数不胜数 |

1. Inserisci le espressioni negli spazi bianchi del seguente testo, quella più adatta è l'opzione ()

L'arte di ricamare i quadri fa considerare i quadri simili a manoscritti, è l'arte di ricreare tramite l'uso del filo e della satinella, materiale da cucito e ricamo. Nel processo di sviluppo di questa eredità, innumerevoli donne scoprono il loro spirito da artigiane che _____ e ciò fa sì che vengano create opere che _____. Probabilmente, queste opere sembrano una fotografia, ma "disegnata" in modo realistico, oppure una pittura ad olio, ma tridimensionale; sono molto eleganti, riempite di colori. Si può dire che rivaleggiano in splendore e _____.

- | | | | |
|----|--------------------------|---------------------------|----------------------------|
| A. | Migliorare costantemente | Sembrare nuovo e diverso | Sopraffatto dalla bellezza |
| B. | Stimolare lo spirito | Guardarsi con occhi nuovi | Sopraffatto dalla bellezza |
| C. | Migliorare costantemente | Guardarsi con occhi nuovi | Incalcolabile |
| D. | Stimolare lo spirito | Sembrare nuovo e diverso | Incalcolabile |

2. 下列成语中最能准确表达 VR 技术带给人的体验的一向是 ()

虚拟现实技术 (VR) 借助计算机图形系统, 传感器技术等生成三维环境, 创造出一种崭新的人机交互状态, 通过调动用户的多种感官, 带来沉浸感觉。以前, 游客只能在兵马俑坑外观看, 有了 VR 技术, 戴上特制的眼镜, 你会发现自己置身坑内, 变身成了一个兵马俑, 低头就能看到自己的身体——残破却依然威严。抬起头来, 你会发现博物馆的穹顶慢慢向两边散开, 建筑逐渐退去, 转化成荒野, 风沙弥漫, 你的身体同时下沉, 深处地表起伏的俑坑之中, 周围是千军万马¹¹…… (He, Wang, 2018: 13)

- | | |
|----|--------------------|
| A. | 身不由己 ¹² |
| B. | 感同身受 ¹³ |
| C. | 设身处地 ¹⁴ |
| D. | 身临其境 ¹⁵ |

2. Tra i seguenti *chengyu*, quello che può rappresentare al meglio l'esperienza personale portata dalle tecnologie a realtà virtuale è ()

Le tecnologie a realtà virtuale, con l'aiuto della grafica dei computer, i sensori tecnologici eccetera genera "ambienti" 3D creando una condizione di interazione tra esseri umani e computer totalmente nuova attraverso il trasferimento degli organi sensoriali degli user,

⁵ *Jing yi qiu jing*, migliorare costantemente

⁶ *Er mu yi xin*, sembrare nuovo e diverso

⁷ *Mei bu sheng shou*, sopraffatto dalla bellezza

⁸ *Li jing qiu zhi*, stimolare lo spirito

⁹ *Gua mu xiang kan*, guardarsi con occhi nuovi

¹⁰ *Shu bu sheng shu*, incalcolabile

¹¹ *Qian jun wan ma*, vista impressionante della manodopera (lett. grande armata con migliaia di uomini e cavalli)

¹² *Shen bu you yi*, malvolentieri

¹³ *Gan tong shen shou*, profondamente grato

¹⁴ *She shen chu di*, mettersi nei panni altrui

¹⁵ *Shen lin qi jing*, trovarsi personalmente sul posto

portando un'immersione nei sensi di percezione. Prima, i turisti potevano solamente guardare dall'esterno l'esercito di terracotta. Ora, con la tecnologia a realtà virtuale, indossando dei speciali occhiali si può vedere come se si stia proprio all'interno dello scavo: dal basso si può vedere la forma fisica (come i piedi rotti, che comunque non cambia il prestigio di questo ritrovamento). Alzando la testa si può vedere la volta del museo che si "apre" in due parti, sembra che la struttura si muova gradualmente all'indietro trasformandosi in qualcosa di selvaggio, sperdendosi come sabbia dopo un soffio di vento. La tua salute, allo stesso tempo, "sprofonderà per poi riprendersi" in mezzo all'esercito di terracotta che ti circonda.

- A. Malvolentieri
- B. Profondamente grato
- C. Mettersi nei panni degli altri
- D. Trovarsi personalmente sul posto

Inoltre – tra gli *shúyǔ* 熟语 – i *chéngyǔ* 成语 sono le espressioni più conosciute dato il loro impatto culturale non solo nazionale, ma anche internazionale. A causa della vicinanza e dei rapporti intrattenuti dal passato sino a oggi con altri Paesi dell'Asia Orientale, i *chéngyǔ* 成语 si sono diffusi anche in Giappone e in Corea. Soprattutto per quanto riguarda il primo dei due Paesi menzionati, i rapporti *odi et amo* intrattenuti con la Cina sono numerosi: basti pensare alla guerra sino-giapponese, alla disputa e contenzioso sulle Isole Diaoyu (*Diàoyú dǎo* 钓鱼岛, *Senkaku shotō* 尖閣諸島 in giapponese) o all'influenza che il sistema di scrittura cinese ha avuto su quello giapponese; infatti il Giappone ha adottato, nel suo sistema di scrittura, numerosissimi caratteri tradizionali cinesi (in giapponese chiamati *kanji* 漢字) in aggiunta ai due alfabeti *hiragana* ひらがな (o 平仮名) e *katakana* カタカナ (o 片仮名). Nella transizione da una lingua all'altra, la maggior parte dei *chéngyǔ* 成语 ha preservato la grafia e il significato, mentre una parte no. Un classico esempio è rappresentato da *yīrì sānqiū* 一日三秋 (lett. un giorno tre autunni): in giapponese il carattere *sān* 三 (tre) è stato sostituito da *qiān* 千 (mille). Il suo significato è molto flessibile poiché sta a indicare una sensazione di oppressione, tristezza e staticità del tempo in quanto un giorno sempre durare tre autunni; nonostante questo è rimasto invariato in giapponese. Seguono due esempi, uno per lingua:

才三天没见我的好朋友，就有一日三秋之感。

Cái sān tiān méi jiàn wǒ de hǎo péngyǒu, jiù yǒu yīrì sānqiū zhī gǎn.

Sono solo tre giorni che non vedo il mio migliore amico, mi **manca** proprio **da morire**.

あなたのお帰りを一日千秋の思いでお待ちしています。

Anata no okaeri wo ichijitsusenshū no omoide omachishiteimasu.

Sto aspettando **con ansia** il tuo ritorno.

Il medesimo *chengyu* 成语 è presente anche nella lingua coreana, sotto forma di calco semantico: *ililsamchu* 일일삼추, che può anche essere scritto con caratteri cinesi (一日三秋).

1.3.3. Xiehouyu

Gli *xiēhòuyǔ* 歇后语 sono della particolari forme linguistiche con una forma fissa e sono costituiti da due parti e sono simili ai distici; sono dei commenti spontanei utilizzati nel parlato dalla gente comune dove, di norma, una persona enuncia la prima parte e un'altra persona la seconda. Sono talmente conosciuti che i cinesi nativi li capiscono subito anche senza enunciare la seconda parte. L'enunciazione avviene anche per il semplice fatto che, essendo gli *xiēhòuyǔ* 歇后语 delle similitudini allegoriche e spesso ricche di ironia e umorismo, molte di loro sono diventate talmente conosciute nella realtà sociale e culturale cinese che i cinesi non trovano più il bisogno di enunciare espressioni più lunghe quando, per lasciar passare il messaggio a cui alludo lo *xiēhòuyǔ* 歇后语 si può semplicemente enunciarne solo la prima parte. In seguito allo sviluppo urbanistico del XXI secolo con conseguente modernizzazione – sotto ogni aspetto – della Cina, molti *xiēhòuyǔ* 歇后语 sono caduti in disuso causando, purtroppo, una perdita al patrimonio culturale cinese (Bulfoni, 2018: 2-3).

Gli *xiēhòuyǔ* 歇后语 sono nati sotto la dinastia Tang (*Tángcháo* 唐朝, 618-907) e, tra questi, possiamo distinguere quelli in stretta relazione con la poesia cinese di quell'epoca (*xiēhòushī* 歇后诗) e quelli utilizzati e diffusi maggiormente nella lingua parlata (*xiēhòuyǔ* 歇后语) (Zhou, 2018: 12). Sono definiti con la frase seguente dallo *Xiàndài Hànyǔ Cídiǎn* 现代汉语词典 (2016: 1448):

由两个部分组成的一句话，前一部分像谜面，后一部分像谜底，通常只说前一部分，而本意在后一部分。

Frase composta da due parti, paragonabili la prima a un indovinello e la seconda alla sua risposta. Di solito si enuncia solo la prima parte, mentre il significato si trova nella seconda.

Possono essere inoltre distinti in due tipi, ovvero quelli umoristici e ironici (*huīxié* 诙谐, *fěngcì* 讽刺) e quelli enigmatici (*mímìàn* 谜面) (Bulfoni, 2018: 1).

A livello semantico, la prima parte ha un significato metaforico, mentre la seconda è la chiave di lettura di quanto espresso dalla prima; la prima sembra un enigma, la seconda la soluzione (Yang, 2015: 119). Eccone degli esempi:

- *qiānfūsuǒzhǐ, wúbìngérsǐ* 千夫所指, 无病而死

Parte A: *qiānfūsuǒzhǐ* 千夫所指 (lett. mille persone lo accusano)

Parte B: *wúbìngérsǐ* 无病而死 (lett. un uomo malato muore)

Significato: è pericoloso incorrere in pubbliche accuse

- *yǎba chī huánglián, yǒukǔnányán* 哑巴吃黄连, 有苦难言

Parte A: *yǎba chī huánglián* 哑巴吃黄连 (lett. un muto mangia erbe amare)

Parte B: *yǒukǔnányán* 有苦难言 (lett. soffre perché non può parlare)

Significato: essere costretto a soffrire in silenzio

1.3.4. *Guanyongyu*

I *guànyòngyǔ* 惯用语 sono dei modi di dire: sono locuzioni di uso comune caratteristiche della lingua cinese parlata e hanno una struttura fissa come i *chéngyǔ* 成语. La loro composizione varia, il numero di caratteri non è fisso e quasi la totalità delle espressioni è composta dai due ai dodici caratteri: le più numerose sono quelle trisillabiche (Chen, 2017: 65). Per quanto riguarda il livello semantico, il loro significato si sviluppa su due livelli: è retorico e non è obbligatoriamente legato al significato letterale dei caratteri che le compongono. Il loro significato è abbastanza forte e profondo, ma la maggior parte dei *guànyòngyǔ* 惯用语 è negativa (Zhao, 2017: 113).

Il termine *guànyòngyǔ* 惯用语 è apparso per la prima volta nel 1962 nell'opera *Xiàndài Hànyǔ* 现代汉语 di Hu Yushu 胡裕树, il quale definisce queste espressioni come parte integrante degli *shúyǔ* 熟语 insieme a *chéngyǔ* 成语, *yànyǔ* 谚语 e *xiēhòuyǔ* 歇后语 (Wang, 2016: 124).

Il punto di origine dei *guànyòngyǔ* 惯用语 è la cultura cinese, sono nati da storie antiche, mitologiche e dalle esperienze di vita di ogni giorno. Le loro origini possono

essere distinte in tre gradi famiglie: hanno tratto origini dalla lingua scritta, dal linguaggio settoriale e dai dialetti.

Parlando della lingua scritta, le fonti principali sono poesie antiche e fatti storici, molto spesso di storie molto conosciute dai cinesi, come nel caso di *kǔròuji* 苦肉计. Questo *guànyòngyǔ* 惯用语 viene dal rinomato *Romanzo dei Tre Regni* (*Sānguó Yǎnyì* 三国演义) di Luo Guanzhong 罗贯中¹⁶; il suo significato è “Infliggersi ferite per guadagnarsi la fiducia del nemico” (Sun, 2017: 103).

Anche se non si direbbe, il linguaggio settoriale ha dato un apporto significativo alla creazione di *guànyòngyǔ* 惯用语. Tra questi, ne sono esempi *dòngshǒushù* 动手术 (affrontare un problema difficile) e *dǎyùfángzhēn* 打预防针 (prendere precauzioni), provenienti dal campo medico: la loro origine è facilmente deducibile perché il significato letterale della prima espressione è “operare; sottoporsi a un’operazione”, mentre la seconda contiene il verbo reggente di oggetto *dǎzhēn* 打针, ovvero “fare un’iniezione; fare una puntura” (Sun, 2017: 103).

Infine, anche i dialetti hanno fornito un grande punto di spunto per la nascita dei suddetti modi di dire, tutti caratteristici di una particolare zona e che, col tempo, si sono diffusi in tutta la Cina diventando parte integrante della lingua parlata colloquiale: ne sono esempi *lǎobízi* 老鼻子 (in larga quantità; molti) della Cina nord-orientale, *lóngménzhèn* 龙门阵 (chattare; parlare) dal dialetto del Sichuan, *dābǎshǒu* 搭把手 (aiutare; dare un aiuto) da quello di Pechino e *chǎoyóuyú* 炒鱿鱼 (licenziare; lasciare il lavoro) dal Cantonese. Un contributo significativo viene anche dai dialetti cinesi minori come il dialetto di Wu, dal quale è nata l’espressione *cālànní* 拆烂泥 (essere irresponsabile e creare danni) (Sun, 2017: 103).

Indubbiamente, i *guànyòngyǔ* 惯用语 possono avere diverse strutture ed essere distinti grazie a queste ultime (Chen, 2017: 66-68):

- Struttura verbo-oggetto (*dòngbīn jiégòu* 动宾结构): costituiscono la parte principale della totalità delle espressioni e le più ricorrenti sono formate da tre

¹⁶ Scrittore cinese identificato come principale autore di *Romanzo dei Tre Regni* e co-autore de *I Briganti* (*Shuǐhǔzhuàn* 水浒传). Il suo nome originale era Luo Ben 罗本, mentre data di nascita e di morte e luogo di nascita sono ancora oggetto di discussione.

caratteri (*chàngbáiliǎn* 唱白脸 “fare il cattivo”; “far finta di essere severo e malvagio”);

- Struttura determinante-determinato (*piānzhèng jiégòu* 偏正结构): divise ulteriormente in due categorie, le espressioni nelle quali nel determinante è presente un aggettivo e quelle in cui è presente un avverbio. Le espressioni più frequenti sono costituite da tre caratteri e presentano la “struttura 1+2” – ovvero composta da due morfemi, il primo monosillabico e il secondo bisillabico (*báirìmèng* 白日梦 “fantasticare”);
- Struttura soggetto-predicato (*zhǔwèi jiégòu* 主谓结构): possono distinguersi in soggetto-predicato (*niǎoshòusàn* 鸟兽散 “sparpagliarsi come uccelli e bestie”) e in soggetto-predicato-oggetto (*guǐhuàfú* 鬼画符 “scrittura indecifrabile”; “scarabocchiare”; “scarabocchio”);
- Struttura con la particella *de* 的 (*dezi jiégòu* 的字结构): la caratteristica comune alle espressioni con questa costruzione è la posizione finale della particella *de* 的, con la differenza che può essere trovata in due ulteriori strutture diverse, ovvero “VN 的” e “SV 的”;
- Struttura coordinativa (*liánhé jiégòu* 联合结构): *mǎdàhā* 马大哈 (sbadato; persona a cui non importa nulla);
- Struttura di verbi in serie (*liánwèi jiégòu* 连谓结构): *mōzheshítouguòhé* 摸着石头过河 (imparare facendo qualcosa);
- Struttura con complemento (*bǔchōng jiégòu* 补充结构): *chībuxiāo* 吃不消 (non riuscire a sopportare qualcosa).

Oltre al significato, anche il rapporto che i *guànyòngyǔ* 惯用语 è molto forte. Molti di loro sono legati agli aspetti culturali culinari e della moda: alcuni riflettono l’uso degli abiti di una volta o hanno dei riferimenti a capi di vestiario, altri si rifanno alla cultura del cibo (Sun, 2017: 104). In ultima istanza, ma non per importanza, sono nati dei *guànyòngyǔ* 惯用语 con all’interno i dodici segni zodiacali cinesi i quali, in base alle loro caratteristiche, influenzano il significato del modo di dire in questione: topo, tigre e serpente hanno un significato negativo perché associati rispettivamente al disgusto, alla paura e all’odio; mentre bue, cavallo, capra, gallo, cane e maiale sono collegati a un

significato positivo poiché, siccome a un tempo la vita si basava sull'agricoltura, il legame con questi sei animali era piuttosto forte (Wang, 2016: 126).

CAPITOLO SECONDO
I neologismi della lingua cinese

2.1. Classificazione e caratteristiche

La lingua cinese possiede migliaia di caratteri differenti la maggior parte dei quali, se presi singolarmente, è non solo portatore di suono, ma anche di significato. Ogni singolo carattere porta con sé un concetto, un'idea e/o un'immagine: pertanto, nel periodo pre-Qin (fino al 211 a.C.) il corpo centrale della lingua era costituito da parole monosillabiche (Hua, 2018: 167). Con lo sviluppo della lingua, i significati delle parole monosillabiche si sono naturalmente estesi e, anche per questo, il cinese ha un grande potenziale per la creazione di neologismi, accostando e combinando più caratteri per produrre, conseguentemente, un concetto, un'idea e/o un'immagine totalmente nuovi. Questo processo contribuisce all'evoluzione della lingua che, con l'avanzare degli anni e l'influenza della globalizzazione che ha inserito nella lingua cinese svariate nuove parole di vario genere, si sta "sventrando" a causa dell'abbandono di numerose parole ormai datate per favorire l'entrata dei neologismi che, seppur numerosi, non riescono a compensare totalmente la perdita del lessico antico (Chen, 2017: 48). Ciò lascia trasparire il fatto che la lingua procede di pari passo con gli sviluppi sociali, giuridici, economici e culturali di un Paese e infatti, come dichiara Chen (2017: 48), da un sondaggio datato 2002 emerge che ogni anno entrano nella lingua cinese circa mille nuovi termini. Ultimamente, a differenza di allora, la lingua è ricca di parole bisillabiche e plurisillabiche, dunque è il processo di creazione e integrazione di neologismi è reso ancor più semplice, spesso "traslando" il significato di un morfema A accanto a quello di un morfema B, combinandoli. È il caso di *nuǎnnán* 暖男 composto dai morfemi *nuǎn* 暖 (caldo) e *nán* 男 (uomo, maschio): partendo dalla parola "sole" (*tàiyáng* 太阳), le persone non possono non pensare ai concetti di *yángguāng* 阳光 (raggi solari, luce solare), *guāngmíng* 光明 (luce; luminoso) e *wēnnuǎn* 温暖 (calore). In questo caso, il calore viene accostato all'uomo, andando a indicare una persona calorosa e solare la quale, grazie a questa sua caratteristica, riesce a trasmettere ad altre persone calore e una sensazione di affetto, protezione e sicurezza (Hua, 2018: 167-168).

A distanza di oltre quarant'anni dall'inizio del periodo di sviluppo economico che la Cina ha passato tramite una politica di riforme e apertura (*gǎigé kāifàng* 改革开放)¹⁷, la

¹⁷ La politica di riforme e apertura è identificabile con un periodo di rapido sviluppo economico iniziato (1978) dal presidente della RPC (Repubblica Popolare Cinese) di quegli anni, ovvero Deng Xiaoping 邓小平 (1904-1997).

Cina ha subito numerosi cambiamenti sociali ed economici che hanno sicuramente influenzato la lingua che, essendo molto collegata ad aspetti sociologici, presenta cambiamenti prevedibili e ovvi, i quali coinvolgono pronuncia e fonetica, grammatica e sintassi ma, soprattutto, il lessico (Zhang & Guo, 2019: 136).

I neologismi cinesi possono approssimativamente essere divisi in sette macro-gruppi che ne identificano il loro campo di appartenenza (Dong, 2009: 69):

- Politica (*zhèngzhì lèi* 政治类¹⁸): *bìguānzìshǒu* 闭关自守 (chiudere i confini nazionali), *zhèngwù gōngkāi* 政务公开 (rendere pubbliche delle questioni nazionali);
- Economia (*jìngjì lèi* 经济类): a seguito delle riforme economiche degli anni Ottanta, gli affari divennero il centro delle attività e degli sviluppi sociali. Il ritmo di queste riforme divenne sempre più incalzante, influenzando la vita delle persone e rendendo l'economia di mercato ancor più forte. La Cina iniziò così a ottenere una posizione rilevante in ambito internazionale e questo avvio della società verso la commercializzazione spianò la strada per la creazione di molti neologismi (Gao & Mu, 2014: 80). Ne sono esempi *kuòdà nèixū* 扩大内需 (aumentare la domanda interna), *jīnróngwēijī* 金融危机 (crisi finanziaria) e *dǎoyé* 倒爷 (speculatore);
- Scienze e tecnologia (*kējì lèi* 科技类): questa tipologia di neologismi ha preso piede con l'avanzare dello sviluppo tecnico-scientifico, il quale ha inciso non solo sulla lingua ma anche sullo stile di vita delle persone. Il computer è diventato uno strumento ormai – o quasi – fondamentale nella società odierna e sono emerse numerose parole nuove legate a questo oggetto, come *wēijī* 微机 (microcomputer, abbreviazione di *wēixíng jìsuànjī* 微型计算机), *kuāndài* 宽带 (banda larga) e *liúlǎn* 浏览 (navigare, dall'inglese *to browse*) (Gao & Mu, 2014: 80). Tra gli altri neologismi tecnico-scientifici troviamo *fāngài shì yídòngdiànhuà* 翻盖式移动电话 (cellulare apribile, cellulare “a conchiglia”), *VR jìshù* VR 技术 (tecnologia VR¹⁹) e *kèlóng* 克隆 (clonazione; clone). È importante menzionare quanto sia stato cruciale l'impatto che l'avvento e la diffusione dei social media hanno avuto sulla

¹⁸ Il suffisso *lèi* 类 indica una categoria

¹⁹ Virtual Reality

lingua, cambiandola radicalmente e creando un nuovo slang, spesso destinato a svanire in tempi brevi (Zhang & Guo, 2019: 137);

- Medicina (*yīliáo lèi* 医疗类): la medicina ha indubbiamente aperto le porta a influenze occidentali e non si basa più solamente sull'antica medicina cinese. Esempi di neologismi introdotti nella lingua sono *qínliúgǎn* 禽流感 (influenza aviaria) e *yīzhù zìshā* 医助自杀 (suicidio assistito);
- Istruzione (*jiàoyù lèi* 教育类): *biānyuán xuékē* 边缘学科 (disciplina marginale) e *luǒkǎo* 裸考 (sostenere un esame senza essersi preparati);
- Vita di tutti i giorni (*shēnghuó lèi* 生活类): come già specificato, la sfera sociale è uno degli aspetti più colpiti dai numerosi cambiamenti avvenuti nella Cina negli ultimi decenni. Molte parole esprimono anche il miglioramento della qualità di vita delle persone sotto svariati aspetti, quali sociale, economico, immobiliare, alimentare, culturale e molti altri (Gao & Mu, 2014: 80-81). Alcuni dei neologismi appartenenti a questa categoria molto vasta sono *fángnú* 房奴 (“schiavo della casa”)²⁰, *shèngnǚ* 剩女 (zitella), *Màidāngláo* 麦当劳 (Mc Donald's), *fángchǎn* 房产 (proprietà immobiliare) e *mínǐqún* 迷你裙 (minigonna);
- Sport (*tǐyù lèi* 体育类): anche il settore dello sport presenta dei neologismi, indubbiamente portati dall'internazionalizzazione e dall'apertura del Paese verso l'Occidente. Ne sono esempi *kèchǎng bǐsài* 客场比赛 (partita in trasferta) e *lālìsài* 拉力赛 (rally).

Nella lingua cinese, inoltre, possiamo distinguere tre principali tipologie di neologismi, in base alla loro creazione e al significato: quelli che creano un nuovo significato utilizzando nuove parole e forme, quelli che riproducono significati antichi e/o già presenti nella lingua utilizzando nuove parole e forme e quelli che, con l'utilizzo di parole già radicalizzate nella lingua, portano alla creazione di un significato del tutto nuovo (Luo, 2005: 41). Indipendentemente dal metodo di composizione, i neologismi nascono in

²⁰ Viene definito *fángnú* 房奴 chi, a un certo punto, non possiede più o fatica a trovare risorse economiche per permettersi – o continuare a permettersi – un'abitazione. In Cina il fenomeno dei *fángnú* 房奴 è un problema sociale molto serio, i prezzi delle case e degli affitti sono molto alti e le persone si portano debiti sulla schiena per anni, spesso lasciandoli in eredità ai figli

qualsiasi ambito della lingua: giuridico, economico, tecnologico, sociale, eccetera. Le loro caratteristiche principali sono tre: creatività, flessibilità e ampiezza (Dong, 2009: 68).

Con “creatività” (*chuàngzàoxìng* 创造性) si intende la potenzialità della lingua cinese di abbinare morfemi parole nuove e non per creare significati nuovi, inediti e/o innovativi. Tra i neologismi aventi questa come caratteristica spiccano il verbo colloquiale *zǒu guòchǎng* 走过场 (agire con superficialità) e *huítóukè* 回头客 (cliente affezionato²¹). Degno di menzione è il neologismo *pīnkè* 拼客: questo sostantivo sta a indicare una persona la quale, volendo ottimizzare i costi, si unisce a un gruppo di altre persone per trarne un beneficio comune. Dal concetto di *pīnkè* 拼客 sono nate numerose altre parole, quali *pīnchē* 拼车 (*carsharing*), *pīnchī* 拼吃 (mangiare in compagnia; condividere il pasto), *pīnhē* 拼喝 (bere – alcolici – in compagnia) e *pīnwán* 拼玩 (divertirsi insieme) aventi in comune il morfema *pīn* 拼 (unire) (Dong, 2009: 68).

Il termine “flessibilità” (*líng huó xìng* 灵活性) indica la capacità delle parole diventate ormai vecchie ed entrate in disuso di re-inventarsi ed esprimere nuovi significati in linea con la contemporaneità – ovvero capaci di adattarsi alla lingua cinese di oggi – creando così nuove parole. Un termine con flessibilità molto forte è *shīfu* 师傅 (*master*): questa parola non è nuova nella lingua ma, di questi tempi, ha assunto un significato più esteso; serve, nella lingua parlata, a rivolgersi a persone estranee mostrando, nonostante ciò, grande rispetto per loro. Altra parola con lo stesso comportamento è *xiǎojiě* 小姐 (signorina) che ha preso l’accezione di “prostituta”, diventando sinonimo di *jìnyǚ* 妓女 se, prima dell’appellativo, non viene inserito il nome della persona di cui si parla (Dong, 2009: 68-69).

Infine, con “ampiezza” (*guǎngfàn xìng* 广泛性) si vuole specificare il fatto che i neologismi introdotti nella lingua cinese vanno a toccare ogni singolo aspetto del lessico, vale a dire che non esistono solamente neologismi riguardanti specifiche materie o categorie (come tecnologia e scienza), anche le più bizzarre: ne sono esempi *zháinán* 宅男 e *zháinǚ* 宅女 (entrambi dal giapponese *otaku* 宅²²) (Dong, 2009: 69).

²¹ Interessante è la resa di “affezionato” in “cliente affezionato” con l’utilizzo di *huítóu* 回头 (lett. girare la testa), il quale può essere ritrovato pure nell’espressione *huítóujiàn* 回头见 (ci vediamo più tardi; a presto)

²² Il termine indica una persona che trascorre la maggior parte del tempo in casa, prevalentemente a giocare ai videogiochi

Importante è anche menzionare una delle tecniche di produzione di neologismi. È molto efficace l'utilizzo di suffissi per dare un significato aggiunto a un morfema già esistente nella lingua: è il caso di suffissi come *bā* 吧, *nán* 男 e *zú* 族 (Wang, 2014: 102).

- *Bā* 吧: prestito fonetico proveniente dall'inglese *bar*, utilizzato in parole come *jiǔbā* 酒吧 (bar; *jiǔ* 酒 bevanda alcolica), *wǎngbā* 网吧 (*internet point*) e *dībā* 迪吧 (discoteca²³);
- *Nán* 男: suffisso che indica una tipologia di ragazzo/uomo, utilizzato in parole come *fēnghuánán* 凤凰男 (lett. ragazzo fenice²⁴) e *dānshēnnán* 单身男 (ragazzo single);
- *Zú* 族: suffisso per indicare un'etnia e/o un gruppo di appartenenza sociale, utilizzato in parole come *kěnlǎozú* 啃老族 (mammoni) e *yuèguāngzú* 月光族 (spendaccioni).

2.2. Neologismi e Internet

Sebbene abbiano, come abbiamo visto in precedenza, origini tra le più svariate, la maggior parte dei neologismi viene creata online: questo metodo di formazione ha raggiunto ritmi frenetici con l'avvento dei nuovi social media e alla continua e rapida evoluzione dell'intero settore informatico e tecnologico (Magistrale & Bettinelli, 2019: 12-13). Questa situazione ha permesso dei cambiamenti radicali nella vita dei cinesi: ormai i giovani passano gran parte del loro tempo con smartphone e altri dispositivi tecnologici in mano, facendo della “piazza online” il nuovo spazio comune per socializzare e discutere di molte tematiche. Si è passato da piattaforme come QQ e RenRen ad altre come Sina Weibo e WeChat, polifunzionali e super avanzate. Persino i pagamenti sono gestiti tramite app, dunque non c'è da stupirsi se il nuovo lessico viene prodotto quotidianamente online senza sosta. Lessico informale, frivolo, sciocco e spesso anche ingegnoso, soprattutto in vista del *Great Firewall* cinese. Come è ben noto, la Cina è “protetta” da un forte sistema di censura voluta dal governo – soprattutto per quando riguarda i media – per eliminare dalla circolazione qualsiasi notizia, parola, articolo o

²³ Abbreviazione di *dīsīkēbā* 迪斯科吧 anche se è più utilizzato il termine *dīsīkē* 迪斯科, a causa di un possibile fraintendimento con *dībā* 迪吧 che è anche un prestito fonetico per “diva”

²⁴ Indica un ragazzo nato e cresciuto in campagna che, successivamente, prende piede e ha successo nella città dopo duro lavoro

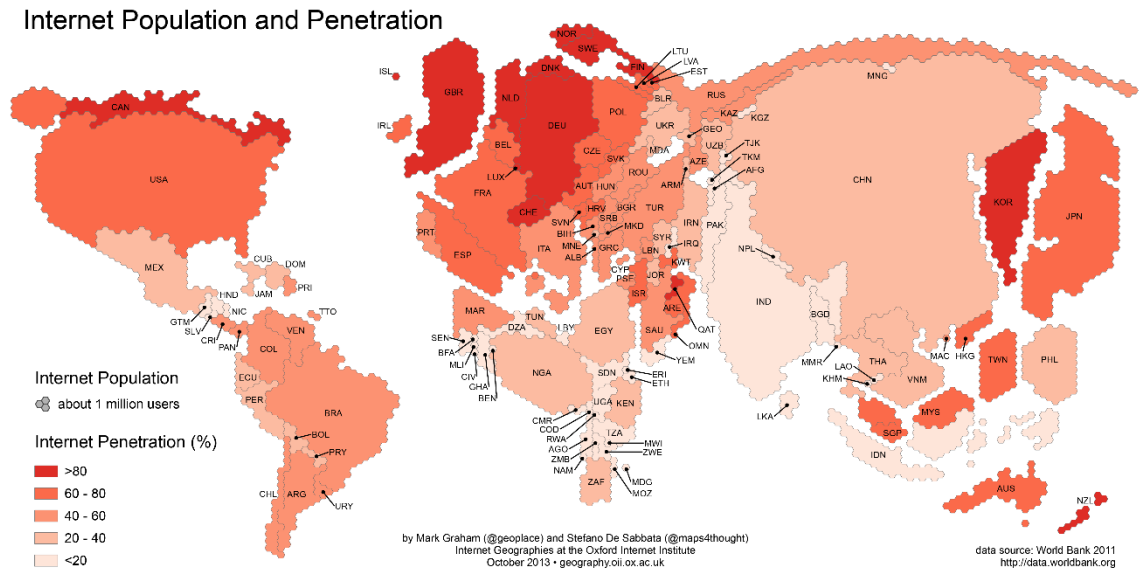
altro che viene indicato come “scomodo”: a fronte di ciò, un esempio degno di menzione è la denuncia sociale avvenuta attraverso l’utilizzo della parola *cǎonímǎ* 草泥马 (alpaca, lett. cavallo di erba e fango). Apparentemente innocuo, questo termine è stato enormemente usato online per arginare la censura, in quanto quasi omofono di un insulto abbastanza pesante che va a intaccare familiari della persona alla quale ci si riferisce.

2.3. Internet e *Chinese Internet Language*

Internet viene subito considerato come strumento importante per la conoscenza e la condivisione dei dati, perciò il suo sviluppo in Cina rientra già nel piano di riforma economica attuato alla fine degli anni Settanta del presidente Deng Xiaoping 邓小平: lo sviluppo tecnologico viene sin da subito ponderato dal governo al fine di non creare condizioni di indebolimento nel controllo delle informazioni, questo anche cercando subito le condizioni necessarie per lo sviluppo della rete.

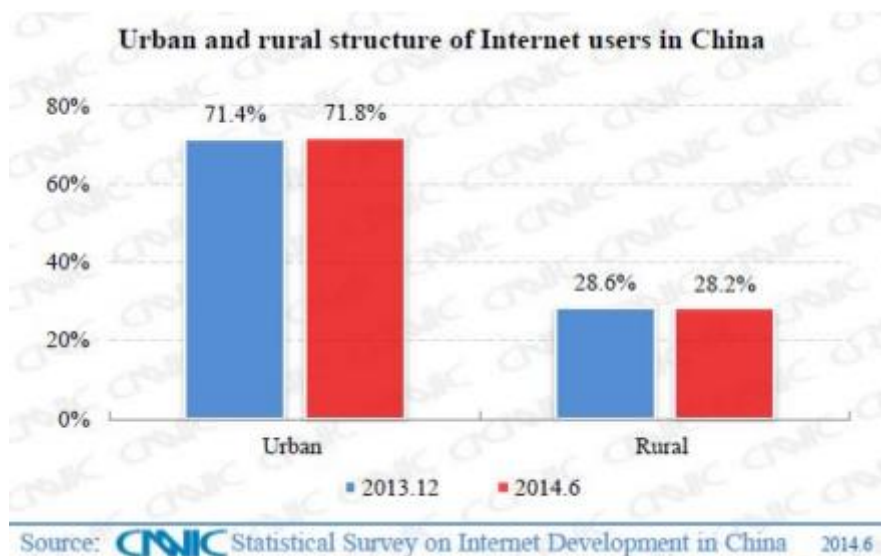
A quanto dichiarato dall’Oxford Internet Institute, a parità di abitanti – sebbene il progresso economico e sociale abbia raggiunto livelli esponenziali e, forse, impossibile da replicare – la penetrazione di Internet in Cina raggiunge solamente un valore che oscilla tra il 40% e il 60% a causa della presenza di numerose e vaste zone di campagna ancora poco sviluppate, a differenza dei vicini Giappone e Corea che, nonostante siano Paesi nettamente più piccoli, si mantengono stabili su valori assai maggiori, i quali si aggirano tra il 60% e l’80% per il Giappone, mentre in Corea superano l’80%, portandola a tenere il primato in quanto Paese più connesso e con la velocità di connessione alla rete più elevata del mondo.

Fig. 1: Popolazione e penetrazione di Internet nel mondo²⁵



Come già accennato, la causa dell'abbassamento del valore di penetrazione di Internet in Cina è la grande quantità di zone rurali e di campagna: l'arretratezza e la povertà di queste zone non consente ancora pienamente lo sviluppo di rete o fibra e la costruzione di infrastrutture adeguate alla diffusione e allo sviluppo di Internet, provocando un grande squilibrio tra zone rurali e zone urbane. Questa frattura è chiamata *digital divide*.

Fig. 2: Digital divide in Cina (2013-2014)²⁶

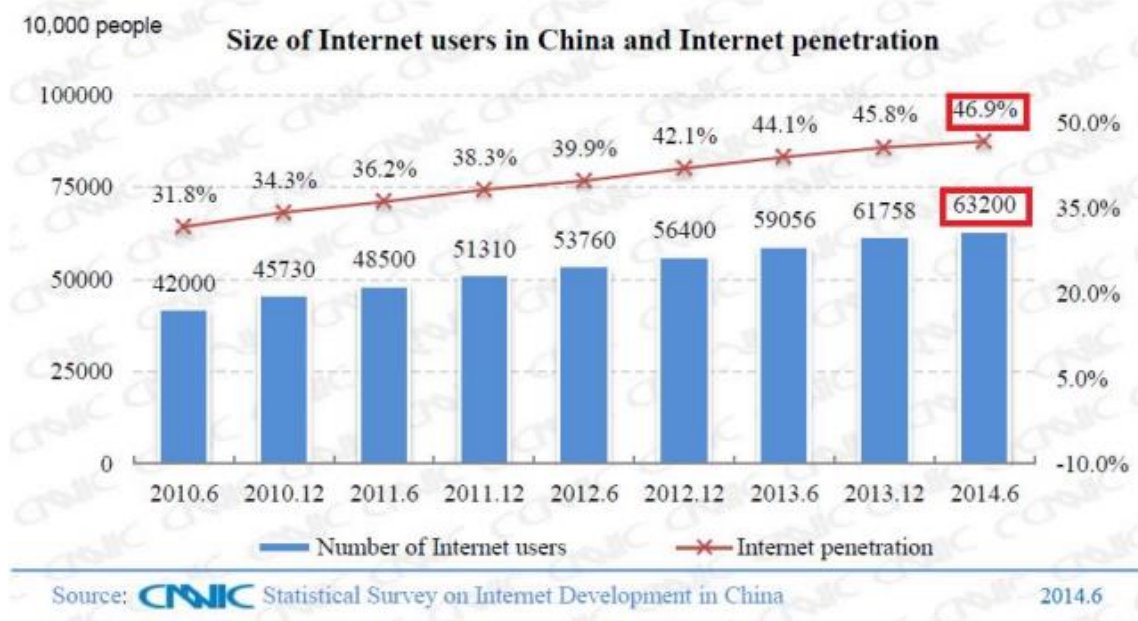


²⁵ Oxford Internet Institute, <https://geography.oii.ox.ac.uk/?page=home> [consultato il 28/05/2020]

²⁶ China Internet Network Information Center (CNNIC) Statistical Survey on Internet Development in China, giugno 2014

La vera storia di Internet in Cina inizia verso la fine degli anni Ottanta, precisamente il 14 settembre 1987 quando, alle ore 21:07 locali, avvenne l’invio del primo messaggio fuori dal territorio statale cinese, il quale diceva *Yuèguò Chángchéng, zǒuxiàng shìjiè* 越 过 长 城， 走 向 世 界 (“Attraverso la Grande Muraglia possiamo raggiungere ogni parte del mondo”). La rete cinese venne connessa con l’estero a partire dal 1994 ma, nonostante una prima proposta, rimase ancora chiusa al pubblico e fu accessibile solo ed esclusivamente agli enti di ricerca nati anche grazie al progetto CANET (China Academic Network)²⁷. Già con l’inizio del nuovo millennio, Internet prese sempre più piede in Cina – passando dagli *internet point*, dai computer e dai primi dispositivi mobili con possibilità di collegamento alla rete – e, secondo uno studio pubblicato in un articolo sul *Quotidiano del Popolo* (*Rénmín Rìbào* 人民 日 报) il 17 gennaio 2009, nel 2008 il numero degli utenti in Cina ha raggiunto e superato il numero degli utenti negli Stati Uniti, portando così la Cina in cima alla classifica con un incremento del 42% rispetto all’anno precedente (Bulfony, 2010b: 536).

Fig. 3: Utenti e penetrazione di Internet in Cina (2010-2014)²⁸

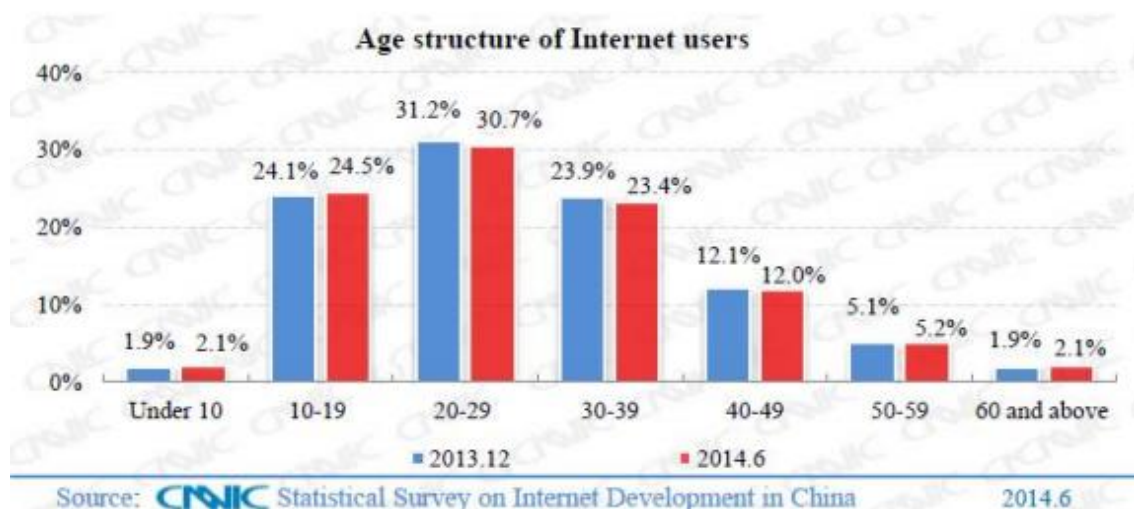


²⁷ Progetto che vedeva coinvolte università cinesi e un’università tedesca, volto a ipotizzare un uso di infrastrutture anche in Cina

²⁸ *ibid.*

La realtà virtuale non ha favorito solamente l'interazione e il collegamento tra due o più nodi della rete, ma anche tra le persone. Questo scambio che avviene tra utenti tramite computer connessi alla rete viene indicato col termine *Computer-Mediated Communication* (CMC): si può quindi affermare che la realtà virtuale non sia composta da interazioni fra macchine ma da interazioni fra utenti che si servono di macchine per metterle in pratica. In Cina, questa interazione ha favorito lo sviluppo di uno slang – o vero e proprio linguaggio – di Internet, anche grazie alla numerosa presenza di utenti giovani.

Fig. 4: Età degli utenti di Internet in Cina (2013-2014)²⁹



Con la fine degli anni Novanta si è assistito all'imposizione dell'inglese come lingua mondiale – tra cui anche sul web – e, con la globalizzazione, è nato il fenomeno del *Globish*: non è una lingua, ma un linguaggio veicolare e un sistema di comunicazione – da noi chiamato colloquialmente “inglese maccheronico” – che permette di essere capiti in ogni parte del mondo, principalmente quando si parla di azioni quotidiane. In Cina, invece, è molto utilizzato il *Chinglish*, una “varietà” di inglese tradotto letteralmente rispettando la struttura sintattica cinese; il lessico spesso non è appropriato e la pronuncia solo parzialmente comprensibile. Un esempio è “Goog good study, day day up”, traduzione letterale della frase *hǎohǎo xuéxí, tiāntiān xiàngshàng* 好好学习，天天向上

²⁹ *ibid.*

(Bulfony, 2010a: 94), la cui traduzione corretta in inglese è “Study hard and make progress every day”.

Da qui, su Internet è iniziata a svilupparsi una “cultura alternativa” (*línglèi wénhuà* 另类文化), alla quale appartiene un linguaggio, il quale si avvicina all’uso colloquiale e quotidiano, adottato specialmente dai giovani anche per rivolgersi a sconosciuti, del quale fa parte l’espressione utilizzata come saluto *shàngwǎng le méi yǒu* 上网了没有? (Sei andato in Internet?) (Bulfony, 2010a: 94). Così i giovani hanno plasmato a loro piacimento il mezzo informatico, influenzandone le caratteristiche linguistiche e provocando un’alterazione all’interno dei processi comunicativi (Berruto, 2004: 105-111, cit. in Bulfony, 2010b: 535). Si è creato così un nuovo strumento comunicativo, il *Chinese Internet Language* (CIL).

Il CIL – noto in cinese come *Zhōngguó wǎngluò yǔyán* 中国网络语言 – è una varietà di cinese associata ad Internet e alla tecnologia elettronica utilizzata per lo scambio di informazioni informali. Nasce principalmente dai giovani, in quanto la lingua cinese standard (*pǔtōnghuà* 普通话) viene considerata poco pratica per scrivere lunghi messaggi, post sui social o altro. Il CIL, al contrario, è visto come uno strumento comunicativo molto funzionale, più veloce, più innovativo e distingue una cerchia sociale, all’interno della quale più persone possono riconoscersi distaccandosi dalla lingua parlata comunemente per strada.

Le componenti principali del CIL sono otto: numeri (*shùzì* 数字), simboli (*fúhào* 符号), emoticons (*biǎoqíng fúhào* 表情符号) – più comunemente chiamate emoji –, parole inglesi (*Yīngwén zìmǔ* 英文字母), pinyin (*pīnyīn* 拼音), caratteri cinesi (*hànzì* 汉字), omofoni (*xiéyīn* 谐音) e lettere latine (*Lādīng zìmǔ* 拉丁字母).

Nella storia del CIL possiamo distinguere tre grandi fasi: avvio, sviluppo e situazione attuale.

La prima fase comprende il periodo appena precedente agli anni 2000 (1987-1999) e viene definita “fase di avvio” poiché essa costruisce le basi per la creazione di un vero e proprio linguaggio di Internet. All’epoca, i *netizen*, avevano a disposizione poche funzioni, tra le principali troviamo le e-mail, i forum e le *chat room*.

La prima mail cinese fu inviata il 14 settembre 1987 alle ore 21:07, il testo dichiarava “Attraverso la Grande Muraglia possiamo raggiungere ogni parte del mondo” e in questa

operazione fu coinvolto il primo ente cinese che aveva il compito di ipotizzare l'uso di infrastrutture volte all'utilizzo della rete in Cina, ovvero il CANET³⁰. Come nel resto del mondo, le mail contenevano solo testo e si avvicinavano particolarmente alla corrispondenza scritta, sebbene con tempo il linguaggio divenne sempre più circoscritto e conciso a causa dei costi dovuti alla velocità di trasmissione del messaggio.

Invece, l'area di Internet in cui la lingua è in continuo mutamento e presenta maggiori diversità con la lingua standard è rappresentata dai forum: gli utenti di numero crescente iniziano a coniare termini del tutto nuovi per esprimere nuovi concetti e immagini che emergono con l'utilizzo della rete e, in modo particolare, dei forum. Un parola molto interessante e ricorrente nata sui forum è *guànshuǐ* 灌水 (lett. riempire qualcosa con acqua): con l'unione dei morfemi *guàn* 灌 (riempire; inondare) e *shuǐ* 水 (acqua), gli utenti indicare l'azione di continuo intasamento dei forum, continuando a postare nuovi commenti, molto spesso inutili e senza alcun senso con l'oggetto della conversazione. Ai termini composti da caratteri cinesi, si aggiungo anche i primi composti da lettere, come GG (*gēgē* 哥哥, fratello maggiore), e numeri, i quali spopolano su Internet in tempi più recenti. Un esempio è rappresentato dalla sequenza numerica 555555: il suo significato è accostato al verbo *kū* 哭 (piangere), in quanto il numero cinque (*wǔ* 五) ha una pronuncia simile (Zhang, 2019: 86-87).

La seconda fase ha inizio con gli anni 2000 (2000-2010) ed è definita “fase di sviluppo”, caratterizzata dalla nascita del Web 2.0: gli utenti possono più liberamente creare nuovi contenuti e iniziano a diventare il centro della rete, i protagonisti. L'impatto di Internet è globale e i suoi vantaggi sono ormai chiari in materia di fornitura e fruibilità di informazioni e di creazione di diverse community, grazie allo sviluppo di blog, messaggistica istantanea e giochi online.

Con la nascita dei blog (*bókè* 博客, termine tecnico nato in quegli anni), gli utenti iniziano a parlare di sé, sempre tramite testi: la lingua, dunque, non subisce importanti modifiche, anche le la punteggiatura e qualche aspetto sintattico lascia a desiderare. Non si può dire così, invece, per quanto concerne la messaggistica istantanea: rispetto alle mail, la velocità di ricezione è ancora più rapida. Per questo motivo, i messaggi diventano sempre più brevi, senza dare importanza alla grammatica e alla punteggiatura, utilizzando

³⁰ Primo network, creato nel 1987 principalmente per scopi accademici

spesso abbreviazioni e nuove parole. Emergono anche delle nuove “espressioni” paralinguistiche come emoji e GIF, pronte a colmare il *gap* causato dalla mancanza di linguaggio del corpo non possibile nella messaggistica. Per quanto riguarda, infine, i giochi online – in ampia espansione nei primi anni del XXI secolo – hanno dato un grande contributo alla sfera sociale online, cambiando punto di vista: il gioco non è più qualcosa di intimo, ora si gioca con sconosciuti. Il linguaggio prodotto su queste piattaforme ludiche è numeroso, ma la sua caratteristica è la tendenza a svanire nel nulla molto rapidamente (Zhang, 2019: 88-89).

La terza e ultima fase, che si protrae dal 2010 fino a oggi, è caratterizzata da un uso sempre più diffuso di sigle e sequenze numeriche al posto di parole e/o frasi e da una creazione vastissima di neologismi, “confezionati” specialmente alla chiusura di eventi particolari, volti a sintetizzare qualche concetto o immagini evocative emerse da questi ultimi o da “notizie calde” degli ultimi tempi.

Tab. 1: Sigle molto utilizzate nel CIL

Sigle		
Sigla	中文	Italiano
GG	哥哥	Fratello maggiore
DD	弟弟	Fratello minore
JJ	姐姐	Sorella maggiore
MM	妹妹	Sorella minore
BT	变态	Anormale
GF	女朋友	Fidanzata
BF	男朋友	Fidanzato
WDR	外地人	Straniero
CU	回头见	Ci vediamo!
LP	老婆	Moglie
NB	牛逼	Fantastico!
IAE	无论如何	In ogni caso
GCD	共产党	Partito comunista (cinese)

GD	勾搭	Fare amicizia
JB	鸡巴	Parti intime maschili
TT	套套	Profilattico
YP	约炮	Sesso occasionale
HLL	华丽丽	Affascinante
ZF	政府	Governo
ZG	中国	Cina
JC	节操	Principio morale
P9	啤酒	Birra
3Q	谢谢	Grazie

Tab. 2: Sequenze numeriche ricorrenti nel CIL

Sequenze numeriche		
Sequenza numerica	中文	Italiano
0358	你想我吧	Mi pensi vero?
0376	你生气了	Ti sei arrabbiato
1299	一来就走	Te ne vai appena arrivi
1314	一生一世	Per tutta la vita
1799	一起走走	Andiamo insieme
246	饿死了	Muoio di fame
258	爱我吧	Amami
338	想想吧	Pensaci un po'
360	想念你	Mi manchi
38	三八	Pettegola
4242	是啊是啊	È così
476	死机了	Computer morto
517	我要吃	Voglio mangiare
520	我爱你	Ti amo

530	我想你	Ti penso
56	无聊	Infastidito
5776	我出去了	Esco
616	遛一遛	Facciamo una passeggiata
666	溜溜溜	Vai alla grande!
668	聊聊吧	Chiacchieriamo un po'
721	亲爱的	Caro/a
7456	气死我了	Sono arrabbiato nero
748	去死吧	Vai al diavolo!
7998	去走走吧	Vai a quel paese!
812	不要来	Non voglio venire
818	抱一抱	Abbracciamoci
837	别生气	Non arrabbiarti!
8484	不是不是	Non è così
87	白痴	Idiota
886	拜拜了	Ciao ciao!
918	加油吧	Forza!
9482	就是不来	Semplicemente non vengo
9494	就是就是	È proprio così
987	对不起	Scusa
9958	救救我吧	Aiutami

La tendenza dei giovani è quella di abbinare sigle e sequenze numeriche alla tipica scrittura cinese per formare delle frasi comunemente utilizzate nella messaggistica e sui social:

昨天晚上，我的 GG 带着他的恐龙 GF 到我家来吃饭，饭桌上，GG 的 GF 一个劲地向我妈妈 PMP，那酱紫真是好 BT，7456，我只吃了几口饭，就到 QQ 上打铁去了。

31

Ieri sera, mio fratello maggiore ha portato a casa per cena quel mostro della sua ragazza. A tavola, la ragazza di mio fratello ha leccato il culo a mia madre, è davvero un comportamento strano, mi dà fastidio. Ho mangiato solamente qualche boccone per poi andare su QQ a scrivere un post.

Due neologismi presenti in questo piccolo periodo sono *jiàngzǐ* 酱紫 e *dǎtiě* 打铁. Il primo significa “in questo modo” ed è il risultato dell’unione fonetica delle tre sillabe che compongono *zhèyàngzi* 这样子 (in questo modo) in due; esiste anche un suo simile creato dall’unione in due sillabe delle tre componenti l’espressione *nàyàngzi* 那样子 (in quel modo), che diventa *niàngzǐ* 酿紫. Il secondo è un neologismo ottenuto tramite l’accostamento e l’associazione dei morfemi *dǎ* 打 (battere) e *tiě* 铁 (ferro), andando a indicare l’azione di battitura dei tasti sulla tastiera del computer per poter scrivere e pubblicare post sui social.

Tipica di questo periodo è anche la creazione di caratteri tramite l’unione di due o più caratteri. I più conosciuti sono *duang* e *qiou*.

Duang nasce con Jackie Chan dopo aver girato uno spot pubblicitario per lo shampoo Bawang e, anche se “inventato” nel 2004, diventa virale nel 2015 e continua la sua popolarità sui social ancora oggi per indicare qualcosa di fantastico, ottimo e/o spassoso. *Duang* diventa virale a causa di un falso spot pubblicitario con protagonista Jackie Chan, falso in quanto *remake* del precedente e girato in seguito allo scandalo in cui l’azienda Bawang si ritrova coinvolta (2010) per l’aggiunta di prodotti cancerogeni nei suoi prodotti. Nello spot pubblicitario, *duang* viene usato come suono onomatopeico per indicare l’effetto quasi magico che lo shampoo ha sui capelli. I *netizen* hanno successivamente creato un carattere per *duang* tramite l’unione di *chéng* 成 e *lóng* 龙, i quali corrispondono al nome cinese di Jackie Chan.

³¹ Cfr. Gao, 2008: 373, cit. in BULFONI, Clara (2010a), “Il cinese della Computer-Mediated Communication”, in *Media in Cina oggi: testimonianze e orientamenti*, Franco Angeli, pp. 93-107

Fig. 5: Carattere *duang*

盛

Come il carattere *duang*, *qiou* non è ancora stato inserito nel dizionario ed è formato dall'unione dei caratteri *qióng* 穷 (povero), *chǒu* 丑 (brutto) e *tǔ* 土 (terra) con il significato complessivo – e “letterale” – di “povero e brutto come la terra”. Spesso è utilizzato nell'espressione *wǒ qiou* “我 qiou”, per esprimere una sensazione di abbattimento e insoddisfazione³².

Fig. 6: Carattere *qiou*³³



³² CINA in ITALIA 世界中国, https://cinainitalia.com/2019/03/25/cinesi-in-chat-lo-slang-dei-messaggi/#1_neologismi [consultato il 29/05/2020]

³³ *ibid.*

Fig. 7: Carattere *qiou* in rete e sua spiegazione (1)³⁴



Fig. 8: Carattere *qiou* in rete e sua spiegazione (2)³⁵



³⁴ Screenshots ottenuti dalla piattaforma Weibo (www.weibo.com) [consultato in data 06/06/2020]

³⁵ *ibid.*

Fig. 9: Carattere *qiou* in rete e sua spiegazione (3)³⁶



Questo fenomeno sociale ha indubbiamente diviso i linguisti, se da alcuni viene visto come un'esigenza sociale di comunicazione veloce e semplice tipica del mondo elettronico la quale si adatta – senza ombra di dubbio – alle nuove condizioni culturali e sociali dei giovani, per altri è visto come la distruzione della lingua cinese, la quale procura non solo un danno linguistico ma anche culturale. La lingua cinese nella sua forma grafemica è considerata da sempre collante dell'unità nazionale e i molti usi sgrammaticati compromettono la purezza e il fascino della lingua stessa. Infatti, tipica del CIL è la scorrettezza morfo-sintattica dovuta a una collocazione degli elementi nella frase non rispettando le regole sintattiche e/o a uno sconvolgimento della funzione grammaticale dei singoli elementi. Il primo caso può essere visto nella frase “Leggo libri in biblioteca”: la costruzione corretta è *wǒ zài túshūguǎn kàn shū* 我在图书馆看书, mentre in CIL viene può diventare *wǒ kàn shū zài túshūguǎn* 我看书在图书馆 (Bulfony, 2010b: 540-541). Il secondo caso, invece, si può notare col cambio di funzione grammaticale che ha subito la parola *bǎobèi* 宝贝 (tesoro): è un sostantivo – poiché indica ciò di concreto intendiamo per “tesoro”, come un bottino, l'obiettivo finale nella caccia al tesoro, ecc. – ma nel CIL viene utilizzato nella funzione di aggettivo, come nella frase *tā shì fēicháng bǎobèi* 她是非常宝贝 (“Lei è un tesoro”). Questa frase è doppiamente

³⁶ *ibid.*

sbagliata: *bǎobèi* 宝贝 viene utilizzato come aggettivo e, in più, prima dell'avverbio *fēicháng* 非常 – utilizzato per costruire un predicato aggettivale – troviamo il verbo *shì* 是 (essere). Perciò, il linguaggio informatico adottato dai giovani può risultare ostico e difficile agli occhi degli utenti anziani e/o saltuari, con la possibilità di causare anche gravi incomprensioni.

2.4. Neologismi creati tramite affissi: i casi di 微~ e ~族

Secondo quanto appreso durante il percorso di studi, la lingua cinese può essere definita una lingua creativa. Con l'aggettivo “creativa” si intende la potenzialità della lingua cinese a creare parole nuove in continuazione, grazie alla combinazione di due o più morfemi e/o caratteri tra di loro. Un elemento molto importante per effettuare questa creazione sono gli affissi (*cízhùì* 词缀). Gli affissi possono essere divisi in due categorie principali, ovvero i prefissi (*qiánzhùì* 前缀) e i suffissi (*hòuzhùì* 后缀)³⁷. Tra i prefissi più utilizzati, Jia (2019: 66) cita *chāo* 超 (super), *duō* 多 (numeroso), *fǎn* 反 (opposto, riflettere, girare), *cì* 次 (volta), *fàn* 泛 (spargere, esteso, generale), *lèi* 类 (classe, tipologia, categoria), *bàn* 半 (metà), *qián* 前 (prima), *ruǎn* 软 (soffice, debole, povero), *fēi* 非 (non), *gāo* 高 (alto), *zhǔn* 准 (standard, criterio) e *yà* 亚 (inferiore, secondo). Mentre tra i suffissi più frequenti, sempre secondo Jia (2019: 66), troviamo *xué* 学 (studiare, studio), *jiè* 界 (regno, scopo), *tǐ* 体 (parte, sostanza, stile, forma), *yuán* 员 (membro), *rén* 人 (persona), *zhě* 者 (persona, con significato di *de rén* 的人), *lǜ* 率 (tasso, proporzione), *zú* 族 (etnia, popolo, gruppo), *jiā* 家 (casa, famiglia), *mín* 民 (popolo), *huà* 化 (lett. chimica, conversione; come suffisso copre la funzione di nominalizzazione), *tán* 坛 (altare, piattaforma), *fǎ* 法 (legge), *lì* 力 (forza), *wù* 物 (oggetto, mondo esterno, creatura), *zhì* 质 (natura, qualità), *qì* 气 (gas, aria, respiro), *pǐn* 品 (prodotto), *bié* 别 (differenza, categoria), *dù* 度 (grado), *xìng* 性 (lett. natura, disposizione; come suffisso indica una caratteristica o qualità), *xíng* 型 (modello, tipo), *guān* 观 (vista, concetto, apparenza), *zhǒng* 种 (specie,

³⁷ Esiste anche una terza categoria, ovvero gli infissi (*zhōngzhùì* 中缀)

divisione, seme, tipo) e – anche se già utilizzato come prefisso – *lèi* 类 (classe, tipologia, categoria; come nel caso di *rénlèi* 人类 umanità).³⁸

La maggior parte delle nuove parole prodotto nel nostro millennio segue la struttura tramite affisso: l'affisso, grazie alla sua flessibilità e potenzialità di adattarsi insieme ad altre parole, risulta sempre più utile nella composizione di neologismi seguendo la medesima struttura, collocandosi all'inizio (*hòukōngxíng* 后空型), alla fine (*qiánkōngxíng* 前空型) o al centro (*zhōngkōngxíng* 中空型) della parola nuova.

Il prefisso *wēi* 微 (micro) è diventato molto utilizzato nella produzione di neologismi dopo la sua diffusione grazie allo sviluppo del Web 2.0. Viene utilizzato per produrre numerose parole appartenenti alla categoria “微 xx”. Generalmente, al prefisso *wēi* 微 vengono accostati altri due caratteri cinesi, talvolta anche uno: è, per esempio, il caso di *wēibókè* 微博客 (microblog), con la variante *wēibó* 微博 per indicare uno dei social network più diffusi in Cina, ovvero Weibo. Sebbene sia stato categorizzato come prefisso, più precisamente viene definito “prefisso di categoria” (*lèiqiánzhuì* 类前缀), andando a comporre il neologismo con la seguente struttura: prefisso di categoria + radice (*cígēn* 词根) (Ma, 2015: 92).

Nello *Xiàndài Hànyǔ Cídiǎn* 现代汉语词典, *wēi* 微 ha sei diversi significati:

(1) 细小, 轻微。例如微风, 谨小慎微。(2) (某些计量单位的) 百万分之一, 如微米, 微安。(3) 衰落, 衰微。(4) 微贱。如卑微, 人微言轻。(5) 精深奥妙。如微妙, 微言大义。(6) (副词) 稍微; 略微。如微感不适, 面色微红。(Ma, 2015: 91)

(1) minuscolo, leggero. Esempi: brezza, “eccessivamente prudente”. (2) Un milionesimo (di alcune unità di misura). Esempi: micron, microampere. (3) Essere in declino, indebolirsi. (4) Umile. Esempi: umile, “le opinioni dei sottoposti contano poco”. (5) Profondo e nascosto. Esempi: delicato, “parole dimesse ma dal profondo significato”. (6) (*avv.*) Un po', appena. Esempi: leggermente indisposto, “avere un bel colorito (di pelle)”.

Il neologismo può avere tra differenti composizioni (Li, 2015: 31):

- 微 + aggettivo: *wēishíshàng* 微时尚 (micro-fashion);
- 微 + verbo: *wēizhīfù* 微支付 (micro-pagamento);

³⁸ A ciascun prefisso e suffisso è stata data una traduzione letterale, a causa della criticità nell'attribuire a ciascuno di essi una resa in italiano adeguata, spesso variabile di caso in caso

- 微 + sostantivo: *wēibiǎoqíng* 微表情 (micro-espressione)

Indipendentemente dalla sua struttura, ogni neologismo “微 xx” può fungere da sostantivo, predicato, aggettivo o complemento all’interno di una frase, utilizzando anche diverse strutture come *yīxià(r)* 一下(儿) (*wēilǚxíng yīxià* 微旅行一下, facciamoci un piccolo viaggio).

Un secondo esempio è identificabile con tutti i neologismi appartenenti alla categoria “xx 族”. Il morfema *zú* 族 (etnia, gruppo, famiglia) viene utilizzato come suffisso ed è molto versatile, in quanto riesce ad essere utilizzato con molti morfemi diversi, creando parole con le quattro caratteristiche principali. Innanzitutto adatte allo slogan giovanile: siccome la lingua cinese è molto conservatrice, sebbene avanzando con gli anni le parole di nuova creazione riescono molto facilmente a permeare nel suolo linguistico cinese attraverso i media, le fasce della popolazione più anziana difficilmente ne vengono a conoscenza e, se si imbattono in questa tipologia di lessico, con molta probabilità non ne conoscono il significato. Essendo il morfema *zú* 族 versatile e capace di creare parole adatte al linguaggio giovanile, altre due caratteristiche peculiari di queste espressioni sono l’ironia che si cela dietro al loro significato e la vasta gamma di applicazioni che ogni singolo neologismo può avere in qualsiasi tipo di linguaggio, che sia giornalistico, politico o televisivo. Infine, ma non per questo meno importante, queste espressioni rappresentano in modo chiaro e semplice gli sviluppi e i cambiamenti sociali che la Cina e la società continuano a subire ogni giorno (Wang, 2019: 107).

Tab. 3: Esempi di composti con suffisso *zú* 族³⁹

Composti con suffisso 族		
中文	Pinyin	Italiano
啃老族	Kěnlǎozú	Mammoni
月光族	Yuèguāngzú	Spendaccioni
宅族 ⁴⁰	Zhái zú	Nerd
哈日族	Hārì zú	Fan di anime giapponesi

³⁹ Esempi tratti da BAREATO, Sofia (2018), *La derivazione in cinese: uno studio su corpora dei formanti 族 zú e 党 dǎng*, Università Ca' Foscari, Venezia.

⁴⁰ Esistono due possibili varianti: *zháiyīzú* 宅一族 e *yùzháizú* 御宅族

朋克族	Péngkèzú	Punk
爱券族	Àiquànzú	Amanti dei coupon
动网族	Dòngwǎngzú	Dipendenti dalla rete mobile
网购族	Wǎnggòuzú	E-commerce dipendenti
白领族	Báilǐngzú	Colletti bianchi
丁克族 ⁴¹	Dīngkèzú	Giovani coppie senza figli
草莓族	Cǎoméizú	Giovani freschi di studi
候鸟族	Hòuniǎozú	Pendolari
食男族	Shínnánzú	Femmes fatales
游族	Yóuzú	Gamers

2.5. 打 call e hold 住: quando il cinese incontra l'inglese

A seguito della globalizzazione – non solo della Cina con le politiche di riforme e apertura le quali hanno aperto il Paese agli orizzonti internazionali – tutto il mondo ha dovuto seguire un percorso di adattamento alle nuove dinamiche mondiali, accettando il dominio della lingua inglese, ancora oggi considerata lingua franca e veicolare per tutto ciò che riguarda le comunicazioni internazionali. Col tempo, la lingua inglese non ha solamente invaso l'Internet e le nuove tecnologie, ma anche i vari ambiti della vita quotidiana delle persone: se questo fenomeno è percepito in Occidente, possiamo affermare lo stesso per questo riguarda sia l'Oriente in generale che la Cina nello specifico, sebbene con un'intensità maggiore a causa dell'enorme gap linguistico che intercorre tra l'inglese e una lingua non semplicemente asiatica ma anche, come già citato nella prefazione del precedente capitolo, isolante: la sua integrità è rimasta tale per più di cinquemila anni mentre, al contrario, le lingue ad alfabeto latino hanno subito una maggiore influenza. La lingua inglese è emersa nel cinese molto rapidamente, con una media di circa mille parole nuove annuali introdotte tanto che, nel 2010, il governo ha promosso una politica volta a proibire l'utilizzo pubblico dell'inglese per evitare una

⁴¹ Adattamento fonetico della sigla inglese DINK (*Dual Income No Kids*)

snaturalizzazione del cinese, causandone una perdita della sua purezza e unicità (Bi, 2011: 60). Sono state bandite sui principali media ufficiali, tra cui giornali e periodici (ma anche libri e siti web), molte parole straniere – per prevalenza inglese – e acronimi i quali, stando a quanto riportato dal *Quotidiano del popolo* (il maggiore giornale cinese) danneggiano gravemente la purezza della lingua cinese e rischiano di intaccare l’ambiente culturale e l’armonia sociale⁴².

Uno dei fenomeni favorito dall’introduzione da una lingua come l’inglese è il *code mixing*. Il *code mixing* viene identificato come l’azione, nella fase di apprendimento di una lingua straniera, di inserire parole della loro lingua nativa in un discorso affrontato nella seconda lingua a causa della loro non conoscenza di alcuni vocaboli. Non è da confondere con il *code switching*, ovvero la capacità posseduta da persone bilingue – o che parlano bene almeno due lingue – di cambiare la lingua utilizzata nel discorso per esprimere concetti complessi e articolati, spesso a fronte di una criticità nell’esprimere lo stesso concetto nella lingua A piuttosto che nella lingua B⁴³. Il *code mixing* viene utilizzato specialmente dai giovani online, i quali prediligono i blog a causa della difficoltà, da parte del governo, di riuscire a controllarli e manipolarli attraverso il sistema di censura. I motivi per i quali si ricorre a questa strategia comunicativa sono la potenzialità di questo linguaggio ad attirare un più largo pubblico (con conseguente attenzione, data dalla modernità nella scrittura) e a facilitare l’espressione di un concetto e/o un’idea. Indubbiamente non mancano degli svantaggi, tra cui la “contaminazione” del cinese, possibili confusioni e incomprensioni che potrebbero insorgere fra gli utenti e la creazione di espressioni – sia cinesi che inglesi – non tipicamente riconducibili al linguaggio standard (Bi, 2011: 61-64).

Molto utilizzata è la tecnica definita in cinese col termine *hùndā* 混搭 (o *hùnhédāpèi* 混合搭配), il quale rappresenta un concetto paragonabile a ciò che, nella società moderna, si intende in ambito ristorativo col termine *fusion* per indicare l’unione tra due o più cucine tipiche di Paesi diversi nello stesso piatto: unione che in ambito linguistico è assai innovativa, data non solo la distanza che intercorre fra due Paesi, ma anche la differenza

⁴² Foreign Policy, *China bans use of English – and Chinglish – in media*, <https://foreignpolicy.com/2010/12/22/china-bans-use-of-english-and-chinglish-in-media/> [consultato in data 15/07/2020]

⁴³ Bilingue per gioco, *Code mixing e code switching*, <https://bilinguepergioco.com/2009/01/18/code-mixing-e-code-switching/> [consultato in data 15/07/2020]

linguistica, sociale e di pensiero. Se inizialmente questo fenomeno soprattutto dovuto alle riforme economiche e al potenziamento degli scambi commerciali anche attraverso Hong Kong e Taiwan si limitava a casi poco numerosi – anche se abbastanza radicati nella lingua cinese – come composti fra parole cinesi o forestierismi (dei quali abbiamo parlato nel paragrafo 1.2.) e lettere latine tra i quali AA 制 (pagare alla romana) e T 恤 (t-shirt), ora – con l’avvento dei social network – ha preso piede nella lingua e nella società creando anche composti fra parole cinesi e sigle o acronimi e/o parole entrambi provenienti dalla lingua inglese (Liu, 2013: 157). Ne sono altri esempi⁴⁴: Q 版 (manga)⁴⁵, E 时代 (era dell’elettronica), 甲 A (campionato calcistico, corrisponde al campionato occidentale di Serie C)⁴⁶, 维 C (vitamina C), BP 机 (identifica una tipologia di suono, in inglese *beeper* o *buzzer*), POS 机 (POS per pagamenti), IP 卡 (protocollo TCP/IP), SIM 卡 (scheda SIM), IC 卡 (carta d’identità), A 股 (azioni ordinarie RMB)⁴⁷, B 股 (azioni speciali RMB)⁴⁸, H 股 (azioni di proprietà statale, *guóqǐgǔ* 国企股)⁴⁹, N 股 (titoli esteri quotati nella Borsa di New York)⁵⁰, 卡拉 OK (karaoke), 移动 PC (computer portatile), IP 电话 (VOIP, *Voice Over Internet Protocol*, *wǎngluò diànhuà* 网络电话)⁵¹, T 型台 (passerella, sfilata; dall’inglese *runway*), AB 制 (indica il gesto di galanteria compiuto dall’uomo quando

⁴⁴ Esempi tratti da LIU, Ying 刘颖 (2013), 试析“中英混搭词”的使用特点及流变——以流行词“Hold 住”为例, in 现代传播, No. 6, pp. 157-158

⁴⁵ Idea esagerata e distorta di manga giapponese, caratterizzato da personaggio con testa e occhi molto grandi (Baidu Baike, Q 版, <https://baike.baidu.com/item/Q%E7%89%88/1732702?fr=aladdin>) [consultato il 01/08/2020]

⁴⁶ Baidu Baike, 中国足球甲级 A 组联赛, <https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E8%B6%B3%E7%90%83%E7%94%B2%E7%BA%A7%E7%BB%84%E8%81%94%E8%B5%9B/8065360?fromtitle=%E7%94%B2A&fromid=23132> [consultato il 01/08/2020]

⁴⁷ Baidu Baike, A 股, <https://baike.baidu.com/item/A%E8%82%A1> [consultato il 01/08/2020]

⁴⁸ Baidu Baike, B 股, <https://baike.baidu.com/item/B%E8%82%A1> [consultato il 01/08/2020]

⁴⁹ Baidu Baike, H 股, <https://baike.baidu.com/item/H%E8%82%A1> [consultato il 01/08/2020]

⁵⁰ Inoltre, quando appare la lettera N davanti a una quota, questa indica una nuova quotazione in quella stessa giornata (Baidu Baike, N 股, <https://baike.baidu.com/item/N%E8%82%A1>) [consultato il 01/08/2020]

⁵¹ Baidu Baike, 网络电话, <https://baike.baidu.com/item/%E7%BD%91%E7%BB%9C%E7%94%B5%E8%AF%9D?fromtitle=IP%E7%94%B5%E8%AF%9D&fromid=417891> [consultato il 01/08/2020]

paga sia per lui stesso che per la donna)⁵², IP 地址 (indirizzo IP), CI 系统 (*Corporate Identity System*), SOS 儿童村 (comunità per bambini orfani)⁵³ e B 超 (scan di ultrasuoni).

Uno degli esempi più recenti di nuovi vocaboli introdotti nella lingua e nati da un incontro tra cinese e inglese è rappresentato da 打 call, apparsa per la prima volta in Cina nel 2017. Come è possibile notare, la parola è formata da due elementi: *dǎ* 打 (giocare; rompere; colpire) e dalla parola inglese *call* (lett. chiamare). 打 call viene “importata” tramite un adattamento linguistico dal giapponese, partendo dall’espressione *kōru suru* コールする che, come riporta Cao (2018: 85) ha quattro possibili significati:

- ① 呼び出し。電話や電信で呼び出すこと。「何度コールしても応答がない」
- ② 宣告すること。大声で告げること。
- ③ 請求すること。要求すること。
- ④ きわめて短期間にやりとりされること。

- ① Chiamare. Chiamare per telefono o telegrafo. “Non importa quante volte io lo **chiami**, non ricevo risposta”
- ② Dichiarare. Dire ad alta voce.
- ③ Fare una richiesta. Richiedere
- ④ Essere sostituiti in breve tempo

In Giappone, il significato più ricorrente è simile al secondo (dichiarare, dire ad alta voce): viene utilizzato da giovani e giovanissimi per acclamare gli *idol* durante concerti o eventi. L’*idol* è una figura molto diffusa nell’estremo Est (Cina, Giappone e Corea), equiparabile a una pop-star occidentale. In Asia, gli *idol* sono per la maggior parte membri di un gruppo, popolari tra i più giovani e che si esibiscono non semplicemente come cantanti, ma anche come ballerini, cantando ed eseguendo specifiche e – molto spesso – complesse coreografie all’unisono. Il fenomeno è nato in Giappone per poi diffondersi sia in Cina che in Corea del Sud, esplodendo in particolar modo in quest’ultima con quello che globalmente viene definito k-pop, ovvero *korean pop*. Il significato di *kōru suru* コ

⁵² Baidu Baike, AB 制, <https://baike.baidu.com/item/AB%E5%88%B6> [consultato il 01/08/2020]

⁵³ Baidu Baike, SOS 儿童村, <https://baike.baidu.com/item/SOS%E5%84%BF%E7%AB%A5%E6%9D%91> [consultato il 01/08/2020]

ールする dato dai giovani è proprio quello di “acclamare”, “esprimere eccitazione e follia per qualcuno”, “applaudire” e/o “fare il tifo” con l’ausilio di un bastoncino luminoso – del quale è possibile cambiare il colore – che viene agitato, col sottofondo di diversi versi urlati dai fan, a ritmo di musica eseguendo particolari coreografie durante i concerti (Cao, 2018: 85).

Un altro esempio, sicuramente meno recente ma non per questo meno utilizzato, è hold 住. Ideato nel 2011 da una studentessa taiwanese appassionata di moda e composto dal verbo inglese *hold* (tenere; afferrare, prendere) e dal verbo cinese *zhù* 住 (vivere, abitare; afferrare, prendere), hold 住 viene utilizzato col significato di “avere tutto sotto controllo”, e grammaticalmente svolge la funzione di complemento risultativo del verbo *hold*. Hold 住 può essere trovato anche sotto forma di complemento potenziale sia positivo (hold 得住) che negativo (hold 不住). L’unione delle due lingue ha inoltre causato una modifica fonetica, la quale ha portato a un adattamento della pronuncia inglese a quella cinese con un processo chiamato *shěngyīn xiànxàng* 省音现象 (lett. fenomeno di elisione o risparmio fonetico) secondo il quale le esplosive (*bàopòyīn* 爆破音) /p/, /b/, /t/, /d/, /k/ e /g/ subito precedenti a parole inizianti con le fricative (*mócāyīn* 摩擦音) /f/, /v/, /s/, /z/ e /h/ o con le affricate (*cāpòyīn* 擦破音) /tʃ/ e /dʒ/ non vengono pronunciate: la pronuncia di hold 住, quindi, non è /həʊld dʒu/ ma /həʊl dʒu/ (Liu, 2013: 157-158).

Nel corso degli anni sono emersi altre espressioni di carattere ibrido le quali vengono prevalentemente usate a Hong Kong, luogo in cui l’internazionalizzazione che il Paese ha subito è ancora più forte a causa dell’importante svincolo commerciale della regione. Tra queste troviamo 摆 pose, composto dal verbo *bǎi* 摆 (mettere, porre, sistemare) e dal sostantivo *pose* (posa). Creato nell’anno 2012, viene molto utilizzato in ambito fotografico da parte del fotografo, con l’intenzione di invitare il soggetto fotografato ad assumere una qualunque posa e a prepararsi per lo scatto⁵⁴. Il termine assume una traduzione più dettagliata e precisa nella lingua inglese con l’espressione *strike a pose* che, oltre all’ambito fotografico, è largamente utilizzata nel contesto LGBTQ+, in quanto nata nel contesto della *ballroom* e ripreso dalla cantante Madonna in una delle sue canzoni, permettendo così all’espressione di diffondersi in tutto il mondo con adattamenti o

⁵⁴ Baidu Baike, 摆 POSE, <https://baike.baidu.com/item/%E6%91%86POSE/8042182?fr=aladdin> [consultato in data 26/07/2020]

mantenendo la sua forma originale. Come riportato da Liu (2013: 157-158) ulteriori esempi sono call 机 (*call* + *jī* 机 macchina, apparecchio elettronico; cercapersone, *xúnhūjī* 寻呼机⁵⁵), call 我 (*call* + *wǒ* 我 io; chiamami), 小 case (*xiǎo* 小 piccolo + *case*; cosa da niente, banalità⁵⁶), 服装 show (sfilata per la presentazione di nuove collezioni, *fúzhuāng biǎoyǎn* 服装表演⁵⁷) e 生日 party (*shēngrì* 生日 compleanno + *party*; festa di compleanno).

Come informazione conclusiva di questa seconda parte, hold 住 è in poco tempo diventato un neologismo che rientra nelle *liúxíngcí* 流行词, le quali verranno approfondite nel prossimo capitolo.

⁵⁵ Baidu Baike, 寻呼机, <https://baike.baidu.com/item/%E5%AF%BB%E5%91%BC%E6%9C%BA?fromtitle=CALL%E6%9C%BA&fromid=11224384> [consultato il 01/08/2020]

⁵⁶ Baidu Baike, 小 case, <https://baike.baidu.com/item/%E5%B0%8Fcase/8333426?fr=aladdin> [consultato in data 26/07/2020]

⁵⁷ Baidu Baike, 服装表演, <https://baike.baidu.com/item/%E6%9C%8D%E8%A3%85%E8%A1%A8%E6%BC%94/9872720> [consultato il 01/08/2020]

CAPITOLO TERZO

***Liuxingci*: il fenomeno mediatico**

3.1. Lineamenti di storia di Internet e social network

3.1.1. Un po' di storia

La storia di Internet comincia alla fine degli anni Cinquanta (1958) negli Stati Uniti d'America grazie alla creazione di un progetto di condivisione delle risorse scientifiche, finanziato da un'agenzia della Difesa, denominato ARPAnet (*Advanced Research Project Agency Network*)⁵⁸, con l'obiettivo di creare un sistema di connessione fra reti capace di resistere persino agli effetti devastanti di una guerra combattuta con armi nucleari; infatti, ci troviamo negli anni della Guerra Fredda, la quale accompagna per diversi anni l'umanità, facendola convivere con la minaccia di un'imminente guerra nucleare. La rete era fortemente decentrata, quindi ogni nodo era in grado di lavorare e funzionare in completa autonomia. Inoltre, è stata progettata per non bloccare il suo funzionamento: a seguito della distruzione di uno dei nodi, il sistema non impediva ai messaggi di arrivare a destinazione, avrebbe subito semplicemente dei rallentamenti e dei ritardi di sistema. L'evento che segnò l'inizio della "rivoluzione delle reti" è datato 29 ottobre 1969, giorno in cui venne scambiato un primo pacchetto di dati tra UCLA (University of California Los Angeles) e SRI (Stanford Research Institute) – due dei nodi scelti dall'ARPAnet insieme a UCSB (University of California Santa Barbara) – grazie a una velocità di connessione di 50 kbps (circa 2700 volte inferiore alla velocità di connessione delle odierne tecnologie)⁵⁹. ARPAnet venne successivamente ceduto dai militari in favore delle università americane creando una fitta rete tanto che il GARR (Gruppo per l'Amministrazione delle Reti di Ricerca) collegò le reti delle università italiane a quelle americane ed europee. A distanza di qualche anno (1974), vennero definiti i protocolli TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*, un sistema di trasmissione di pacchetti tra mittenti e destinatari) e fu grazie a questo evento che, nel 1982, ARPAnet decise di far spazio a ciò che conosciamo come Internet.

⁵⁸ Articolo 21, *Internet, una rivoluzione lunga 50 anni. Il 29 ottobre 1969 vengono collegati i primi due computer della rete Arpanet che oggi tutti conosciamo come la "nonna" di Internet* (2019, di DI CORINTO, Arturo), <https://www.articolo21.org/2019/10/internet-una-rivoluzione-lunga-50-anni-il-29-ottobre-1969-vengono-collegati-i-primi-due-computer-della-rete-arpanet-che-oggi-tutti-conosciamo-come-la-nonna-di-internet/> [consultato il 08/08/2020]

⁵⁹ Il Sole 24 Ore, *I 50 anni di Internet, da Arpanet a un mondo da 4 miliardi di utenti* (2019, di SIMONETTA, Biagio), https://www.ilsole24ore.com/art/internet-compie-50-anni-arpanet-mondo-connesso-AC8GsGv?refresh_ce=1 [consultato il 08/08/2020]

Internet è una grandissima rete e consente diverse azioni: posta elettronica, gruppi di discussione, mailing list, chat line, telnet e FTP (*File Transfer Protocol*, trasferimento file). Internet è definita la “rete delle reti”, infatti è la più grande rete a livello mondiale ed è composta da una serie di connessioni di un elevato numero di reti molto più piccole, siano esse private o pubbliche. La sua struttura rimane come quella dell’antenato ARPAnet, ovvero decentrata. Per permettere però che due o più computer interagiscano tra loro, sono necessari un canale di collegamento, un’interfaccia e un linguaggio comune, ovvero un protocollo (caratterizzato, in questo caso, dal precedentemente menzionato TCP/IP). Un’ulteriore rivoluzione in questo ambito è stata la creazione del World Wide Web (oppure W3, conosciuto meglio come WWW) in data 1989 a Ginevra, nei laboratori del CERN (Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire)⁶⁰; consiste in un potentissimo mezzo di diffusione delle informazioni e consente di connettersi a differenti siti per attingere a una quantità enorme di informazioni.

Se Internet in Occidente arriva agli inizi degli anni Ottanta, in Cina bisognerà aspettare ancora qualche anno per l’avvenimento emblematico che segnò uno stravolgimento nel Paese: stiamo parlando, come già anticipato nel paragrafo 2.3., della frase *Yuèguò Chángchéng, zǒuxiàng shìjiè* 越过长城，走向世界 (“Attraverso la Grande Muraglia possiamo raggiungere ogni parte del mondo”), ovvero il primo messaggio inviato fuori dal territorio statale cinese in data 14 settembre 1987. A seguito di questo primo messaggio inviato oltre i confini, i primi esperimenti di trasmissione internet ebbero inizio appena una settimana dopo, con il progetto CANET (*China Academic Network*) promosso dall’Istituto di Ricerca Applicata del Computer di Pechino in collaborazione con un’università tedesca, la Karlsruhe, perseguendo l’obiettivo di sviluppo di un’infrastruttura di trasmissione dati per scopi scientifici. Nel 1990 i centri cinesi di ricerca vennero collegati alla rete e, solo nel 1994, la rete Internet cinese venne collegata a quella internazionale.

⁶⁰ Il Sole 24 Ore, *I 50 anni di Internet, da Arpanet a un mondo da 4 miliardi di utenti* (2019, di SIMONETTA, Biagio), https://www.ilsole24ore.com/art/internet-compie-50-anni-arpanet-mondo-connesso-AC8GsGv?refresh_ce=1 [consultato il 08/08/2020]

3.1.2. Social network: dal Web 1.0 al Web 2.0

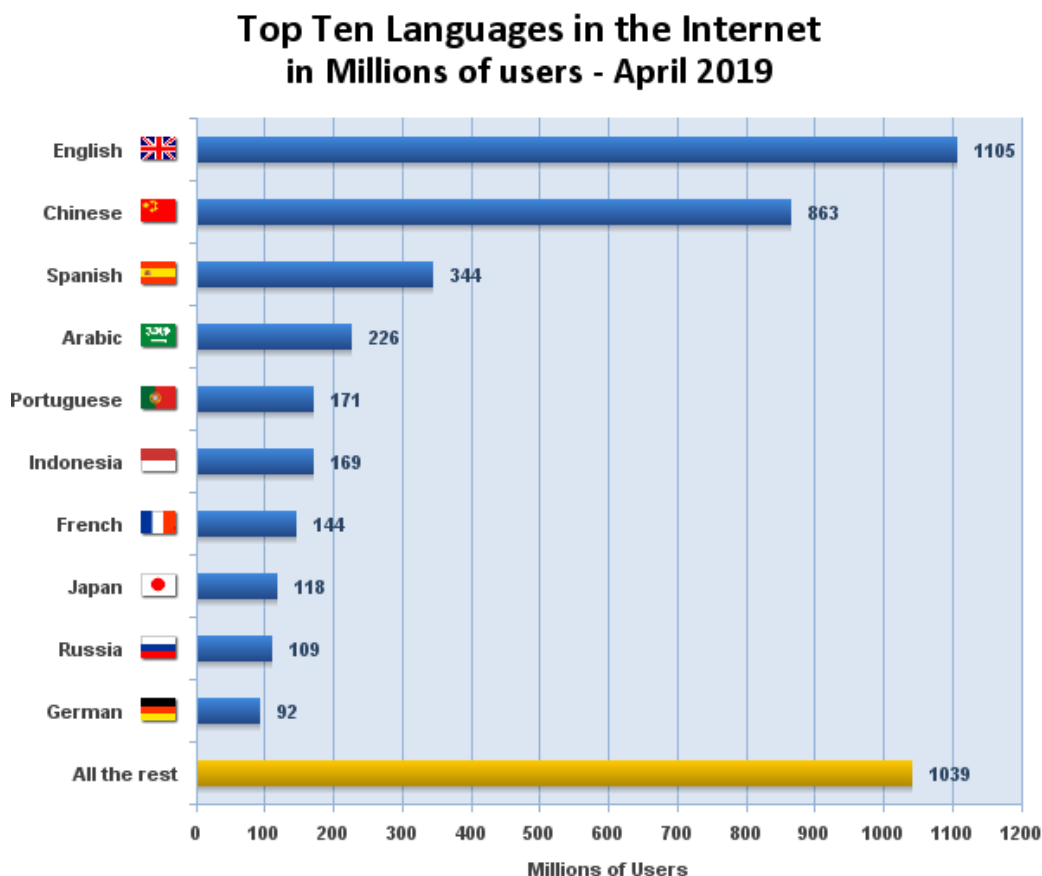
Con la creazione del World Wide Web da parte di Tim-Berners Lee, nel 1989 nasce la prima generazione del WWW, il Web 1.0, il quale viene definito dallo stesso Lee “*read-only*” Web (Choudhury, 2014: 8096), all’interno del quale si potevano solamente reperire informazioni e leggerle, senza interagire con sito – il quale ricopre un ruolo totalmente passivo in Internet – lasciando dei like, commenti o risposte in merito (Nath; Dhar & Basishtha, 2014: 86). Nel Web 1.0 i protagonisti erano rappresentati da un numero molto ristretto di scrittori, i quali scrivevano pagine web fruibili a un gran numero di lettori, con lo scopo di avere una presenza online del sito e di permettere a chiunque di avere accesso a numerose informazioni in qualsiasi momento (Shivalingaiah & Naik, 2008: 500) andando a creare, come afferma Choudhury (2014: 8096), uno spazio di informazione:

«It is an information space in which the items of interest referred to as resources are identified by global identifier called Uniform Resources Identifiers (URIs)»

Nel Web 1.0, tutti i siti erano puramente testuali a causa di motivi sia tecnici che di trasmissione dei dati caratterizzati da tempi più lunghi di quelli di oggi, definendo la lentezza una delle principali caratteristiche di questa prima fase vista, però, dai giorni nostri. La parte innovativa di questa “generazione web” sta nella nascita di alcuni protocolli utili alla creazione e allo sviluppo delle pagine consultabili sul web, come HTML (*Hyper Text Mark-up Language*, ovvero un linguaggio in codice che andrà a definire, per esempio, il font, la grandezza e il colore dei caratteri che appaiono sul sito, eccetera), HTTP (*Hyper Text Transfer Protocol*, ovvero il protocollo di accesso alle informazioni) e URI (*Uniform Resource Identifier*, ovvero una sequenza di caratteri per identificare in modo univoco un certo tipo di risorsa, come un documento, un’immagine o un indirizzo web, comunemente chiamato anche URL o *Uniform Resource Locator*): le suddette pagine sono statiche e viene utilizzato un HTML molto semplice. Questa versione del web era linguisticamente limitata; i primi siti web erano interamente in lingua inglese – lingua predominante anche oggi poiché priva di accenti (si veda Fig. 10) – in quanto lingua veicolare. Ogni Paese, però, possedeva il proprio sistema operativo nella propria lingua, quindi non tutto veniva correttamente letto (basti pensare alle sillabe

asiatiche appartenenti alla famiglia CJK⁶¹, accessibili a tutti solo in un secondo momento, dopo l'arrivo delle lingue con alfabeto latino e non latino come il cirillico).

Fig. 10: Le 10 lingue più parlate su Internet nel 2019⁶²



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats7.htm
Estimated total Internet users are 4,386,485,541 in April 30, 2019
Copyright © 2019, Miniwatts Marketing Group

La fase del Web 1.0 rimane fino al 2005. Successivamente inizia l'era del Web 2.0, termine coniato da Tim O'Reilly già nel 2004 (Prati, 2007: 9) durante una sessione di brainstorming tenutasi durante una conferenza fra quest'ultimo e MediaLive International (Solanki & Dongaonkar, 2016: 75). Il Web 2.0 è stato definito da Dale Dougherty come "read-write" web (Choudhury, 2014: 8097). In base a quanto dichiarato da O'Reilly (2006), il Web 2.0 è la rivoluzione dell'industria tecnologica e un tentativo di comprendere la chiave del successo di Internet:

⁶¹ Chinese – Japanese – Korean

⁶² Internet World Stats, <https://www.internetworldstats.com/stats7.htm> [consultato il 10/08/2020]

«Web 2.0 is the business revolution in the computer industry caused by the move to the internet as platform, and an attempt to understand the rules for success on that new platform. Chief among those rules is this: build applications that harness network effects to get better the more people use them»⁶³

Una delle caratteristiche del Web 2.0 è data dal fatto che ora non si ha più un rapporto distaccato tra produttore (chi scrive) e consumatore (chi legge), in quanto produttore e consumatore in questa generazione coincidono: ora il lettore può scrivere, modificare e aggiornare i contenuti online (Nath; Dhar & Basishta, 2014: 87), contribuendo in modo partecipativo allo sviluppo dei siti web; per questo, si parla di *participative web* (Solanki & Dongaonkar, 2016: 75). Infatti, come ha dichiarato Stephen Fry:

«[Web 2.0 is] an idea in people's heads rather than a reality. It's actually an idea that the reciprocity between the user and the provider is what's emphasized. In other words, genuine interactivity [...] simply because people can upload as well as download »⁶⁴

Il termine “Web 2.0” viene collegato anche all'utilizzo di applicazioni web che, appunto, permettono una facile interazione fra utenti e/o di canali per condividere informazioni e comunicare in tempo reale. Tra questi troviamo blog, podcast, chat, e-commerce, e-learning, Wiki, forum, e-mail, giochi, Calendar, portali, RSS (*Reality Simple Syndication*), mapping e molti altri (Hassan; Sarhan & El-Dosouki, 2012, cit. in Hiremath & Kanchakkanavar, 2016: 708). Ora il focus di internet è sulla persona, intesa come collettività, partecipazione e collaborazione sono facilitate, creando così in modo più favorevole una sfera informale del web, satura di “relazioni tecnologiche” fra i diversi utenti i quali, con più interazione e meno controllo, contribuiscono sempre più a una formazione più articolata del web, soprattutto in fattori di web design, creatività e aggiornamenti (Choudhury, 2014: 8097).

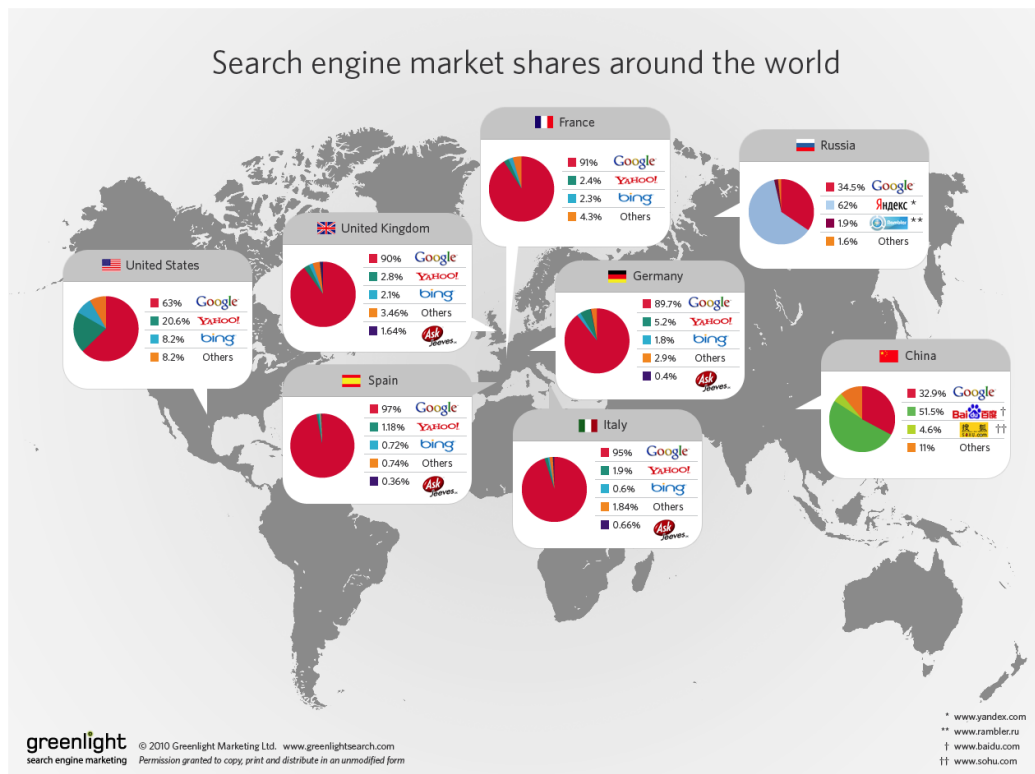
Mentre il passaggio da Web 1.0 a Web 2.0 continua, prendono piede nel business industriale i motori di ricerca. I primi nascono negli anni Novanta, sono dei sistemi *client-server* che permettono, tramite il prevalente utilizzo di parole chiave, di catalogare un insieme di pagine web e dati per poi fornire un elenco dei risultati disponibili sul web. In

⁶³ CHOUDHURY, Nupur (2014), “World wide web and its journey from web 1.0 to web 4.0” in *International Journal of Computer Science and Information Technologies*, p. 8097.

⁶⁴ SHIVALINGAIAH, D. & NAIK, Umesha (2008), “Comparative Study of web 1.0, web 2.0 and web 3.0” in *International CALIBER*, p. 500

generale, i motori di ricerca più utilizzati a livello globale sono Google (motore di ricerca per eccellenza, nato il 27 settembre 1998, ma l'azienda viene fondata – a Menlo Park, California – il 4 settembre 1998)⁶⁵, Altavista, Yahoo, Virgilio e Arianna. Tra i più utilizzati troviamo anche Baidu, sbarcato in Cina.

Fig. 11: Motori di ricerca più utilizzati⁶⁶



Punto fondamentale per introdurre e capire l'argomento trattato in questo capitolo è rappresentato dai social network, i quali sono stati e sono tutt'ora uno dei maggiori fattori principali per il successo di Internet nel mondo ma anche e soprattutto in Cina, insieme agli investimenti su tecnologie più veloci e influenti come il 4G e il 5G, il crescente benessere legato allo sviluppo economico (infatti le persone sentono sempre più la necessità di mettersi in pari con le ultime tecnologie) e la sempre più elevata attenzione del governo nella diffusione dell'infrastruttura su tutto il territorio nazionale creando

⁶⁵ Biografie online, *Google, biografia*, <https://biografieonline.it/biografia-google> [consultato il 11/08/2020]

⁶⁶ Search Advertising, digital marketing magazine, *Google N°1 Nelle Ricerche: Ma È Dappertutto Così?* <https://www.searchadvertising.it/2016/04/google-n-1-nelle-ricerca-dappertutto-cosi/> [consultato il 11/08/2020]

centri di connessione, come internet point e spot. Infatti, secondo il XXXVI rapporto sullo sviluppo di Internet in Cina, a giugno 2015 Internet in Cina ha raggiunto i 668 milioni di utenti (oggi circa 800 milioni) con un incremento di 18,94 milioni di nuovi utenti in un semestre, aumentando così di 0,9 punti percentuali la penetrazione del web rispetto all'anno precedente (48,8% a fronte del 47,9% del 2014, vedi Fig. 12); la fascia di età principale si conferma quella compresa fra 20 e 29 anni (31,4%, Fig. 13) e la categoria predominante è quella degli studenti (24,6%, Fig. 14) (He; Wang; Ye; Tan; Hu, 2017: 26)⁶⁷.

Fig. 12: Utenti e penetrazione di Internet in Cina (2011-2015)

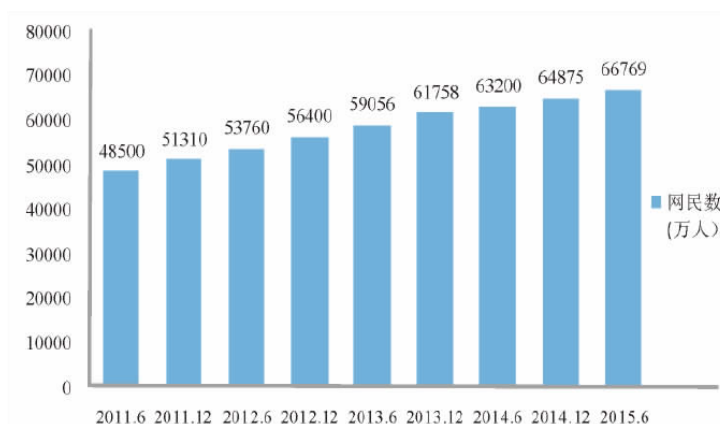
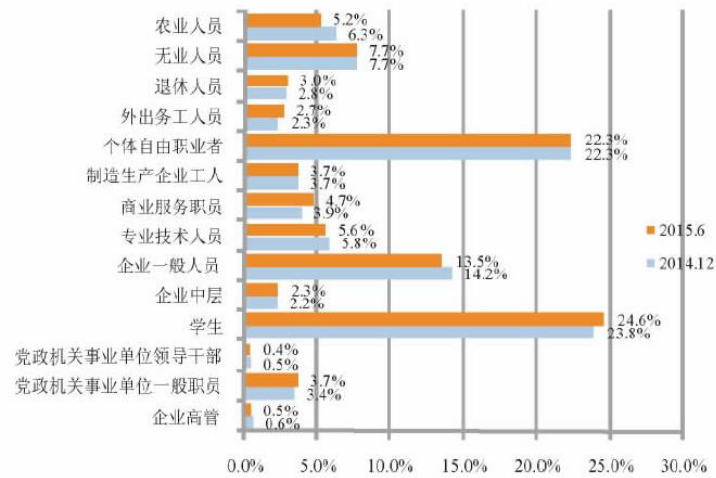


Fig. 13: Età degli utenti di Internet in Cina (2014-2015)



⁶⁷ Grafici tratti da He; Wang, Ye, Tan & Hu (2017: 26)

Fig. 14: Professione degli utenti di Internet in Cina (2014-2015)



La storia dei social network nasce diversi anni prima dell'apparizione di Internet con la *Social Network Analysis* negli anni Cinquanta, sebbene siano studi che si riferiscono ad ulteriori studi che fondano le loro radici tra la fine del XVIII e l'inizio del XIX secolo (Massarotto, 2011). Come definisce Massarotto (2011), la rete sociale è “un gruppo di persone connesse tra di loro attraverso legami di varia natura”. Con l'arrivo e lo sviluppo di Internet esplose, negli anni 2000, il fenomeno dei social network con la nascita delle prime piattaforme con l'obiettivo di connettere più persone, andando a formare un'ampia rete sociale online: tra questi troviamo MySpace e Linked-in nel 2003, Facebook nel 2004 e YouTube nel 2005.

Fig. 15: Social network più utilizzati nei vari Paesi (prima posizione)⁶⁸

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

January 2019

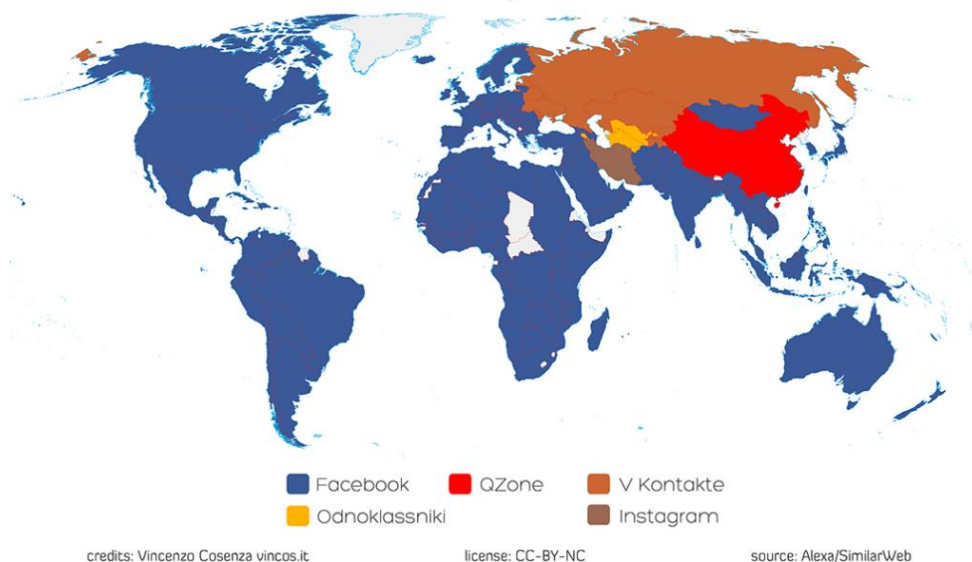
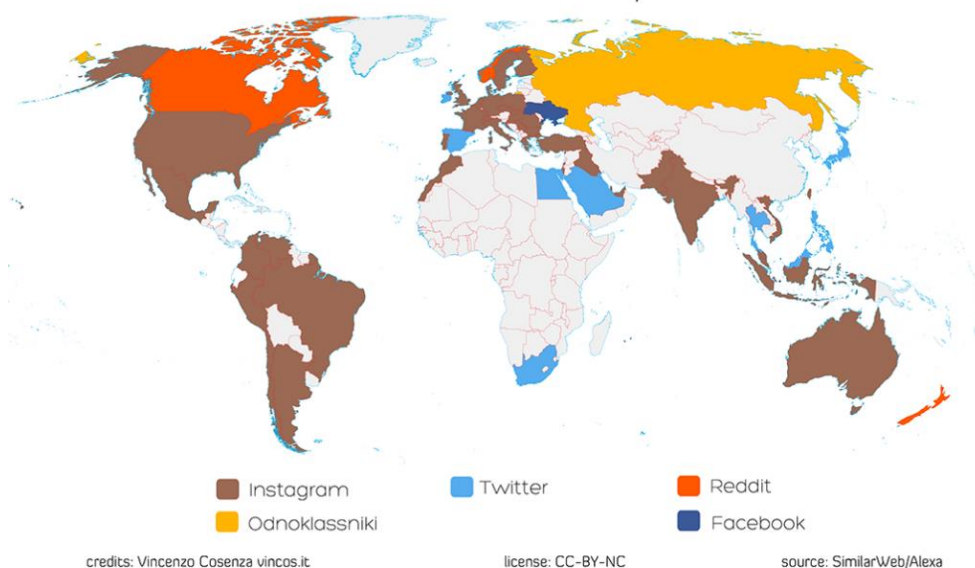


Fig. 16: Social network più utilizzati nei vari Paesi (seconda posizione)⁶⁹

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

Ranked 2nd - January 2019



⁶⁸ Vincos Blog, *La mappa dei social network nel mondo – gennaio 2019* <https://vincos.it/2019/02/18/la-mappa-dei-social-network-nel-mondo-gennaio-2019/> [consultato il 11/08/2020]

⁶⁹ Vincos Blog, *La mappa dei social network nel mondo – gennaio 2019* <https://vincos.it/2019/02/18/la-mappa-dei-social-network-nel-mondo-gennaio-2019/> [consultato il 11/08/2020]

Oltre a QZone, in Cina sono presenti altri colossi nel mondo del *social networking*: stiamo parlando di Sina Weibo e WeChat.

Sina Weibo (*Xīnlàng Wēibó* 新浪微博) subentra nella scena cinese nel 2009, a seguito di un blocco eseguito dal governo cinese su altre piattaforme. È stato fondato nel mese di agosto da *Sina Corporation*, una società che ha acconsentito, come scritto da Manzini (2015) al controllo da parte delle autorità governative cinesi. Ha un tasso di iscrizione che supera il 50% della popolazione di Internet in Cina e si pone fra i nostri Facebook e Twitter (censurati in Cina): si tratta di un sito di *microblogging* dove gli utenti, previa registrazione e creazione di un profilo come prassi su ogni social network, possono condividere testi scritti, immagini, video e altro ancora, ma con un limite di 140 caratteri per post (Manzini, 2015: 79). Copra le stesse funzionalità dei due social occidentali sopra citati, come il *tag* tramite @ e l'utilizzo di *hashtag* tramite #. Gli utenti parlano di tutto sulla piattaforma, includendo argomenti che spaziano dalla satira fino a tematiche sociali anche abbastanza delicate, con particolare attenzione a quella ambientale (surriscaldamento globale e inquinamento dell'aria).

WeChat (*Wēixìn* 微信) è una grande piattaforma di servizi digitali sviluppata e lanciata nel 2011 dal colosso Tencent Holding Limited (*Téngxùn* 腾讯 o *Téngxùn Yǒuxiàn Gōngsī* 腾讯有限公司), azienda fondata a Shenzhen nel 1998, famosa per aver lanciato anche l'app di messaggistica (sia e-mail che istantanea) QQ⁷⁰, la quale conta mensilmente circa 830 milioni di utenti attivi (Manzini, 2015: 90). L'applicazione, inizialmente simile a WhatsApp, ha raggiunto i 100 milioni di utenti solo in un anno (quantità raggiunta da Facebook e Twitter in ben cinque anni), fino ad arrivare a oltre un miliardo di utenti attuali – un numero enorme se si pensa che la popolazione di Internet in Cina è composta da circa 800 milioni di utenti – grazie alla diffusione di WeChat nel mondo e la sua disponibilità in 18 lingue differenti⁷¹. La sua popolarità è stata dovuta anche una nuova funzionalità che fino allora non era presente nelle applicazioni, ovvero la possibilità di entrare in contatto con perfetti sconosciuti (nello specifico per WeChat attraverso la funzione *shake*, che permette di venire collegati alle persone che scuotono il telefono

⁷⁰ Tencent 腾讯 <https://www.tencent.com/en-us/index.html> [ultimo accesso: 12/08/2020]

⁷¹ Il Manifesto, *We Chat e l'idea cinese*, <https://ilmanifesto.it/we-chat-e-idea-cinese/> [consultato il 12/08/2020]

nello stesso momento in cui lo fai anche tu)⁷². Nel corso degli anni, l'applicazione si è evoluta sviluppando numerose funzioni aggiuntive, quali: lettura di news, fare e farsi pubblicità, *microblogging*, negozio online, portafoglio mobile, cloud, traduttore, bancomat, QR code e molte altre (Manzini, 2015: 92-96).

È proprio questo il contesto principale in cui si collocano, e soprattutto hanno origine, tutte le espressioni che i cinesi raggruppano nel termine *liúxíng cíyǔ* 流行词语 (*buzzwords*), il tema principale di questa terza sezione.

3.2. Le “parole di tendenza”: una nuova realtà

L'avvento dei social network ha letteralmente portato la Cina a una “rivoluzione” tecnologica, ponendo il focus sul singolo e sulle relazioni mediatiche che quest'ultimo può avere con la comunità di Internet (i *netizens*). L'impatto sociale che i social hanno causato in Cina è altrettanto elevato quanto quello causato in Occidente, nonostante in Cina siano diffuse piattaforme che, anche se con caratteristiche simili a quelle che noi conosciamo, sono differenti da quelle occidentali. Il grande flusso di informazioni e lo scambio di informazioni ha spianato la strada per la nascita di nuove parole, entrate subito in vigore nella lingua cinese, sia parlata che scritta – ma prevalentemente in quest'ultima, applicata all'uso digitale. Possiamo distinguere due categorie differenti, seppur simili, di parole create nel web: *rècí* 热词 e *liúxíngcí* 流行词. Le prime possono essere identificate con tutte quelle parole ed espressioni che, improvvisamente, suscitano un forte interesse popolare e che riflettono le caratteristiche sociali e i temi principali e *hot* del periodo preso in questione (Lu, 2010: 52). Possono essere definite come parole ed espressioni di tendenza, tra le più cliccate e ricercate sui social: dietro ogni singola parola si cela un processo sociale o un evento particolare avvenuto in un momento immediatamente precedente alla sua creazione. Questo proprio perché la caratteristica principale di queste parole ed espressioni è la rapidità: rapidità nell'emergere e nello scomparire dalla circolazione; il loro tempo di vita è assai limitato e si limita a un determinato periodo e indicando uno specifico significato che, se informato su cronaca locale e attivo nei social, non può essere frainteso da un cinese. Ne è un esempio *dǎ jiàngyóu* 打酱油. Apparsa per

⁷² Retex, *WeChat, la storia della piattaforma più popolare in Cina* <https://www.retexspa.com/china-mag/wechat-cina> [consultato il 12/08/2020]

la prima volta nel 2008, a seguito dello scandalo che nel mese di gennaio video coinvolto il volto noto di Edison Chen⁷³, rimasto vittima di un incidente sessuale a causa della somma di milletrecento suoi scatti in atteggiamenti intimi con diverse donne finiti in rete. A seguito di un'intervista sull'accaduto da parte di un'emittente televisivo del Guangdong, una persona ha dichiarato (Zhang, 2009: 263) «关我 X 事, 我是出来打酱油的» (Non riguarda me, sono uscito a “comprare la salsa di soia⁷⁴”). “X” sta a significare una censura dell'autore, in quanto l'espressione originale contiene un termine che può essere ricondotto a linguaggio scurrile e volgare: la frase originale è riportata da Zhong (2009: 122) ed è «关我鸟事, 我是出来买酱油的……». L'espressione diventò subito virale, così tanto da fare il giro del web e da creare ulteriori nuove parole secondo criteri simili di quanto visto e analizzato del paragrafo 2.4.: nascono così i termini *dǎ jiàngyóu nán* 打酱油男 (lett. il ragazzo che compra la salsa di soia) e *dǎ jiàngyóu zú* 打酱油族 (lett. il gruppo di chi compra la salsa di soia) (Zhang, 2009: 263). A *dǎ jiàngyóu* 打酱油 viene attribuito il significato di “non sono affari miei” (*it's none of my business*⁷⁵) paragonabile, in base a quanto affermato da Zhang (2009: 263) all'idioma *shìbùguānjǐ gāogāoguàiqǐ* 事不关己, 高高挂起 (discostare qualcosa da sé stessi, ritenere che qualcosa non ha a che fare con sé stessi)⁷⁶.

Ciò che invece si andrà ad analizzare e ad approfondire in questa terza parte sono le *liúxíngcí* 流行词, comunemente note in inglese col termine *buzzwords*, ovvero tutte quelle parole e/o espressioni tanto virali quanto di tendenza, che prevalgono e si diffondono ampiamente in un breve e circoscritto periodo di tempo (Lu, 2010: 53-54), sia sul web che nella lingua parlata, con un tasso di ricorrenza estremamente elevato (Kang & Ji, 1996: 42). La creazione di ogni *liúxíngcí* 流行词 viene, generalmente, da parte dei giovani, la cui intenzione è quella di rompere gli stereotipi con un linguaggio diverso e creativo e creare nuove parole per mostrare la loro unicità (Wang, 2018: 136); la

⁷³ Edison Chen (in cinese Chen Guanxi 陈冠希 – Vancouver, 07/10/1980) è un attore canadese originario di Hong Kong, apparso sin da giovani in numerosi spot pubblicitari e famoso per aver recitato in diversi telefilm e soap opera cinesi e nel film horror americano *The Grudge 2*

⁷⁴ Traduzione letterale dell'espressione *dǎ jiàngyóu* 打酱油

⁷⁵ Pleco Software per iPhone e iPad (iOS) [consultato il 29/07/2020]

⁷⁶ Traduzione da una spiegazione dell'idioma in cinese, reperibile al link

<https://baike.baidu.com/item/%E4%BA%8B%E4%B8%8D%E5%85%B3%E5%B7%B1%E5%BC%8C%E9%AB%98%E9%AB%98%E6%8C%82%E8%B5%B7/4959004?fr=aladdin> [consultato il 29/07/2020]

diffusione, invece, è un processo molto spontaneo causato dall'immediatezza della rete: le persone iniziano a imitare l'utilizzo di quella stessa parola, aumentandone esponenzialmente di volta in volta l'utilizzo (Zhang, 2017: 5). Le persone più all'antica – attaccate saldamente al pensiero tradizionale – cercano di opporsi a questo fenomeno che andrebbe limitato e regolamentato, in quanto viene giudicato come spazzatura e inquinamento linguistico, minacciando la purezza della lingua cinese; altre, più progressiste, approvano questo nuovo e forte fenomeno linguistico (Zhong, 2009: 124).

Vengono sostanzialmente adottati due principali criteri per la loro creazione: la semplificazione e l'omofonia. Tramite semplificazione le frasi vengono ridotte all'estremo, ovvero a una o poche parole, contenendo un vasto significato: alcune parole possono essere mantenute [1], mentre in altre frasi il concetto viene talmente ridotto tanto da assumere significati astratti [2] (Wang, 2018: 136).

[1] 人生已经如此的艰难，有些事情就不要拆穿⁷⁷

Rénshēng yǐjīng rúcǐ de jiānnán, yǒu xiē shìqíng jiù bú yào chāichuān

La vita è così dura, ci sono alcune cose che non possono essere esposte

diventa

人艰不拆

Rén jiān bù chāi

[2] 重要的事情说三遍⁷⁸

Zhòngyào de shìqíng shuō sān biàn

Le cose importanti si dicono tre volte

diventa

买买买

Mái mái mái

Comprare comprare comprare (lett.)

oppure

吃吃吃

Chī chī chī

Mangiare mangiare mangiare (lett.)

⁷⁷ WANG, Siqi 王思齐 (2018), "Qiǎnxī liúxíngcí de chǎnshēng jí fāzhǎn" 浅析流行词的产生及发展 (Analisi di creazione e sviluppo delle buzzwords) in *Wényì zátán* 文艺杂谈, p. 136

⁷⁸ *ibid.*

Tramite omofonia, invece, i giovani ricorrono all'utilizzo di numeri, pinyin e/o caratteri cinese per sostituire i caratteri originali (Wang, 2018: 136). Siccome si è già visto l'utilizzo di numeri nel paragrafo 2.3. (vedi Tab. 2) e l'utilizzo do pinyin non è molto ricorrente, vengono di seguito forniti degli esempi di “scambio di caratteri” per omofonia o somiglianza di suono.

Tab. 4: Utilizzo di caratteri cinesi per sostituire i caratteri originali⁷⁹

Parole modificate con caratteri omofono o aventi suono simile		
Nuovo	Originale	Italiano
酱紫	这样子	In questo modo
酿紫	那样子	In quel modo
童鞋	同学	Compagno di classe
肿么了	怎么了	Come va?
稀饭	喜欢	Piacere
表	不要	Non volere
木有	没有	Non avere
神马	什么	Cosa?
灰常	非常	Molto
水饺 ⁸⁰	睡觉	Dormire
大点化 ⁸¹	打电话	Telefonare

Le *buzzwords* più fortunate, che raggiungono un grado di ricorrenza molto elevato entrando così a far parte della lingua parlata nella vita quotidiana, possono attirare l'attenzione dei linguisti ed essere inserite nei dizionari a patto che siano utilizzate, come già espresso in altre parole, universalmente e che abbiano alle spalle una “vita” abbastanza lunga (Wang, 2018: 137). Nel momento in cui queste vengono inserite, l'ambiguità che esse possono trasmettere sia nella lingua parlata che in quella scritta va

⁷⁹ Esempi tratti da WANG, Siqi 王思齐 (2018), “Qiǎnxī liúxíngcí de chǎnshēng jí fāzhǎn” 浅析流行词的产生及发展 (Analisi di creazione e sviluppo delle buzzwords) in *Wényì zátán* 文艺杂谈, p. 136

⁸⁰ ZHONG, Zhouhai 钟舟海 (2009), “Wǎngluò liúxíng cíyǔ qiǎnxī” 网络流行词语浅析 (Analisi preliminare sulle buzzwords di Internet) in *Yǔwénxué kān* 语文学刊, p. 124

⁸¹ *ibid.*

gradualmente scomparendo e, in alcuni casi, andranno a sostituire le parole precedentemente utilizzate per riferirsi a ciò cui si riferiscono le *buzzwords* in questione. Ne è un esempio il caso di *mí* 迷 (fan). Il seguente morfema viene utilizzato nella lingua standard come suffisso per la condizione di una persona nell'essere fan di qualcuno o qualcosa e/o nell'essere patito e avere una fissazione per qualcuno o qualcosa (*zúqiú mí* 足球迷, tifoso di calcio; *xì mí* 戏迷, appassionato di teatro; *qí mí* 棋迷, patito degli scacchi; *cái mí* 财迷, che pensa solo ai soldi)⁸² e come oggetto di verbi separabili, come nella frase *Tā duì yóuyǒng zháo le mí* 她对游泳着了迷 (Lei ha una vera passione per il nuoto)⁸³. Correva l'anno 2003 quando il tasso di utilizzo di *mí* 迷 (fan) inizia a calare fino ad arrivare, nel 2009, a essere venti volte inferiore a quello di dieci anni prima: questo a causa dell'introduzione della parola *fěnsī* 粉丝 (fan) la quale, spopolando inizialmente sul web, assume un significato completamente diverso da quello originale (capellini, ovvero i “vermicelli” di soia) producendo, a sua volta, altre nuove parole come *fěnsī tuán* 粉丝团 (*fandom*, ovvero l'insieme dei fan di un determinato artista o altro) e *zhíyè fěnsī* 职业粉丝 (fan storico, fan accanito) (Wang, 2018: 137). Parole come queste riflettono la prosperità e lo sviluppo dei mass media, insieme alla diversità culturale con una nazione vasta e lontana come la Cina ha rispetto ai Paesi Occidentali.

3.2.1. Categorie e caratteristiche delle *liúxíngcí*

Le *liúxíngcí* 流行词 possono essere distinte in tre differenti macro-categorie: quelle che si generano a fronte di eventi sociali e/o tendenze di un certo periodo o anno, quelle create dagli utenti utilizzando particolari nomi e parole per riferirsi a personaggi pubblici e/o eventi sociali e quelle che, ancora create dagli utenti tramite un processo di ideazione creativo, utilizzano delle parole “vecchie” attribuendone un nuovo uso e significato, ideando anche nuovi simboli linguistici per mostrare la propria individualità (Zhong, 2009: 122). Tra le parole nate con susseguirsi di tendenze e/o eventi di rilevanza sociale abbiamo termini come *fēidiǎn* 非典 (SARS, *Severe Acute Respiratory Syndromes*), *qínliúgǎn* 禽流感 (influenza aviaria), *zhūliúgǎn* 猪流感 (influenza suina o influenza A,

⁸² CASACCHIA, Giorgio & BAI, Yukun 白玉崑 (2015), *Dizionario Cinese – Italiano*, Libreria Editrice Cafoscarina, Venezia, p. 1029

⁸³ *ibid.*

jiǎliú 甲流), yànzàomén 艳照门 (scandalo sessuale che vide coinvolta Cecilia Cheung, in cinese Zhang Bozhi 张柏芝, attrice e cantante di Hong Kong), dúdàmǐ 毒大米 (riso contaminato), wèntí nǎifěn 问题奶粉 (incidente del latte in polvere contaminato nel 2008) e sānjùqīng'àn 三聚氰胺 (melamina) (Zhong, 2009: 122). In secondo luogo, tra le *buzzwords* coniate dagli utenti del web utilizzando dei nomi “speciali” per riferirsi a una persona famosa e/o a eventi sociali troviamo, per esempio, chāonǚ 超女 (*super girl*), kuàinán 快男 (*Quick Boy*, kuàilè nánshēng 快乐男声, programma per reclutare aspiranti cantanti “idol” maschili), héfàn 盒饭 (lett. *lunch box*), yùmǐ 玉米 (lett. mais), liángfěn 凉粉 (lett. gelatina di fagioli)⁸⁴, dǎ jiàngyóu 打酱油 (non sono affari miei), fǔwòchēng 俯卧撑 (lett. push-up), duǒmāomāo 躲猫猫 (lett. nascondino)⁸⁵, fàn pǎopǎo 范跑跑 (nomignolo dato a una persona fuggita dopo il terremoto a Wenchuan 汶川), zhōulǎohǔ 周老虎 (nome per riferirsi a Zhou Zhenglong 周正龙), jiàngyóunán 酱油男 (nome per riferirsi al ragazzo intervistato, la cui risposta diventò virale, dopo lo scandalo di Edison Chen), yáomì 姚蜜 (termine per riferirsi ai fan della star NBA Yao Ming 姚明) e kēhēi 科黑 (detestare e calunniare, nello specifico, le abilità di Kobe Bryant, famoso giocatore di pallacanestro) (Zhong, 2009: 122). Infine, tra le *buzzwords* create, sempre dagli utenti, utilizzando delle parole “vecchie” attribuendone un nuovo uso troviamo parole come jiǒng 囧⁸⁶ (carattere ora utilizzato come emoticon per esprimere frustrazione, vedi Fig. 17), léi 雷 (quando si prova una sensazione di disgusto, nausea e sconvolgimento; choc) méi 糗 (rimanere, enfatizzato grazie al raddoppiamento – in un unico carattere – della parola dāi 呆, restare), shānzhài 山寨 (imitazione, contraffazione), nǎocán 脑残 (ritardato – termine offensivo), jūnnán 菌男 (bell’uomo), méinǚ 霉女 (bella donna),

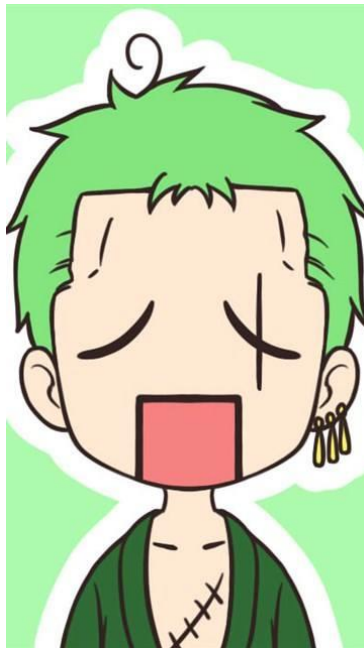
⁸⁴ Héfàn 盒饭, yùmǐ 玉米 e liángfěn 凉粉 sono *buzzwords* appartenenti alla tendenza di creare nomi per indicare i fan di un determinato cantante con nomi appartenenti alla categoria degli alimenti

⁸⁵ Fǔwòchēng 俯卧撑 (lett. push-up) e duǒmāomāo 躲猫猫 sono termini nati da due casi criminali che hanno avuto luogo rispettivamente nel 2008 e nel 2009: i colpevoli fornivano scuse ridicole per influenzare l’opinione pubblica, ora questi termini vengono anche utilizzati – oltre che per il loro significato originale – anche per indicare una presa in giro

⁸⁶ Carattere rientrato in uso nel 2008, con significato differente. Se inizialmente aveva il significato di “luminoso” e “finestra” ora questo carattere, a causa della sua struttura, non poteva passare inosservato agli occhi dei *netizen* e della cultura di Internet, diventando così un’emoji. Viene utilizzata prevalentemente nelle discussioni scritte per indicare frustrazione e imbarazzo, spesso anche utilizzata come risposta a una freddura, per recapitare all’autore il messaggio di “Ma che squallida!” oppure “Mi cadono le braccia” (Magistrale & Bettinelli, 2019: 105)

báigǔjīng 白骨精 (modo scherzoso per riferirsi ai “colletti bianchi”) e *wúzhī shàonǚ* 无知少女 (termine discriminatorio, raggruppa intellettuali, chi non prende posizioni politiche, donne e minoranze) (Zhong, 2009: 122-123).

Fig. 17: Illustrazione dell’espressione indicata col carattere *jiǒng* 囧⁸⁷



Le *liúxíngcí* 流行词 possiedono, inoltre, delle loro caratteristiche peculiari. Le principali sono tre: casualità di creazione, serializzazione e un forte legame al linguaggio normativo presente nella società. La casualità è data e definita nel processo di creazione: a seguito di un evento di rilevanza sociale, una persona o un gruppo di individui coniano casualmente una parola, basandosi sui fatti avvenuti o su qualche dichiarazione rilasciata i media locali: è in questi casi che sono nati alcuni termini come *kělè nánhái* 可乐男孩 (lett. ragazzo Coca Cola, nomignolo attribuito a uno studente di scuola media che, dopo un terremoto, la prima cosa che ha voluto è stata bere della Coca Cola) e altri già precedentemente menzionati, come *jiǒng* 囧, *léi* 雷, *méi* 糗, *méinǚ* 霉女 e *kǒnglóng* 恐龙 (lett. dinosauro; brutta ragazza, vedi par. 2.3.) (Zhong, 2009: 123). Con serializzazione si intende la capacità di un neologismo di creare altre nuove parole (producibilità, *néngchǎnxìng* 能产性) partendo dal neologismo stesso, conservandone un morfema o

⁸⁷ Duitang 堆糖, <https://www.duitang.com/blog/?id=680826867> [consultato il 16/08/2020]

l'intera struttura. Un esempio si ha con la parola *bókè* 博客 (blog) la quale, partendo dal morfema *kè* 客 (ospite, cliente), ha generato altre numerosissime parole appartenenti al mondo della tecnologia e dell'informatica, quali *yìnkè* 印客 (inchiostro della stampante), *shìkè* 试客 (utente di *shareware*; software demo), *pīnkè* 拼客 (persone che utilizzano servizi di *sharing*), *shàikè* 晒客 (*online file sharer*), *bōkè* 播客 (podcast) e *wéikè* 维客 (wiki) (Zhong, 2009: 123).

In ultimo, le *liúxíngcí* 流行词 sono inestricabilmente legate al linguaggio normativo della società, in quanto deve essere contestualizzato ed è utilizzato in base alle circostanze in cui ci si trova: per capire e comprendere queste nuove parole è necessario, inoltre, avere almeno delle conoscenze preliminari del background di Internet e delle competenze – o un minimo di familiarità – in Internet e per quanto riguarda questo mondo rispettando un linguaggio che, sebbene abbia attribuito a diverse parole un nuovo significato e applicato molte variazioni, è semplicemente una variante del linguaggio quotidiano (infatti le *buzzwords* restano comunque conformi alle norme grammaticali usate nella lingua di tutti i giorni, seguendo anche nuove “norme” dettate dal web) (Zhong, 2009: 124).

3.3. 十大流行语: breve analisi di alcune parole entrate in #Top10

Con l'avvento e la sempre più crescente attenzione per le *liúxíngcí* 流行词, negli ultimi anni è consuetudine stilare un elenco delle *liúxíngcí* 流行词 più famose e più utilizzate sul web, che hanno un fattore di incisione piuttosto forte sia sulla lingua che sulla società contemporanea: questo elenco prende il nome di *shí dà liúxíngyǔ* 十大流行语 – spesso preceduta dall'anno cui si riferisce – ed è una vera e propria classifica contenuta nell'omologa rubrica pubblicata dal blog *Yǎowén jiáozì* 咬文嚼字 e, successivamente, anche da numerosi siti web e riviste. In questa classifica rientrano le dieci parole più popolari di un determinato anno ma, attenzione, queste ultime non rappresentano e non riflettono la realtà sociale cinese e le mode sebbene possano, nella maggior parte dei casi, trarre origine proprio da particolari eventi sociali e tendenze (Lu, 2010: 53-54). Prima di passare a una breve analisi di qualche parola entrata nella Top10 dell'anno 2019, verranno fornite, nelle seguenti tabelle, le parole più popolari in Cina tra gli anni 2013 e 2019.

Tab. 5: *Liúxíngcí* in Top10 nell'anno 2013⁸⁸

Top10 del 2013		
中文	Pinyin	Italiano
中国梦	Zhōngguó mèng	Sogno cinese
光盘	Guāngpán	CD, disco
倒逼	Dàobī	Forzato, non convenzionale
逆袭	Nìxí	Contrattacco
微~	Wēi~	Micro-
大 V	Dà V	Influencer
女汉子	Nǚhànzi	Donna mascolina
土豪	Tǔháo	Nouveau riche
奇葩	Qípā	Strano
点赞	Diǎnzàn	Mettere like a un post

Tab. 6: *Liúxíngcí* in Top10 nell'anno 2014⁸⁹

Top10 del 2014		
中文	Pinyin	Italiano
顶层设计	Dǐngcéng shèjì	Progetto di alto livello
新常态	Xīn chángtài	Nuova normalità ⁹⁰
打虎拍蝇	Dǎhǔpāiyíng	Combattere contro tigri e mosche (lett.)

⁸⁸ Baidu Baike, 2013 年度十大流行语,

<https://baike.baidu.com/item/2013%E5%B9%B4%E5%BA%A6%E5%8D%81%E5%A4%A7%E6%B5%81%E8%A1%8C%E8%AF%AD/12704249?fr=aladdin> [consultato il 08/09/2020]

⁸⁹ Baidu Baike, 2014 年度十大流行语,

<https://baike.baidu.com/item/2014%E5%B9%B4%E5%BA%A6%E5%8D%81%E5%A4%A7%E6%B5%81%E8%A1%8C%E8%AF%AD/16390972?fr=aladdin> [consultato il 08/09/2020]

⁹⁰ Termine utilizzato da Xi Jinping 习近平, si riferisce a una nuova fase dell'economia cinese, Baidu Baike, 新常态,

<https://baike.baidu.com/item/%E6%96%B0%E5%B8%B8%E6%80%81/15901376?fr=aladdin> [consultato il 08/09/2020]

断崖式	Duànyá shì	Retrocessione di carica politica
你懂的	Nǐ dǒng de	Sai com'è
断舍离	Duànshělí	Liberarsi di ciò che non serve
失联	Shīlián	Cadere la linea
神器	Shénqì	Strumento high tech
高大上	Gāodàshàng	Elegante e alla moda
萌萌哒	Méngméngdā	Adorabile

Tab. 7: Liúxíngcí in Top10 nell'anno 2015⁹¹

Top10 del 2015		
中文	Pinyin	Italiano
获得感	Huòdé gǎn	Senso di soddisfazione
互联网+	Hùliánwǎng +	Internet "integrato"
颜值	Yánzhí	Indice di bellezza
宝宝	Bǎobao	Baby, tesoro
创客	Chuàngè	Persona con idee innovative
脑洞大开	Nǎodòngdàkāi	Avere un sacco di idee in mente
任性	Rènxìng	Ostinato e sconsiderato
剁手党	Duòshǒudǎng	Maniaco dello shopping online
网红	Wǎnghóng	Celebrità di Internet
主要看气质	Zhǔyào kàn qìzhì	Non prestare troppa attenzione all'apparenza

⁹¹ Baidu Baike, 2015 年度十大流行语,

<https://baike.baidu.com/item/2015%E5%B9%B4%E5%BA%A6%E5%8D%81%E5%A4%A7%E6%B5%81%E8%A1%8C%E8%AF%AD/19156984?fr=aladdin> [consultato il 08/09/2020]

Tab. 8: Liúxíngcí in Top10 nell'anno 2016⁹²

Top10 del 2016		
中文	Pinyin	Italiano
供给侧	Gōngjǐ cè	Lato dell'offerta (lett.) ⁹³
工匠精神	Gōngjiàng jīngshén	Spirito di ricerca della perfezione
小目标	Xiǎo mùbiāo	Obiettivo difficile da raggiungere
洪荒之力	Hónghuāng zhī lì	Forza che va oltre l'immaginazione
吃瓜群众	Chīguāqúnzhòng	Chi non parla mai e si limita a osservare
友谊的小船, 说翻就翻	Yǒuyì de xiǎochuán, shuō fān jiù fān	Titolo di un manga pubblicato su Weibo
葛优躺	Gěyōutǎng	Postura che fa trasparire pigrizia
套路	Tàolù	Trucco, trappola
一言不合就~	Yīyán bùhé jiù ~	Frequentemente ⁹⁴
蓝瘦香菇	Lánshòu xiānggū	Ho voglia di piangere

Tab. 9: Liúxíngcí in Top10 nell'anno 2017⁹⁵

Top10 del 2017		
中文	Pinyin	Italiano
不忘初心	Bù wàng chūxīn	Tenere a mente l'obiettivo

⁹² Baidu Baike, 2016 年十大流行语,

<https://baike.baidu.com/item/2016%E5%8D%81%E5%A4%A7%E6%B5%81%E8%A1%8C%E8%AF%AD/20284361?fr=aladdin> [consultato il 08/09/2020]

⁹³ Parola molto utilizzata a seguito di una riforma economica strutturale proposta nel novembre 2015, Sohu, 2016 年度网络十大流行语, https://www.sohu.com/a/122577348_139965 [consultato il 08/09/2020]

⁹⁴ Alternativa alla costruzione *dòngbudòng (jiù)* 动不动(就), Sohu, 2016 年度网络十大流行语, https://www.sohu.com/a/122577348_139965 [consultato il 08/09/2020]

⁹⁵ 360doc, 2017 年度十大流行语,

http://www.360doc.com/content/18/0203/02/2012175_727334346.shtml [consultato il 08/09/2020]

砥砺前行	Dǐlǐ fènjìn	Andare avanti, perseverare
共享	Gòngxiǎng	Condividere un post
有温度	Yǒu wēndù	Trasmettere calore (livello fisico e umano)
流量	Liúliàng	Traffico web (visite a un sito o blog)
可能 ~ 假 ~	Kěnéng ~ jiǎ ~	Potrei aver ... fals* ... (lett.) ⁹⁶
油腻	Yóunì	Persona trasandata
尬	Gà	Imbarazzante
怼	Duǐ	Insultare sul web ⁹⁷
打 call	Dǎ call	Acclamare, fare il tifo

Tab. 10: Liúxíngcí in Top10 nell'anno 2018⁹⁸

Top10 del 2018		
中文	Pinyin	Italiano
命运共同体	Mingyùn gòngtóngtǐ	Destino comune
锦鲤	Jǐnlǐ	Carpa koi
店小二	Diànxǎo'èr	Cameriere
教科书式	Jiàokēshū shì	Comportamento impeccabile
官宣	Guānxuān	Annuncio ufficiale
确认过眼神	Quèrèn guòyǎn shén	Ti si legge negli occhi
退群	Tuìqún	Abbandonare il gruppo (chat)

⁹⁶ Utilizzato per indicare il verificarsi di una situazione diversa da quella prevista, Baidu Baike, 我可能 xx 了假 xx,

<https://baike.baidu.com/item/%E6%88%91%E5%8F%AF%E8%83%BDXX%E4%BA%86%E5%81%87XX/20387444?fr=aladdin> [consultato il 08/09/2020]

⁹⁷ Atteggiamento tipico delle persone che i cinesi chiamano *jiànpánxiá* 键盘侠 (leoni da tastiera)

⁹⁸ Baidu Baike, 2018 十大流行语,

<https://baike.baidu.com/item/2018%E5%8D%81%E5%A4%A7%E6%B5%81%E8%A1%8C%E8%AF%AD/23188555?fr=aladdin> [consultato il 08/09/2020]

佛系	Fóxì	Persona a cui non importa nulla
巨婴	Jùyīng	Bamboccione
杠精	Gàngjīng	Piantagrane, chi litiga solo per il piacere di litigare

Tab. 11: Liúxíngcí in Top10 nell'anno 2019⁹⁹

Top10 del 2019		
中文	Pinyin	Italiano
文明互鉴	Wénmínghùjiàn	Arricchimento reciproco
区块链	Qūkuàiliàn	Blockchain
硬核	Yìnghé	Hardcore (lett.)
融梗	Rónggěng	Plagio
柠檬精	Níngméngjīng	Essenza di limone (lett.)
996	Jiǔ jiǔ liù	Lavoro 996 ¹⁰⁰
我太难了	Wǒ tài nán le	Non ce la posso fare
霸凌主义	Bàlíngzhǔyì	Bullismo
我不要你觉得，我要我觉得	Wǒ bú yào nǐ juéde, wǒ yào wǒ juéde	Non mi interessa quello che pensi, l'importante è che lo pensi io
~ 千万条，~ 第一条	~ qiānwàn tiáo, ~ dì yī tiáo	Tra ..., ... viene prima di tutto

⁹⁹ Baidu Baike, 2019 年十大流行语,

<https://baike.baidu.com/item/2019%E5%B9%B4%E5%8D%81%E5%A4%A7%E6%B5%81%E8%A1%8C%E8%AF%AD/24178002?fr=aladdin> [consultato il 08/09/2020]

¹⁰⁰ Tipica giornata lavorativa molto diffusa in Cina: si lavora dalle 9:00 alle 21:00, con solo due ore di pausa (una a pranzo e una al pomeriggio), per sei giorni a settimana

3.3.1. 我太难了

Wǒ tài nán le 我太难了 (non ce la posso fare; non ce la faccio) è un'espressione diventata molto comune negli ultimi mesi tra i giovani cinesi, si può sentire in ogni dove e nelle più svariate situazioni e occasioni e rientra tra le *liúxíngcí* 流行词 più famose dell'ultimo periodo andando, come già precedentemente affermato, a soddisfare il bisogno di espressione dei giovani e influenzando silenziosamente ma in modo molto efficace sulla lingua cinese. Può essere considerato un mantra, a causa della sua rapida diffusione, alla sua grandissima versatilità e vastissima applicazione: esprime che la vita non è per nulla semplice, cercando anche sostegno pubblico e comprensione. Il suo utilizzo, inoltre, è aumentato esponenzialmente con la diffusione della frase "Non ce la faccio, ultimamente sono davvero sotto pressione" (*Wǒ tài nán le, zuìjìn wǒ yālì hěn dà* 我太难了, 最近我压力很大) (Ye & Sun, 2020: 72-74).

Per comprendere meglio come si arriva al significato vero e proprio, bisogna partire dalla basilare definizione di *nán* 难 (difficile); nello *Xiàndài Hànyǔ Cídiǎn* 现代汉语词典 (settima edizione), possiamo trovare che questo morfema può ricoprire tre distinte funzioni (Ye & Sun, 2020: 72):

- Aggettivo: essere fastidioso da fare; non facile (es: difficile da fare, difficile da scrivere, ecc.);
- Verbo: rendere difficile (es: *nánzhù le* 难住了, rimanere perplesso);
- Avverbio: indica l'insoddisfazione, qualcosa di non buono e/o sgradevole.

L'espressione *wǒ tài nán le* 我太难了 nasce come risultato di un'omissione, la quale può avvenire in due modi differenti in base a quale elemento si vuole enfatizzare: si può omettere la situazione e il background per focalizzarsi sul soggetto e i suoi sentimenti – spesso per associazione (es: *shēnghuó tài nán le* 生活太难了, la vita è troppo dura; la parola "vita" viene sostituita dal soggetto "io", in quanto la vita è parte di ciascuno di noi, diventando *wǒ tài nán le* 我太难了) – oppure omettere tutti i verbi modificati da *nán* 难, portando l'enfasi dell'espressione non sul comportamento tenuto dal soggetto tanto quanto sull'influenza che ciò ha sul soggetto stesso (Ye & Sun, 2020: 73).

3.3.2. 柠檬精

Il termine *níngméngjīng* 柠檬精 (lett. essenza di limone) nasce nel 2018 nel campo dei circoli di gioco a videogiochi (*diànjìngquān* 电竞圈) (Wang, 2019: 200) – anche online e soprattutto riguardando lo sport – a seguito di un aspro litigio tra le fan di una squadra che ha perso una partita con un'altra, rilasciando osservazioni lamentose e poco carine (Shu, 2020: 13): sta a indicare la gelosia che si prova nei confronti di un'altra persona in ogni ambito (bellezza e aspetto fisico, relazioni sociali e sentimentali, talento, carriera, ecc.), la quale porta spesso a fare affermazioni piuttosto spiacevoli, influenzando anche gli altri, portando anche alla competizione non sana fra due o più individui (in questo caso chiamati *níngménggrén* 柠檬人) (Wang, 2019: 200). *níngméngjīng* 柠檬精 possiede un vasto contenuto semantico ridotto a minimi termini per attirare l'attenzione del pubblico parlante; infatti, come afferma Wang (2019: 202), esprimere il suo significato in altre parole porterebbe a una frase estremamente lunga anche se esaustiva, proprio come la seguente:

«喜欢嫉妒别的人，更多时候表达的是自我嘲讽，表示对别人从外貌到内心、从物质生活到情感生活的多重羡慕»

Provare piacere nell'invidiare altre persone, spesso utilizzato per fare autoironia, esprimere invidia per tutto ciò che va dall'apparenza all'interiorità e dalla vita materiale a quella sentimentale.

Nata con senso molto dispregiativo – e dal 2019 utilizzata perlopiù in modo autoironico per sdrammatizzare su sé stessi (Shu, 2020: 13) – l'espressione è composta dai morfemi *níngméng* 柠檬 (limone) e *jīng* 精 che, secondo lo *Xiàndài Hànyǔ Cídiǎn* 现代汉语词典 ha diversi significati, quali raffinato, puro, essenza, precisione, rigoroso, limpido, luminoso, acuto, intelligente, spirito, energia e tanti altri (Wang, 2019: 200). Nel caso in questione, è un suffisso di categoria (*lèicízhuì* 类词缀) e indica un tipo di persona con determinate caratteristiche, descrivendone l'essenza (Wang, 2019: 200). Per analogia, è inoltre stato adottato il modello “~ 精” come struttura di base per la creazione di altri neologismi, quali *zhūjīng* 猪精 (persona che continua a ingrassare), *xìjīng* 戏精 (persona molto drammatica), *gàngjīng* 杠精 (piantagrane) e *hézijīng* 盒子精 (persona scarsa ai videogiochi) (Wang, 2019: 200-202).

Un punto cruciale per lo sviluppo e la diffusione di *níngméngjīng* 柠檬精 è stata la promozione da parte dei social network (Wang, 2019: 202) che non solo hanno creato una parola nuova e innovativa che, a sua volta, ha coniato espressioni innovative – quali *zhēn suān* 真酸 (Che invidia!), *wǒ suān le* 我酸了 (Sono invidioso), *wǒ níngméng le* 我柠檬了 (Sono invidioso), *wǒ qià níngméng* 我恰柠檬 (Sono proprio invidioso), *jīntiān yě níngméng le* 今天也柠檬了 (Sono invidioso pure oggi), *cǐshí yī zhī níngméngjīng lùguò* 此时一只柠檬精路过 (Mi è proprio salita l’invidia in questo preciso istante) e *níngméng shù shàng níngméng guǒ, níngméng shù xià nǐ hé wǒ* 柠檬树上柠檬果，柠檬树下你和我 (Io e te siamo proprio come dei limoni: acidi!) (Shu, 2020: 14) –, ma anche pacchetti di emoticon come GIF, sticker, meme, ecc. e una nuova emoji: si tratta di un limone con occhi e bocca che trasmettono sconsolatezza, altamente utilizzata sulla piattaforma di *microblogging* Weibo (vedi Fig. 18) (Shu, 2020: 14).

Fig. 18: Emoji *níngméngjīng* 柠檬精¹⁰¹



3.3.3. 硬核

Yìnghé 硬核 è una parola apparsa sul web nel 2018, equivalente del termine inglese *hardcore*, col significato di “nucleo, parte fondamentale; assoluto; senza precondizioni” (Sheng, 2019: 47). Originariamente utilizzato per riferirsi alla musica rap (*yìnghé shuōchàng* 硬核说唱) e ai giochi con un livello di difficoltà particolarmente elevato (*yìnghé yóuxì* 硬核游戏) (Sheng, 2019: 47; Cai, 2020: 89), successivamente si estende a

¹⁰¹ Baidu 图片, <https://image.baidu.com/> [consultato il 23/08/2020]

diversi ambiti e situazioni, passando anche da quello medico con, per esempio, il termine *yìng hé bái nèi zhàng* 硬核白内障 (cataratta più grave di quella ordinaria) (Cai, 2020:89).

L'espressione può essere trovata, sia nel linguaggio parlato e del web sia nel linguaggio scritto e formale, in tre diverse tipologie (Cai, 2020: 91):

- 硬核 + nome: sostanzialmente il nome aggiunto è bisillabico (raramente è monosillabico o composto da tre o più sillabe) e questo è il composto più utilizzato fra i tre.

Esempi: *yìng hé wán jiā* (top player), *yìng hé yáo gǔn* 硬核摇滚 (musica rock'n roll), *yìng hé shǒu yóu* 硬核手游 (giochi particolarmente complessi per smartphone), *yìng hé rén shēng* 硬核人生 (vita ardua, vita ricca di imprevisti), *yìng hé nǎi nai* 硬核奶奶 (super nonna), *yìng hé sāng* 硬核嗓 (voce possente), *yìng hé fú lì* 硬核福利 (importante beneficio, beneficio inatteso), *yìng hé zhī lù pái* 硬核指路牌 (segnale stradale di grande importanza);

- 硬核 + verbo: l'utilizzo di questa struttura non è ancora molto diffuso, si utilizza prevalentemente con verbi bisillabici e nel settore dell'intrattenimento.

Esempi: *yìng hé jiǎ chàng* 硬核假唱 (fare un *lipsync* in modo molto professionale), *yìng hé qiú hūn* 硬核求婚 (proposta di matrimonio molto emotiva);

- avverbio + 硬核: costruzione davvero rara, le parole di questo tipo sono ancora poche con un tasso di utilizzo basso. Gli avverbi sono principalmente avverbi di grado.

Esempi: *hěn yìng hé* 很硬核 (lett. molto *hardcore*), *zuì yìng hé* 最硬核 (lett. il più *hardcore*), *tài yìng hé* 太硬核 (lett. troppo *hardcore*) e *chāo jí yìng hé* 超级硬核 (super *hardcore*).

La traduzione dei composti con *yìng hé* 硬核 è spesso difficoltosa, in quanto i significati e le connotazioni che il neologismo può assumere sono differenti e, molto spesso, chi lo usa è libero di scegliere la connotazione che più preferisce tra le seguenti cinque (Cai, 2020: 89-90)¹⁰²:

¹⁰² Per questo motivo, le traduzioni date ai termini presenti all'interno di questo paragrafo non sono da ritenersi esaustive e univoche, causa la difficoltà di fornire una traduzione adatta senza un contesto di riferimento. Perciò, si è optato per la traduzione che potrebbe essere più congeniale e ricorrente. Infatti, secondo Cai (2020: 91), anche a causa della popolarità sempre più evidente del termine e dall'aumento della sua ricorrenza in diversi contesti, il significato è molto spesso generalizzato e ambiguo

- a) Sottolineare importanza e attribuire un ruolo chiave al termine a cui ci si riferisce (tradotto con “critico” o “importante”)

两国在经贸、涉朝等“硬核”问题上存在分歧，仍然是各说各的 (Cai, 2020: 89)

Tra i due Paesi esistono delle divergenze su tematiche importanti quali l’economia, il commercio e questioni relative la Corea del Nord, bisognerà ancora parlarne a riguardo

- b) Esprimere forte ammirazione o indicare qualcosa o qualcuno di molto professionale, potente, di alta fascia e livello

OPPO 新系列确认，配置非常硬核 (Cai, 2020: 89)

Confermato il nuovo sistema operativo di OPPO¹⁰³, la sua configurazione è molto professionale

- c) Descrivere una situazione affrontata senza esitare e faccia e faccia; risposta forte, potente

硬核女店员淡定与持刀劫匪对峙：一番对话后劫匪落荒而逃 (Cai, 2020: 90)

La commessa, molto coraggiosa, ha affrontato con fermezza un ladro armato di coltello: dopo una conversazione, il ladro se n’è andato

- d) Esprimere imprevisti, far trasparire e dare alle persone un senso di sorpresa. Viene utilizzato anche per descrivere comportamenti anomali, che vanno oltre ciò che ci si aspetterebbe

徐璐的粉丝送徐璐刮胡刀，这也是比较硬核的粉丝 (Cai, 2020: 90)

Un fan di Xu Lu gli ha regalato un rasoio, è un fan proprio assurdo

- e) Esprimere entusiasmo per qualcosa o un’ossessione che si prolunga per un certo periodo di tempo (spesso abbastanza lungo)

硬核球迷！英荷欧国联半决赛，逾2万名英球迷到场观战 (Cai, 2020: 90)

¹⁰³ Fondata nel 2004, è una tra i leader mondiali nell’innovazione e nei device smart

I fan sono davvero sfegatati! Più di ventimila tifosi inglesi hanno assistito alla semifinale di Europa League tra Inghilterra e Olanda

Per concludere, oltre ai precedentemente citati significati e utilizzi, il termine *yìng hé* 硬核 può essere ulteriormente utilizzato come insertivo (cfr. paragrafo 1.3.2.) per richiamare l'attenzione dell'interlocutore o del lettore (seguito da un punto esclamativo), per spiegare ed effettuare chiarimenti riguardo a una cosa o un fatto precedentemente citato e/o menzionato (seguito dai due punti) oppure per evidenziare il termine che lo segue, il quale può essere un nome o un verbo (Cai, 2020: 92). Secondo quanto scritto da Cai (2020: 89), nonostante il suo vasto e frequente utilizzo il neologismo non è ancora stato inserito nello *Xiàndài Hànyǔ Cídiǎn* 现代汉语词典.

Conclusioni

Per riassumere quanto scritto e specificato nel corso della presente tesi di laurea, è necessario passare in rassegna dei concetti principali illustrati all'interno dei tre capitoli costituenti dell'elaborato.

In primo luogo, dopo una breve prefazione nella quale si è parlato della lingua cinese sotto differenti aspetti – quali ceppo di origine e caratteristiche – e dei morfemi che la costituiscono, è stata fornita una panoramica generale sulla morfologia e sul modo in cui le parole vengono formate in una lingua così lontana dalla nostra. Nella lingua cinese, oltre alle parole di origine puramente cinese, possiamo distinguere i prestiti fonetici e i calchi strutturali: i prestiti fonetici, come dice il nome, sono caratterizzati da un prestito di altre parole appartenenti a un'altra lingua, le quali arrivano nella lingua cinese a seguito di un adattamento fonetico che le rende molto simili alla loro pronuncia nella lingua nativa; i calchi strutturali, invece, seguono anche loro un metodo intuitivo, secondo il quale si fa uso della traduzione letterale del termine straniero. Un caso peculiare è rappresentato dal termine *hēikè* 黑客 (hacker), il quale si posiziona nel mezzo fra prestito fonetico e calco strutturale con annotazione semantica: infatti, la fonetica risulta molto simile alla pronuncia inglese /'hakər/ e si ottiene il significato di “ospite nero” se vengono tradotti i due morfemi (l'hacker viene paragonato a un ospite che si inserisce nel computer causando diversi danni, identificati con la negatività attribuita al colore nero). Successivamente si è parlato dei *wàiláicí* 外来词 (forestierismi), ovvero tutti quei termini di origine straniera. La Cina ha importato termini stranieri in diversi periodi, traendo inizialmente parole dai popoli più vicini come gli Unni, i Mancesi e le popolazioni dell'India, per poi arrivare a parole occidentali grazie a Marco Polo e Matteo Ricci e a quelle russe con l'era del socialismo. Invece, solo con la recente apertura verso l'Occidente la Cina ha iniziato ad assorbire nella propria lingua un numero sempre più numeroso di parole di origine inglese, le quali contano il numero più alto di forestierismi in uso nella lingua cinese. Nell'ultima sezione della prima parte sono state illustrate una serie di espressioni che in Italia chiamiamo con i termini “espressioni” e “idiomi”, ovvero i *shúyǔ* 熟语. Divisi in *yànyǔ* 谚语 (proverbi), *chéngyǔ* 成语 (idiomi), *xiēhòuyǔ* 歇后语 (frasi allegoriche), *guànyòngyǔ* 惯用语 (lett. espressioni di uso comune), *géyán* 格言

(massime), *jǐngjù* 警局 (aforismi), *tàoyǔ* 套语 (stereotipi; cliché), *duìlián* 对联 (distici), *kǒuhào* 口号 (slogan orali; motti) e *biāoyǔ* 标语 (slogan scritti), i *shúyǔ* 熟语 non possono del tutto essere paragonati ai nostri proverbi. Prendiamo come esempio il detto “L’erba del vicino è sempre più verde”: con questa frase si intende un sentimento di invidia nei confronti di altre persone in quanto, ai nostri occhi, ciò che gli altri possiedono viene sempre ritenuto più bello rispetto a quello che possediamo noi stessi; questa è l’unica interpretazione. Con i *shúyǔ* 熟语 non è sempre così: sebbene molti abbiano una sola e unica interpretazione e significato, molti altri possono essere applicati in diversi ambiti e situazioni grazie al grande patrimonio storico, filosofico, culturale e sociale che portano con sé. Infatti, è molto complicato per uno straniero capire un *shúyǔ* 熟语 se non è a conoscenza del background dello stesso.

In secondo luogo si è parlato di neologismi in quali, insieme ai *liúxíngcíyǔ* 流行词语 del terzo capitolo, vanno a costituire il nucleo centrale della presente tesi di laurea. Partendo da una loro generica classificazione e dall’esplicazione delle loro principali caratteristiche, il focus del capitolo in questione si è spostato sull’Internet, campo in cui i neologismi hanno molto successo negli ultimi tempi. Infatti, un grande ruolo è rappresentato dal *Chinese Internet Language* (CIL, in cinese *Zhōngguó wǎngluò yǔyán* 中国网络语言). Il CIL è un linguaggio alternativo utilizzato dai giovani sul web e nelle app di messaggistica istantanea. È composto da diverse “strategie linguistiche” per rendere più criptico il messaggio ma anche più rapido e intuitivo il processo di scrittura: numeri (*shùzì* 数字), simboli (*fúhào* 符号), emoji (*biǎoqíng fúhào* 表情符号), parole inglesi (*Yīngwén zìmǔ* 英文字母), pinyin (*pīnyīn* 拼音), caratteri cinesi (*hànzì* 汉字), omofoni (*xiéyīn* 谐音) e lettere latine (*Lādīng zìmǔ* 拉丁字母). Particolarmente diffuse sono anche le sequenze numeriche, ovvero delle successioni di numeri – a volte piuttosto lunghe – che stanno a simboleggiare un’intera frase grazie alla somiglianza fonetica tra il numero e il carattere cui ci si riferisce. Ciò è ritenuto dagli adulti e dagli anziani un sistema di scrittura sciocco, incomprensibile e pericoloso, in quanto va spesso a intaccare la struttura sintattica e l’armonia della lingua cinese. Questa opinione, tra gli adulti, è condivisa anche per quanto riguarda il fenomeno del mix fra lingue. Molto ricorrente è quello tra cinese e inglese: abbinando le due lingue, vengono formati neologismi quali *dǎ*

call 打 call (acclamare, fare il tifo) i quali, secondo le vecchie generazioni, vanno a rompere la purezza e il fascino di una lingua come il cinese.

In ultimo, dopo un'introduzione su come Internet si è evoluto passando da Web 1.0 a Web 2.0, è stato trattato il tema *liúxíngcíyǔ* 流行词语. Il gruppo denominato *liúxíngcíyǔ* 流行词语 (anche noto come *liúxíngcí* 流行词 o *liúxíngyǔ* 流行语) raggruppa tutti quei termini ed espressioni – categorizzati come neologismi – i quali, però, subiscono il passaggio a uno stadio avanzato rispetto ai neologismi classici: grazie alla potenza di Internet e in particolare delle piattaforme di social networking in costante crescita, parole nuove nate grazie a particolari eventi o mode sociali diventano popolari in periodo molto limitato di tempo, incrementando esponenzialmente il loro tasso di utilizzo in conversazioni e post. Sebbene traggano origine molto spesso da fatti sociali e mode, questi termini non sono da intendersi come rappresentativi della Cina odierna, in quanto alcuni di essi hanno la caratteristica di essere effimeri: passata la moda, il termine in questione può scomparire con essa. Altri, invece, si radicano saldamente nella lingua e possono avere la fortuna di entrare nei dizionari come lo *Xiàndài Hànyǔ Cídiǎn* 现代汉语词典. Come abbiamo visto, però, non solo possono formarsi grazie a particolari eventi, ma altre parole assumono un significato diverso dall'originale: termini ormai vecchi, quasi in disuso, vengono riesumati – specialmente dai giovani – e adattati alle caratteristiche del periodo storico che stiamo vivendo, assumendo un nuovo significato. È il caso di *jiǒng* 囧: può essere un sostantivo (finestra) o un aggettivo (luminoso), ma oggi la sua funzione è cambiata, diventando un carattere-emoji per esprimere frustrazione.

La lingua, come volevasi dimostrare, è una parte integrante della nostra vita in costante movimento ed evoluzione capace, più di ogni altra cosa, di adattarsi ai rapidi cambiamenti economico-giuridici, socio-politici e culturali e ai ritmi frenetici del XXI secolo. Forse è per questo che la linguistica, anche se agli occhi di molti può apparire noiosa, è così affascinante. Quello dei neologismi – secondo una personale e discutibile deduzione – è un argomento ancora non abbastanza trattato e approfondito insieme, per esempio, a un tema molto ampio e ricco come i *shúyǔ* 熟语. Ho avuto la fortuna di aver scelto i *chéngyǔ* 成语 (parte integrante dei *shúyǔ* 熟语) come tema di tesi triennali e mi è stato davvero di forte utilità per la stesura e la struttura della tesi magistrale. Lo vedo sì come il completamento di un percorso di consapevolezza su ciò che mi piace, ma anche come un

inizio per un possibile inizio di ricerca personale. Spero che questo lavoro di tesi, qui giunto al termine, possa essere di ispirazione e di aiuto ad altri miei colleghi sinologi e a quelli futuri che arriveranno domani, tra un anno e tra dieci anni.

Glossario

Il presente glossario comprende tutti i neologismi (comprendenti anche *liúxíngcí* 流行词, *rècí* 热词 e parole ibride) citati all'interno della tesi. Non è da ritenersi come esaustivo in quanto contiene solamente una parte dei neologismi più utilizzati, anche appartenenti a diversi linguaggi di settore (come economico, politico, tecnologico-scientifico e medico).

Neologismi (<i>xīncí</i> 新词)		
中文	Pinyin	Italiano
A 股	A gǔ	Azioni ordinarie RMB
爱券族	Àiquànzú	Amanti dei coupon
B 超	B chāo	Scan di ultrasuoni
B 股	B gǔ	Azioni speciali RMB
BP 机	BP jī	Beeper
霸凌主义	Bàlíngzhǔyì	Bullismo
白骨精	Báigǔjīng	Colletti bianchi
白领族	Báilǐngzú	Colletti bianchi
摆 pose	Bǎi pose	Mettersi in posa
宝宝	Bǎobao	Baby, tesoro
边缘学科	Biānyuán xuékē	Disciplina marginale
表	Biǎo	Non volere
闭关自守	Bìguānzìshǒu	Chiudere i confini
播客	Bōkè	Podcast
博客	Bókè	Blog
不忘初心	Bù wàng chūxīn	Tenere a mente l'obiettivo
Call 机	Call jī	Cercapersone
CI 系统	CI xìtǒng	Corporate Identity System

草莓族	Cǎoméizú	Giovani freschi di studi
超女	Chāonǚ	Super girl
吃瓜群众	Chīguāqúnzhòng	Chi non parla mai e si limita a osservare
创客	Chuàngkè	Persona con idee innovative
打 call	Dǎ call	Acclamare, fare il tifo
打虎拍蝇	Dǎhǔpāiyíng	Combattere contro tigri e mosche (lett.)
打酱油	Dǎ jiàngyóu	Non sono affari miei
打酱油男	Dǎ jiàngyóu nán	Ragazzo che se ne frega
打酱油族	Dǎ jiàngyóu zú	Gruppo di persone che se ne frega
大 V	Dà V	Influencer
单身男	Dānshēnnán	Ragazzo single
倒爷	Dǎoyé	Speculatore
倒逼	Dàobī	Forzato, non convenzionale
砥砺前行	Dǐlì fènjìn	Andare avanti, perseverare
迪吧	Dībā	Discoteca
点赞	Diǎnzàn	Mettere like a un post
店小二	Diànxǎo'èr	Cameriere
丁克族	Dīngkèzú	Giovani coppie senza figli
顶层设计	Dǐngcéng shèjì	Progetto di alto livello
动网族	Dòngwǎngzú	Dipendenti dalla rete mobile
毒大米	Dúdàmǐ	Riso contaminato
断舍离	Duànshělí	Liberarsi di ciò che non serve

断崖式	Duànyá shì	Retrocessione di carica politica
怼	Duǐ	Insultare sul web
躲猫猫	Duǒmāomāo	Nascondino
剁手党	Duòshǒudǎng	Maniaco dello shopping online
E时代	E shídài	Era dell'elettronica
翻盖式移动电话	Fāngài shì yìdòng diànhuà	Cellulare apribile, cellulare "a conchiglia"
房产	Fángchǎn	Proprietà immobiliare
房奴	Fángnú	Schiavo della casa
范跑跑	Fànǎopǎo	Persona fuggita dopo il terremoto di Wenchuan
非典	Fēidiǎn	SARS
粉丝	Fěnsī	Fan
粉丝团	Fěnsītúán	Fandom
凤凰男	Fènghuángnán	Ragazzo campagnolo che trova il successo in città
佛系	Fóxì	Persona a cui non importa nulla
服装 show	Fúzhuāng show	Sfilata
俯卧撑	Fǔwòchēng	Push-up
尬	Gà	Imbarazzante
杠精	Gàngjīng	Piantagrane, chi litiga solo per il piacere di litigare
高大上	Gāodàshàng	Elegante e alla moda
葛优躺	Gēyōutǎng	Postura che fa trasparire pigrizia
供给侧	Gōngjǐ cè	Lato dell'offerta (lett.)

工匠精神	Gōngjiàng jīngshén	Spirito di ricerca della perfezione
共享	Gòngxiǎng	Condividere un post
官宣	Guānxuān	Annuncio ufficiale
光盘	Guāngpán	CD, disco
H股	H gǔ	Azioni di proprietà statale
哈日族	Hārìzú	Fan degli anime giapponesi
盒饭	Héfàn	Fan di un cantante
盒子精	Hézi jīng	Persona scarsa ai videogiochi
Hold住	Hold zhù	Avere tutto sotto controllo
洪荒之力	Hónghuāng zhī lì	Forza che va oltre l'immaginazione
候鸟族	Hòuniǎozú	Pendolari
互联网+	Hùliànwǎng +	Internet "integrato"
灰常	Huīcháng	Molto
回头客	Huítóukè	Cliente affezionato
获得感	Huòdé gǎn	Senso di soddisfazione
IC卡	IC kǎ	Carta d'identità
IP地址	IP dìzhǐ	Indirizzo IP
IP电话	IP diànhuà	Voice Over Internet Protocol
IP卡	IP kǎ	Protocollo TCP/IP
甲A	Jiǎ A	Campionato calcistico di Serie C
甲流	Jiǎliú	Influenza A
键盘侠	Jiànpánxiá	Leone da tastiera

酱油男	Jiàngyóunán	Ragazzo intervistato dopo lo scandalo di Edison Chen
酱紫	Jiàngzǐ	In questo modo
教科书式	Jiàokēshū shì	Comportamento impeccabile
金融危机	Jīnróngwēijī	Crisi finanziaria
锦鲤	Jǐnlǐ	Carpa koi
囧	Jiǒng	Emoticon frustrata
酒吧	Jiǔbā	Bar
996	Jiǔ jiǔ liù	Lavoro 996
巨婴	Jùyīng	Bamboccione
菌男	Jūnnán	Bell'uomo
卡拉 OK	Kǎlā OK	Karaoke
科黑	Kēhēi	Detestare e calunniare Kobe Bryant
可能 ~ 假 ~	Kěnéng ~ jiǎ ~	Potrei aver ... fals* ... (lett.)
客场比赛	Kèchǎng bǐsài	Partita in trasferta
克隆	Kèlóng	Clonazione
啃老族	Kěnlǎozú	Mammoni
恐龙	Kǒnglóng	Ragazza brutta
宽带	Kuāndài	Banda larga
快男	Kuàinán	“Quick Boy”, programma televisivo
扩大内需	Kuòdà nèixū	Aumentare la domanda interna
拉力赛	Lālìsài	Rally
蓝瘦香菇	Lánshòu xiānggū	Ho voglia di piangere

雷	Léi	Sensazione di disgusto, nausea e sconvolgimento; choc
凉粉	Liángfěn	Fan di un cantante
浏览	Liúlǎn	Navigare (in Internet)
流量	Liúliàng	Traffico web (visite a un sito o blog)
裸考	Luǒkǎo	Sostenere un esame senza essersi preparati
麦当劳	Màidāngláo	Mc Donald's
呆	Méi	Restare, rimanere
霉女	Méinǚ	Bella donna
萌萌哒	Méngméngdā	Adorabile
迷你裙	Mínǐqún	Minigonna
命运共同体	Míngyùn gòngtóngtǐ	Destino comune
木有	Mùyǒu	Non avere
N股	N gǔ	Titoli esteri quotati nella Borsa di NY; nuovi titoli
脑残	Nǎocán	Ritardato
脑洞大开	Nǎodòngdàkāi	Avere un sacco di idee in mente
你懂的	Nǐ dǒng de	Sai com'è
逆袭	Nìxí	Contrattacco
酿紫	Niàngzǐ	In quel modo
柠檬精	Níngméngjīng	Essenza di limone (lett.)
女汉子	Nǚhànzi	Donna mascolina
暖男	Nuǎnnán	Uomo caloroso
朋克族	Péngkèzú	Punk
拼车	Pīnchē	Carsharing

拼吃	Pīnchī	Mangiare in compagnia
拼喝	Pīnhē	Bere (alcolici) in compagnia
拼客	Pīnkè	Persona che si unisce ad altre per risparmiare sui costi; persona che utilizza il servizio di sharing
拼玩	Pīnwán	Divertirsi insieme
POS 机	POS jī	POS per pagamenti
Q 版	Q bǎn	Manga
奇葩	Qípā	Strano
禽流感	Qínlǐúgǎn	Influenza aviaria
区块链	Qūkuàiliàn	Blockchain
确认过眼神	Quèrèn guòyǎn shén	Ti si legge negli occhi
任性	Rènxìng	Ostinato e sconsiderato
融梗	Rónggěng	Plagio
三聚氰胺	Sānjùqíng'àn	Melamina
晒客	Shàikè	Online file sharer
山寨	Shānzhài	Imitazione, contraffazione
神马	Shénmǎ	Cosa?
神器	Shénqì	Strumento high tech
生日 party	Shēngrì party	Festa di compleanno
剩女	Shèngnǚ	Zitella
失联	Shīlián	Cadere la linea
师傅	Shīfu	Master
食男族	Shínánzú	Femmes fatales
试客	Shìkè	Utente shareware; software demo
SIM 卡	SIM kǎ	Scheda SIM

SOS 儿童村	SOS értóngcūn	Comunità per bambini orfani
T 型台	T xíngtái	Passerella, runway
套路	Tàolù	Trucco, trappola
童鞋	Tóngxié	Compagno di classe
土豪	Tǔháo	Nouveau riche
退群	Tuìqún	Abbandonare il gruppo (chat)
VR 技术	VR jìshù	Tecnologia VR
网吧	Wǎngbā	Internet point
网购族	Wǎnggòuzú	E-commerce dipendenti
网红	Wǎnghóng	Celebrità di Internet
微~	Wēi ~	Micro-
微表情	Wēibiǎoqíng	Microespressione
微博客	Wēibókè	Microblog
微机	Wēijī	Microcomputer
微时尚	Wēishíshàng	Microfashion
微支付	Wēizhīfù	Micropagamento
维 C	Wéi C	Vitamina C
维克	Wéikè	Wiki
文明互鉴	Wénmínghùjiàn	Arricchimento reciproco
问题奶粉	Wèntí nǎifēn	Incidente del latte in polvere
我不要你觉得，我要我觉得	Wǒ bú yào nǐ juéde, wǒ yào wǒ juéde	Non mi interessa quello che pensi, l'importante è che lo pensi io
我太难了	Wǒ tài nán le	Non ce la posso fare
我太南了	Wǒ tài nán le	Non ce la posso fare

无知少女	Wúzhī shàonǚ	Intellettuali, donne, minoranze e chi non prende posizioni politiche
稀饭	Xīfàn	Piacere
戏精	Xìjīng	Persona molto drammatica
小 case	Xiǎo case	Banalità
小姐	Xiǎojiě	Signorina, prostituta
小目标	Xiǎo mùbiāo	Obiettivo difficile da raggiungere
新常态	Xīn chángtài	Nuova normalità
颜值	Yánzhí	Indice di bellezza
艳照门	Yànzhàomén	Scandalo sessuale con Cecilia Cheung
姚蜜	Yáomì	Fan della star NBA Yao Ming
一言不合就~	Yīyán bùhé jiù ~	Frequentemente
医助自杀	Yīzhù zìshā	Suicidio assistito
移动 PC	Yìdòng PC	Computer portatile
印客	Yìnkè	Inchiostro per stampante
硬核	Yìnghé	Hardcore (lett.)
油腻	Yóunì	Persona trasandata
游族	Yóuzú	Gamers
有温度	Yǒu wēndù	Trasmettere calore (livello fisico e umano)
友谊的小船, 说翻就翻	Yǒuyì de xiǎochuán, shuō fān jiù fān	Titolo di un manga pubblicato su Weibo
玉米	Yùmǐ	Fan di un cantante
月光族	Yuèguāngzú	Spendaccioni
宅男	Zháinán	Otaku

宅女	Zháinǚ	Otaku
宅族	Zháizú	Nerd
政务公开	Zhèngwù gōngkāi	Rendere pubbliche delle questioni nazionali
职业粉丝	Zhíyè fēnsī	Fan storico, fan accanito
中国梦	Zhōngguó méng	Sogno cinese
肿么了	Zhǒngme le	Come va?
周老虎	Zhōulǎohǔ	Zhou Zhenglong
猪精	Zhūjīng	Persona che continua a ingrassare
猪流感	Zhūliúgǎn	Influenza suina
主要看气质	Zhǔyào kàn qìzhì	Non prestare troppa attenzione all'apparenza
走过场	Zǒuguòchǎng	Agire con superficialità
~ 千万条, ~ 第一条	~ qiānwàn tiáo, ~ dì yī tiáo	Tra ..., ... viene prima di tutto

Bibliografia

- ABBIATI, Magda (1992), *La lingua cinese*, Libreria Editrice Cafoscarina, Venezia.
- ABBIATI, Magda (2003), “Il linguaggio delle parole. Aspetti socioculturali del lessico e dei mutamenti lessicali in Cina” in A. Trampus, U. Kindl (a cura di), *I linguaggi e la storia*, pp. 335-352.
- ABBIATI, Magda (2008), *Grammatica di cinese moderno*, Libreria Editrice Cafoscarina, Venezia.
- BAREATO, Sofia (2018), *La derivazione in cinese: uno studio su corpora dei formanti 族 zú e 党 dǎng*, <http://dspace.unive.it/bitstream/handle/10579/12983/837383-1208217.pdf?sequence=2>, Università Ca' Foscari, Venezia.
- BERRUTO, Gaetano (2004), *Prima lezione di sociolinguistica*, Laterza, Roma-Bari.
- BI, Nick Zhiwei (2011), “An Investigation into English Mixing in Chinese Internet” *Language in World Journal of English Language*, Vol. 1, No. 2, pp. 60-67.
- BO, Gang 薄刚 & HAN, Shuhong 韩淑红 (2016), “Tǎo hànǔyǔgòucífǎ zhī N+X zǔhé” 论汉语构词法之“N + X”组合 (Ricerca sulla combinazione “N+X” nella morfologia cinese) in *Běifāng lùncóng* 北方论丛, No. 3, pp. 62-66.
- BULFONI, Clara (2010a), “Electronic Communication in China”, pp. 535-546.
- BULFONI, Clara (2010b), “Il cinese della Computer-Mediated Communication”, in *Media in Cina oggi: testimonianze e orientamenti*, Franco Angeli, pp. 93-107.
- BULFONI, Clara (2017), *Linguistica cinese. Tendenze e prospettive*, Unicopli, Milano.
- BULFONI, Clara (2018), *Xiēhòuyǔ* 歇后语, ovvero le locuzioni allegoriche con sottinteso, https://air.unimi.it/retrieve/handle/2434/615839/1144853/Bulfoni_xuehouyu.pdf, pp. 1-7, Milano.

CAO, Shanshan 操姗姗 (2018), “Wǎngluò xīncí dǎ call zhī qiǎnxī” 网络新词 “打 call” 之浅析 (Analisi preliminare del neologismo di Internet “打 call”) in *Tǎolùn yú zhēngmíng* 讨论与争鸣, No. 20, pp. 85-87.

CHEN, Lanlan 陈兰兰 (2017), “Hànyǔ xīncíhuì de fānyì” 汉语新词汇的翻译 (Traduzione dei neologismi cinesi) in *Jiāngsū gōngchéng zhíyè jìshù xuéyuàn xuébào* 江苏工程职业技术学院学报, Vol. 14, No. 4, pp. 43-46.

CHEN, Nan 湛楠 (2020), “Lùn yànyǔ yǔyán měi tèzhēng” 论谚语语言美特征 (Discussione sulle caratteristiche principali dei yanyu) in *Zhōngguó mínzú bóllǎn* 中国民族博览, pp. 110-111.

CHEN, Qi 陈琦 & LIANG, Runsheng 梁润生 (2016), “Wǎngluò liúxíngcí de jījí huàiyǔfēnxi —— Jīyú píngjià lǐlùn de tàidu shìjiǎo” 网络流行词的积极话语分析 —— 基于评价理论的态度视角 (Analisi del discorso positivo delle parole in voga di Internet —— Prospettive di atteggiamento basate sulla teoria della valutazione) in *Huáběi zhíyè jìshù xuéyuàn xuébào* 淮北职业技术学院学报, Vol. 15, No. 2, pp. 62-63.

CHEN, Qiuna 陈秋娜 (2017), “Xīn shíqīhànyǔ xīncíyǔ de chǎnshēng jīqì tèdiǎn yánjiū” 新时期汉语新词语的产生及其特点研究 (Ricerca su creazione e caratteristiche dei neologismi cinesi della nuova epoca) in *Lánzhōu jiàoyù xuéyuàn xuébào* 兰州教育学院学报, Vol. 33, No. 11, pp. 48-49.

CHEN, Zhenyan 陈振艳 (2017), “Kǒuyǔ guànyòngyǔ de xíngchéng jīzhì jí yǔtǐ chéngyīn děng xiāngguān wèntí yánjiū” 口语惯用语的形成机制及语体成因等相关问题研究 (Ricerca sui metodi di formazione dei guanyongyu e cause della loro formazione stilistica) in *Běijīng huàgōng dàxué xuébào* 北京化工大学学报, No. 3, pp. 65-71.

CHOUDHURY, Nupur (2014), “World wide web and its journey from web 1.0 to web 4.0” in *International Journal of Computer Science and Information Technologies*, pp. 8096-8100.

CONTI, Sergio (2018), *Formulaicità e idiomacità in cinese LS. L'insegnamento dei chengyu ad apprendenti italofofoni*, Sapienza Università di Roma.

DENG, Renyi 邓仁毅 & LI, Min 李敏 (2020), “Yànyǔ zài wàiyǔ jiàoxué zhōng de yìngyòng yánjiū” 谚语在外语教学中的应用研究 (Ricerca sull'utilizzo dei yanyu nell'insegnamento del cinese come LS) in *Zhōngguó jiāowài jiàoyù* 中国校外教育, pp. 53-54.

DI CORINTO, Arturo (2019), *Internet, una rivoluzione lunga 50 anni. Il 29 ottobre 1969 vengono collegati i primi due computer della rete Arpanet che oggi tutti conosciamo come la “nonna” di Internet*, Articolo 21, <https://www.articolo21.org/2019/10/internet-una-rivoluzione-lunga-50-anni-il-29-ottobre-1969-vengono-collegati-i-primi-due-computer-della-rete-arpanet-che-oggi-tutti-conosciamo-come-la-nonna-di-internet/> [consultato il 08/08/2020]

DONG, Xiao 董笑 (2009), “Zài tán Zhōngguó xīncí xīnyǔ de Yīngyì” 再谈中国新词新语的英译 (Discussione sulla traduzione inglese dei neologismi cinesi) in *Xiàmén jiàoyù xuéyuàn xuébào* 厦门教育学院学报, Vol. 11, No. 4, pp. 68-72.

DOU, Weilin 窦卫霖 & DU, Haizi 杜海紫 (2018), “Zhōngguó dāngxià liúxíng xīncí fānyì de kějiēshòuxìng yánjiū” 中国当下流行新词翻译的可接受性研究 (Ricerca sull'accettabilità di traduzioni delle buzzwords della Cina di oggi) in *Huádōng Shīfàn Dàxué xuébào* 华东师范大学学报, No. 6, pp. 65-71.

GAO, Liwei (2008), “Language change in progress: evidence from computer-mediated communication” in *Proceedings of the 20th North American Conference on Chinese Linguistics (NACCL-20)*, pp. 361-377.

GAO, Sheng (2018), “Wǎngluò cíyǔ guīfàn de yuánzé yú tújìng yánjiū” 网络词语规范的原则与途径研究 (Ricerca su principi e approccio riguardo gli standard delle buzzwords di Internet) in *Wénxué jiàoyù* 文学教育, pp. 18-19.

GAO, Xingyan 高兴艳 & AN, Qian 安乾 (2012), “«Hànyǔ gòucífǎ hé zàocífǎ yánjiū» shùjiè” 《汉语构词法和造词法研究》述介 (Presentazione di “Ricerca sul formazione delle parole e morfologia della lingua cinese) in *Yǔwén xuékān* 语文学刊, pp. 19-20.

GAO, Xingyan 高兴艳 & AN, Qian 安乾 (2018), “Hànyǔ shúyǔ yánjiū de zhèngguǐ yú yàowù” 汉语熟语研究的正轨与要务 (Obiettivi e metodo corretto di ricerca sugli shuyu cinesi) in *Hànyǔ xuébào* 汉语学报, No. 1, pp. 12-19.

GAO, Yan 高岩 (2016), “Chéngyǔ de qǐlái yú láiyuán” 成语的起来与来源 (Origini e fonti dei chengyu) in *Jiāmùsī zhíyè xuéyuàn xuébào* 佳木斯职业学院学报, pp. 350-351.

GAO, Yanhong 高艳红 & MU, Shiyuan 母仕园 (2014), “Xīncí xīnyǔ yú xīn shíqī” 新词新语与新时期 (I neologismi e la nuova epoca) in *Kējiào wénhuì* 科教文汇, No. 296, pp. 80-81.

GAO, Yue 高月 & XU, Mingxing 许明星 (2015), “Chǎngyù hùdòng: wǎngluò liúxíng cíyǔ de shèhuìxué tànxi” 场域互动：网络流行词语的社会学探析 (Interazione su larga scala: indagine sociologica sulle buzzwords di Internet) in *Yánjiūshēng zhī yè* 研究生之页, No. 9, pp. 96-98.

GONG, Guixun 贡贵训 (2018), “Jīn xiàndài hànyǔ yīng yuáncí de hànyì tèzhēng” 近现代汉语英源词的汉译特征 (Caratteristiche della traduzione in cinese delle parole con origini inglesi presenti nella lingua cinese di oggi) in *Wàiguó yǔwén yánjiū* 外国语文研究, No. 2, pp. 66-73.

HASSAN, M. K.; SARHAN, A. M.; EL-DOSOUKI, A. I. (2012), “Semantic Web against Classic Web (Contender or Natural Evolution)” in *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, Vol. 2, No. 9, pp. 54-61.

HE, Bei 河北 & WANG, Zhiyao 王志耀 (2018), “Gāokǎo chéngyǔ shítí fēnlèi jí bèi jiěxī kǎo zhǐdǎo” 高考成语试题分类及备解析考指导 (Classificazione dei quesiti sui

chengyu nel gaokao e analisi delle indicazioni d'esame) in *Zhōngxuéshēng xuéxí bào* 中学生学习报, pp. 11-16.

HE, Zhiyu 何智宇; WANG, Yu 王宇; YE, Xu 叶旭; TAN, Lin 谭麟 & HU, Huiting 胡惠婷 (2017), “Ràng wǎngluò liúxíngcí chōngmǎn zhèngnéngliàng —— Xīn méitǐ huánjìng xià duì dàxuéshēng sīxiǎng dàodé jiànshè de yǐngxiǎng jí duìcè yánjiū” 让网络流行词充满“正能量”——新媒体环境下对大学生思想道德建设的影响及对策研究 (Permettere che le buzzwords di Internet siano piene di energia positiva —— Influenza e contromisure del New Media Environment sulla formazione ideologica e morale degli studenti universitari) in *Xīnán kējì dàxué «gāojiào yánjiū»* 西南科技大学《高教研究》, No. 3, pp. 26-29.

HIREMATH, B. K.; KENCHAKKANAVAR, Anand Y. (2016), “An alteration of the web 1.0, web 2.0 and web 3.0: a comparative study” in *Imperial Journal of Interdisciplinary Research*, Vol. 2, No. 4, pp. 705-710.

HU, Puyang 胡普阳 (2018), “Hànyǔ shúyǔ yánjiū de shénjīng rènzhī shìjiǎo” 汉语熟语研究的神经认知视角 (Punto di vista mentale e cognitivo della ricerca sui shuyu della lingua cinese) in *Běijīng dì èr wàiguóyǔ xuéyuàn xuébào* 北京第二外国语学院学报, No. 2, pp. 114-121.

HU, Qingqing 胡青青 (2019), “Guónèi jìn shí nián wǎngluò rècí yánjiū shù yào” 国内近十年网络热词研究述要 (Punti essenziali della ricerca sulle parole hot di Internet in Cina nell'ultimo decennio) in *Nánhuá Dàxué xuébào* 南华大学学报, Vol. 20, No. 2, pp. 97-102.

HUA, Min 华敏 (2018), “Hànzi de tèxìng duì xiàndài hànyǔ xīncí de yǐngxiǎng” 汉字的特性对现代汉语新词的影响 (Influenza che le caratteristiche dei caratteri cinesi provocano sui neologismi della lingua cinese moderna) in *Dàzhòng wényì* 大众文艺, pp. 167-168.

JIA, Zelin 贾泽林 (2019), “Hànyǔ lèiqiánzhuì hé lèihòuzhuì de bùduìchènghèng fēnxī” 汉语类前缀和类后缀的不对称性分析 (Analisi dell’asimmetria di prefissi e suffissi della lingua cinese) in *Hànzi wénhuà* 汉字文化, No. 21, pp. 66-69.

KANG, Lianjun 康联军 & JI, Lin 吉林 (1996), “Liúxíngcí shì jiě” “流行词” 试解 (Risoluzione delle “buzzwords”) in *Aòmì bǎikē* 奥秘百科, No. 8, p. 42.

LI, Changwen 李昌文 (2012), “Xīn méitǐ liúxíngcíyǔ jiěxī” 新媒体流行词语解析 (Analisi delle buzzwords dei nuovi media) in *Shāndōng shèhuì kēxué* 山东社会科学, No. 2, pp. 74-78.

LI, Li 李利 & LIU, Ying 刘颖 (2014), “Wǎngluò xīncí de gòuchéng tèdiǎn jí fānyì cèlüè” 网络新词的构成特点及翻译策略 (Caratteristiche di composizione e tattiche di traduzione dei neologismi di Internet) in *Shěnyáng yīxuéyuàn* 沈阳医学院, p. 314.

LI, Nan 李楠 & LI, Hong 李红 (2017), “Xiàndài hànyǔ guànyòngyǔ yǐnyù tèdiǎn jí gōngnéng fānyì cèlüè” 现代汉语惯用语隐喻特点及功能浅析 (Analisi preliminare su caratteristiche e funzioni metaforiche dei guanyongyu della lingua cinese moderna) in *Shānxī guǎngbō diànshì dàxué xuébào* 山西广播电视大学学报, No. 2, pp. 20-23.

LI, Ran 李冉 (2015), “Xiǎo yì wēi xx yī zǔ xīncíyǔ” 小议 “微 xx” 一组新词语 (Discutere riguardo I neologismi del gruppo “微 xx”) in *Xīnzhōu shīfàn xuéyuàn xuébào* 忻州师范学院学报, Vol. 31, No. 1, pp. 30-32.

LI, Shanjiang 李杉江 & LI, Jicheng 李纪承 (2016), “Wǎngluò xīncí shuō lüè” 网络新词说略 (I neologismi di Internet in breve) in *Zhōngguó xiàowài jiàoyù zhōngxún kān* 中国校外教育中旬刊, pp. 9-10.

LI, Wenfeng 李文凤 (2007), “Wǎngluò xīncí yǔ hànyǔ guīfàn” 网络新词与汉语规范 (I neologismi di Internet e gli standard del cinese) in *Yùxī shīfàn xuéyuàn xuébào* 玉溪师范学院学报, Vol. 23, No. 5, pp. 72-74.

LI, Xuanqian 李轩骞 (2019), “Wǎngluò xīncí de chǎnshēng yǔ xiāowáng yánjiū” 网络新词的产生与消亡研究 (Ricerca su nascita e caduta in disuso dei neologismi di Internet) in *Wénhuà chuàngxīn bǐjiào yánjiū* 文化创新比较研究, Vol. 27, pp. 85-86.

LI, Xuejiao 李雪娇 (2018), “Xiéyīn lèi wǎngluò xīncí de yǔfǎ yīnyù guān” 谐音类网络新词的语法隐喻观 (Metafore grammaticali dei neologismi di Internet omofoni) in *Kèchéng jiàoyù yánjiū* 课程教育研究, No. 38, p. 11.

LIU, Jinfang 刘锦芳 (2018), “Wǎngluò xīncí de tèdiǎn jí fānyì cèlùè tàn xī” 网络新词的特点及翻译策略探析 (Indagine su caratteristiche e tecniche di traduzione dei neologismi di Internet) in *Zhōukǒu shīfàn xuéyuàn xuébào* 周口师范学院学报, Vol. 35, No. 6, pp. 106-109.

LIU, Xiaojing 刘晓晶 (2019), “Wǎngluò xīncí fānyì tànjiū” 网络新词翻译探究 (Indagine sulla traduzione dei neologismi di Internet) in *Guójì gōngguān* 国际公关, pp. 261-262.

LIU, Ying 刘颖 (2013), “Shì xī Zhōng Yīng hùndācí de shǐyòng tèdiǎn jí liúbiàn —— yǐ Hold zhù wéili” 试析“中英混搭词”的使用特点及流变——以流行词“Hold住”为例 (Caratteristiche di utilizzo ed evoluzione delle “parole ibride tra cinese e inglese”: l’esempio della buzzword “hold住”), in *Xiandai chuānbō*, No. 6, pp. 157-158.

LIU, Ziqiao 刘子侨 (2016), “Hànyǔ shúyǔ tàn xī” 汉语熟语文化探析 (Indagine culturale sui shuyǔ della lingua cinese) in *Kējiào wénhuì* 科教文汇, pp. 154-157.

LU, Zhaoge 吕兆格 (2010), “Xīncí — rècí — liúxíngcí” 新词—热词—流行词 (Neologismi – parole hot – buzzwords) in *Yǔwén zhīshì* 语文知识, No. 3, pp. 52-55.

LUO, Jianjun 罗建军 (2005), “Lùn xīncí de jiàndìng” 论新词的鉴定 (Commento sull’autenticazione dei neologismi) in *Huángshí jiàoyù xuéyuàn xuébào* 黄石教育学院学报, Vol. 22, No. 4, pp. 41-45.

MA, Huijuan 马惠隽 (2015), “Wēi xx xīncízú tànwēi” “微 xx” 新词族探微 (Piccola ricerca sul gruppo di neologismi “微 xx”) in *Ānwēi wénxué* 安徽文学, No. 12, pp. 91-92.

MAGISTRALE, Antonio & BETTINELLI, Jacopo (2019), *CDS - Cinese da strada*, Libreria Editrice Orientalia, Roma.

MANZINI, Giovanni (2015), *Cina, interazione sociale e social network. Progettazione di una piattaforma digitale per favorire l'interazione tra la popolazione cinese e il territorio di Milano*.

MASSAROTTO, Marco (2011), *Social network: costruire e comunicare identità in rete*. Apogeo Editore.

MIAO, Lanbin 苗兰彬 (2013), “Yǔyán jiēchù zhōngwàiyǔ duì hànyǔ gòucífǎ de yǐngxiǎng” 语言接触中外语对汉语构词法的影响 (Influenza del contatto con lingue straniere sulla formazione delle parole in cinese) in *Xiàndài yǔwén* 现代语文, pp. 139-140.

NATH, Keshab; DHAR, Sourish; BASISHTHA, Subhash (2014), “Web 1.0 to Web 3.0-Evolution of the Web and its various challenges” in *2014 International Conference on Reliability Optimization and Information Technology (ICROIT)*. IEEE, pp. 86-89.

NOSHERWAN, Khaliq & WEN, Lanfei 文澜妃 (2020), “Yǔ hànyǔ chéngyǔ duìyìng de wū'ěrdūyǔ yànyǔ jiǎnshù” 与汉语成语对应的乌尔都语谚语简述 (Introduzione ai yanyu della lingua urdu che corrispondono ai chengyu cinesi) in *Wénhuà xué kān* 文化学刊, No. 2, pp. 210-212.

PENG, Xiaolan 彭小兰 & GAO, Lingyun 高凌云 (2019), “Qīngnián shǐyòng wǎngluò xīncí de wénhuà fēnxī” 青年使用网络新词的文化分析 (Analisi culturale dei neologismi di Internet utilizzati dai giovani) in *Sīxiǎng zhèngzhì kè yánjiū* 思想政治课研究, pp. 52-56.

PRATI, Giuliano (2007), *Web 2.0: Internet è cambiato*, UNI service.

SHENG, Li 盛励 (2019), “Yìng hé huǒ biàn wǎngluò, yì wèi shè shén me?” “硬核”火遍网络, 意味着什么? (“Hardcore” spopola su internet, cosa significa?) in *Qúnzhòng* 群众, No. 4, p. 47.

SHIVALINGAIAH, D. & NAIK, Umesha (2008), “Comparative Study of web 1.0, web 2.0 and web 3.0” in *International CALIBER*, pp. 499-507.

SIMONETTA, Biagio (2019), *I 50 anni di Internet, da Arpanet a un mondo da 4 miliardi di utenti*, Il Sole 24 Ore, https://www.ilsole24ore.com/art/internet-compie-50-anni-arpanet-mondo-connesso-AC8GsGv?refresh_ce=1 [consultato il 08/08/2020]

SOLANKI, Manishkumar R. & DONGAONKAR, Abhijit (2016), “A Journey of human comfort: web 1.0 to web 4.0” in *International Journal of Research and Scientific Innovation (IJRSI)*, Vol. 3, No. 9, pp. 124-134.

SUN, Baoxin 孙宝新 (2018), “Gà X lèi wǎngluò liú xíng cí yǔ jiě dú” “尬 X”类网络流行词语解读 (Interpretazione delle buzzwords appartenenti alla categoria “尬 X”) in *Shāndōng nóng yè dà xué xué bào* 山东农业大学学报, pp. 80-86.

SUN, Haoyu 孙浩宇 (2017), “Hàn yǔ guàn yòng yǔ yǔ Zhōngguó wén huà de nèi zài lián xì” 汉语惯用语与中国文化的内在联系 (Relazioni tra guanyongyu e cultura cinese) in *Biān jiāng jīng jì yǔ wén huà* 边疆经济与文化, No. 12, pp. 103-105.

TIAN, Zhicun 田智存 (2019), “Wǎngluò xīn cí zōng lùn” 网络新词综论 (I neologismi di Internet in breve) in *Wén huà chuàng xīn bǐ jiào yán jiū* 文化创新比较研究, No. 26, pp. 76-77.

TOSCO, Alessandro (2012), “Le parole che vengono da fuori. I forestierismi nella lingua cinese contemporanea”, in *Kervan – Rivista Internazionale di studi afroasiatici*, No. 15, pp. 75-97.

TRENTIN, Giorgio (2017), *Chengyu: cento aforismi della tradizione cinese. Volume primo*, Quodlibet, Macerata, Roma.

WANG, Chengjie 王成杰 (2017), “Duiwài hànyǔ jiàoxué zhōng guànyòngyǔ jiàoxué tàntǎo” 对外汉语教学中惯用语教学探讨 (Indagine sull’insegnamento dei guanyongyu nei corsi di lingua cinese all’estero) in *Kèchéng jiàoyù yánjiū* 课程教育研究, No. 47, p. 50.

WANG, Dechun 王德春 & YANG, Suying 杨素英 & HUANG, Yueyuan 黄月圆 (2003), *Hàn Yīng yànyǔ yǔ wénhuà* 汉英谚语与文化 (*I proverbi cinesi e inglesi e la cultura*), 上海外语教育出版社.

WANG, Jia 王佳 (2019), 浅析网络流行语“XX系” in 现代语文, No. 8, pp. 94-98.

WANG, Qian 王倩 (2014), 基于新词新语的词语模对汉语词汇系统的影响 in 晋中学院学报, Vol. 31, No. 2, pp. 102-105.

WANG, Qiang 王蔷 (2011), “Xiàndài hànyǔ gòucífǎ yánjiū shìjiǎo zōngshù” 现代汉语构词法研究视角综述 (Riassunto della ricerca sulla formazione delle parole nella lingua cinese moderna) in *Yǔyán wénxué* 语言文学, pp. 60-61.

WANG, Qing 王青 (2016), “Qiǎnxī hànyǔ shúyǔ zhōng de dòngwù guànyòngyǔ” 浅析汉语熟语中的动物惯用语 (Analizzare i guanyongyu, appartenenti ai shuyu della lingua cinese, che hanno a che fare con gli animali) in *Yǔyán yánjiū* 语言研究, pp. 124-126.

WANG, Shaodi 王少娣 (2010), “Dui jìnniánlái méitǐ liúxíngcí de Yīngyì yánjiū” 对近年来媒体流行词的英译研究 (Ricerca sulla traduzione inglese riguardo le parole in voga sui media negli ultimi anni) in *Xīnwén àihào zhě* 新闻爱好者, pp. 100-102.

WANG, Siqi 王思齐 (2018), “Qiǎnxī liúxíngcí de chǎnshēng jí fāzhǎn” 浅析流行词的产生及发展 (Analisi di creazione e sviluppo delle buzzwords) in *Wényì zátán* 文艺杂谈, pp. 136-137.

WANG, Xuan 王旋 (2019), “Rènzhī yǔyánxué shìyù zhōng duì xīncí qún XX zú de fēnxī” 认知语言学视阈中对新词群“XX族”的分析 (Analisi dei neologismi appartenenti al

gruppo XX 族 dalla prospettiva della linguistica cognitiva) in *Xiàndài jiāojiè* 现代交际, No. 20, pp. 107-108.

WANG, Yu'e 王玉娥 (2018), "Wǎngluò yǔyán duì xiàndài hànyǔ fāzhǎn de yǐngxiǎng" 网络语言对现代汉语发展的影响 (L'influenza del linguaggio di Internet sullo sviluppo della lingua cinese moderna) in *Sùzhōu jiàoyù xuéyuàn xuébào* 宿州教育学院学报, Vol. 21, No. 6, pp. 29-31.

WANG, Yuanyuan 王园园 (2016), "Hànyǔ xiēhòuyǔ de rènshī yǔyòng jiědú —— jīyú guānlián lǐlùn hé gàiniàn zhěnghé lǐlùn" 汉语歇后语的认知语用解读 —— 基于关联理论和概念整合理论 (Interpretazione cognitiva e pragmatica dei xiehouyu della lingua cinese basata sulla teorie delle rilevanza e quella di integrazione concettuale) in *Zhōngguó shìchǎng* 中国市场, No. 22, p. 276.

XIA, Xiuwen 夏秀文 (2009), "Jīyú yǔliàokù de hànyǔ chéngyǔ yuánxíng yǔfǎ gōngnéng fēnxī" 基于语料库的汉语成语原型语法功能分析 (Analisi dei prototipi di funzioni grammaticali dei chengyu della lingua cinese nel corpus linguistico) in *Jinán dàxué huáwén xuéyuàn xuébào* 暨南大学华文学院学报, pp. 33-39.

YANG, Huisheng 杨慧盛 (2015), "Hànyǔ xiēhòuyǔ de tīyàn xìng jíqí rènzhī shíjiē" 汉语歇后语的体验性及其认知识解探析 (Analisi del processo cognitivo e di apprendimento dei guanyongyu della lingua cinese) in *Húběi kējì xuéyuàn xuébào* 湖北科技学院学报, Vol. 35, No. 2, pp. 119-121.

YE, Yun 叶蕴 & SUN, Daogong 孙道功 (2020), "Wǒ xiǎng shuō, wǒ tài nán le" 我想说, "我太难了" (Come dire, "non ce la posso fare") in *Yǔwén jiànshè* 语文建设, pp. 72-74.

ZHANG, Ke 张科 (2009), "Hànyǔ gòucí fǎ yánjiū zōngshù" 汉语构词法研究综述 (Riassunto della ricerca sulla formazione delle parole del cinese) in *Yǔwénxué kān* 语文学刊, pp. 64-66.

ZHANG, Lei 张磊 (2019), “Cóng diànzǐyóujiàn dào cí méitǐ: Zhōngguó wǎngluò yǔyán sānshí nián fāzhǎn lìchéng yánjiū” 从电子邮件到词媒体：中国网络语言三十年发展历程研究 (Dalle e-mail ai messaggi sui social media: ricerca sullo sviluppo trentennale del linguaggio di Internet in Cina) in *Xīnwén àihào zhě* 新闻爱好者, pp. 86-90.

ZHANG, Mei 张美 & WANG, Rongyuan 王荣媛 (2019), “Shēngtài fānyìxué shìjiǎo xià de hànǔ xīncí yīngyǔ cèlüè fēnxī” 生态翻译学视角下的汉语新词英译策略分析 (Analisi sulle tecniche di traduzione in inglese dei neologismi della lingua cinese da una prospettiva di traduzione in ambito ecologico) in *Yīngyǔ jiàoshī* 英语教师, No. 13, pp. 86-88.

ZHANG, Qiuyi 张秋逸 (2017), “Yǔyán lèituī shìjiǎo xià de Zhōngguó wǎngluò liúxíngcí” 语言类推视角下的中国网络流行词 (Parole in voga di Internet cinesi dal punto di vista delle analogie linguistiche) in *Yǔyán wénxué dà lùntán* 语言文字大论坛, No. 13, pp. 5-7.

ZHANG, Shumei 张淑梅 (2009), “Shānzhài, dǎ jiàngóu děng wǎngluò rècí zhī wǒjiàn” “山寨”、“打酱油”等网络热词之我见 (Mia opinione su “copione”, “non sono affari miei” e altre parole hot in rete) in *Kējiào wénhuì* 科教文汇, p. 263.

ZHANG, Xinwen 张馨文 & GUO, Bin 郭滨 (2019), “Cóng shèhuì fāzhǎn kàn hànǔ xīncí de biànhuà” 从社会发展看汉语新词的变化 (L’evoluzione dei neologismi della lingua cinese a partire dallo sviluppo sociale) in *Jiāngxī diànlì zhíyè jìshù xuéyuàn xuébào* 江西电力职业技术学院学报, Vol. 32, No. 2, pp. 136-138.

ZHONG, Zhouhai 钟舟海 (2009), “Wǎngluò liúxíng cíyǔ qiǎnxī” 网络流行词语浅析 (Analisi preliminare sulle buzzwords di Internet) in *Yǔwénxué kān* 语文学刊, pp. 122-124.

ZHU, Xi 朱曦 (2013), “Móyīn lùn shìjiǎo xià wǎngluò xīncí” 模因论视角下网络新词的英译 (Traduzione inglese dei neologismi di Internet utilizzati nei meme) in *Wúxī zhíyè jìshù xuéyuàn xuébào* 无锡职业技术学院学报, Vol. 12, No. 6, pp. 64-67.

ZHUO, Yixuan 卓奕璇; DENG, Yongting 邓泳婷 & WANG, Shuoquan 王硕泉 (2019), “Jīyú yányǔ dàimǎ lǐlùn de wǎngluò xīncí fānyì yánjiū” 基于言语代码理论的网络新词翻译研究 (Ricerca sulla traduzione dei neologismi di Internet sulla base delle teorie sul codice del linguaggio) in *Qiányán* 前沿, pp. 14-16.

Dizionari di riferimento

Ai ciba 爱词霸, <http://www.iciba.com/>, [ultimo accesso: 21/09/2020]

CASACCHIA, Giorgio & BAI, Yukun 白玉崑 (2015), *Dizionario Cinese – Italiano*, Libreria Editrice Cafoscarina, Venezia.

Pleco Software per iPhone e iPad (iOS), <https://www.pleco.com>, [ultimo accesso: 21/09/2020]

Treccani, il portale del sapere, <http://www.treccani.it/> [ultimo accesso: 10/08/2020]

Youdao fanyi 有道翻译, <http://fanyi.youdao.com/> [ultimo accesso: 21/09/2020]

Sitografia

Articolo 21 – Il dovere di informare il diritto di essere informati, <https://www.articolo21.org/> [ultimo accesso: 08/08/2020]

Baïke Baidu, <https://www.baidu.com/> [ultimo accesso: 08/09/2020]

Bilingue per gioco, *Code mixing e code switching*, <https://bilinguepergioco.com/2009/01/18/code-mixing-e-code-switching/> [consultato il 15/07/2020]

Biografie online, *Google, biografia*, <https://biografieonline.it/biografia-google> [consultato il 11/08/2020]

CINA in ITALIA 世界中国, *Cinesi in chat, lo slang dei messaggi*,
https://cinainitalia.com/2019/03/25/cinesi-in-chat-lo-slang-dei-messaggi/#I_neologismi
[consultato il 29/05/2020]

Duitang 堆糖, <https://www.duitang.com/blog/?id=680826867> [consultato il 16/08/2020]

Foreign Policy, *China bans use of English – and Chinglish – in media*,
<https://foreignpolicy.com/2010/12/22/china-bans-use-of-english-and-chinglish-in-media/> [consultato il 15/07/2020]

Il Manifesto, *We Chat e l'idea cinese*, <https://ilmanifesto.it/we-chat-e-idea-cinese/>
[consultato il 12/08/2020]

Il Sole 24 Ore, <https://www.ilsole24ore.com/> [ultimo accesso: 08/08/2020]

Internet World Stats, <https://www.internetworldstats.com/> [ultimo accesso: 10/08/2020]

Oxford Internet Institute, <https://geography.oii.ox.ac.uk/?page=home> [ultimo accesso:
28/05/2020]

Retex, *WeChat, la storia della piattaforma più popolare in Cina*
<https://www.retexspa.com/china-mag/wechat-cina> [consultato il 12/08/2020]

Search Advertising, digital marketing magazine, *Google N°1 Nelle Ricerche: Ma È Dappertutto Così?* <https://www.searchadvertising.it/2016/04/google-n-1-nelle-ricerca-dappertutto-cosi/> [consultato il 11/08/2020]

Sohu 搜狐网, <https://www.sohu.com/> [ultimo accesso: 08/09/2020]

Tencent 腾讯 <https://www.tencent.com/en-us/index.html> [ultimo accesso: 12/08/2020]

Vincos Blog, *La mappa dei social network nel mondo – gennaio 2019*
<https://vincos.it/2019/02/18/la-mappa-dei-social-network-nel-mondo-gennaio-2019/>
[consultato il 11/08/2020]

Weibo, <http://weibo.com/overseas> [ultimo accesso: 23/08/2020]

Ringraziamenti

Ho iniziato la mia avventura a Ca' Foscari con determinazione e coraggio, ma anche pieno di insicurezze e paura di non farcela. Ho affrontato un percorso non solo di formazione ma anche di cambiamento, il quale mi ha permesso di avvicinarmi sempre più alla persona che voglio diventare. Al termine di questo percorso ho imparato ancora di più ad apprezzare la diversità, anche e soprattutto per il popolo cinese che da noi è distante anni luce, e la mia mente è sempre più aperta e, ora più che mai, pronta per il mondo degli adulti e del lavoro.

Ringrazio la mia grande e allargatissima famiglia, c'è chi mi ha permesso di studiare a Venezia e si è fidato di me, chi mi ha sostenuto e chi si è interessato del mio percorso. Mamma Paola e papà Luca hanno creduto in me e mi hanno permesso di studiare lontano da casa; Alessia, mia sorella, avrà passato due anni in tranquillità ma mi ha sempre riservato un abbraccio quando tornavo a casa. E come dimenticare il mio gattino Matisse, un santo, che si lasciava strapazzare di coccole. Grazie a Silvana e Orlando che continuano a crescermi da 24 anni a questa parte e ad Anna e Gino che, ovunque siano ora, saranno sicuramente fieri di me. Grazie ai prozii Franca, Mario e Silverio. Grazie a tutti gli altri miei parenti che in questi anni si sono interessati del mio percorso: Sara, Maurizio, Daniela, Mauro, Massimo, Stefano, Pia, Raffaella, Luca, Antonella, Gianni, Linda, Matteo, Elisa, Andrea, Francesca, Gabriele, Clara, Irene, Stefano il "tatino", Simone e Fabio.

Un altro grazie va a Mattia, che da diversi anni mi supporta e mi sopporta, fornendomi sempre l'appoggio necessario per affrontare le difficoltà e spronandomi. Mi ha aiutato molto e ha creduto in me anche quando pensavo di non farcela. Lo ringrazio davvero tanto, è anche grazie a lui che ce l'ho fatta; mi offriva giornate e serate di pura allegria e spensieratezza, distraendomi dalla pressione di corsi ed esami. È stato, è e sarà il miglior compagno di avventure; il Giappone è stata la migliore per ora: ci siamo persi, sperimentato cose nuove, messo alla prova le nostre abilità, la nostra capacità di adattamento e noi stessi. È anche grazie a questo viaggio fatto con lui se sono la persona che sono adesso. Grazie anche alla sua famiglia che mi dà sempre il benvenuto e che mi ha ospitato durante i due mesi di quarantena.

Grazie alla mia relattrice e professoressa Daniela Rossi, in lei ho trovato non solo competenza, ma anche simpatia e serenità. I suoi consigli, dai più semplici ai più articolati, sono stati per me molto utili ed efficaci per la realizzazione della mia tesi ed è stata capace di aiutarmi in un momento di blocco della scrittura (ma non di idee, quelle forse sono state anche fin troppe!). Abbiamo avuto un bel dialogo in questi mesi e sono felice di averla scelta. Grazie anche a tutti gli altri professori che mi hanno accompagnato in questi due anni veneziani: le professoressse Marenzi, Abbiati e De Giorgi, i professori Lafirenza, Cavalieri, Brombal, Zanini e Samarani e, ultime ma non ultime, le collaboratrici linguistiche 牛老师, 祝老师 e 刘老师.

Riservo un grazie particolare per la professoressa Clara Bulfoni, mia insegnante di cinese negli anni della triennale all'Università degli Studi di Milano. In lei ho trovato un punto di riferimento, siamo rimasti in contatto dopo il mio trasferimento a Ca' Foscari per la magistrale ed è stata una fonte d'ispirazione per la stesura di questa tesi. La ritengo la mia "mamma accademica", se la mia passione per il cinese è così forte è anche grazie a lei che ha saputo trasmettermi la sua con grande competenza, diligenza, costanza, dolcezza, serenità e simpatia. Condividiamo lo stesso amore (il cinese) e gli stessi interessi (la linguistica cinese e l'evoluzione della lingua). Sono molto contento e grato per averla incontrata e conosciuta, avrà sempre un posto a lei riservato nel mio cuore.

Grazie alle amiche che ho perso e a quelle nuove che mi hanno accolto a braccia aperte: Simona, Marzia, Claudia e Greta. Sono state una colonna di appoggio in questo percorso, caratterizzato sì da spensieratezza, ma anche da ansie e preoccupazioni, tanti testi in lingua da leggere, studiare e ripetere un sacco di volte e molte, se non moltissime, traduzioni dal cinese all'italiano e dall'italiano al cinese a volte così difficili da strapparsi i capelli. Traduzioni sempre limabili o perfettibili, esultavamo quando ci usciva una frase perfetta e senza sbavature, ma nonostante questo ce l'abbiamo fatta insieme. Rifarei tutto un'altra volta, senza nemmeno pensarci.

Grazie agli amici che mi sono sempre stati vicino, anche a quelli lontani ma vicini col pensiero e col cuore, che mi terrò stretti per la vita. Un grazie speciale, fra questi, va a Monica e Beatrice, le mie お姉ちゃん: in loro vedo, da cinque anni a questa parte, un porto sicuro per sfogarmi e per essere felice, per me sono delle sorelle. Grazie per ogni follia fatta insieme, dalle abbuffate al sushi alle giornate passate a studiare e ripetere

centinaia di kanji. Per voi riservo una parola molto speciale: 素晴らしい. Grazie anche alla mia compare Jessica, della quale so di potermi sempre fidare e con la quale ho condiviso per tre anni quasi ogni avventura universitaria, in particolare la paura del microfono con 孙老师.

Grazie alla gang composta da Mattia (ancora), Erika, Lisa, Jessica e Andrea. “Cosa facciamo sabato?”, “Dove andiamo a mangiare?”, “Domani sera Paradello?”, “Ho voglia di Evergreen!”, “Oppure potremmo andare al bowling, sicuramente Mattia e Lisa non dicono di no”. Grazie perché i momenti con voi non si scordano mai.

Grazie alla famiglia del palio mombellese che nel periodo invernale mi riserva sempre grasse risate e momenti indelebili: Antonella, Gianni, Fabio e Simone (ancora), per poi continuare con Antea, Letizia, Francesca R., Gregory, Beppe, Salvatore, Francesca M., Vasco, Federica la “presidentissima” e tutti gli altri. Mi auguro sempre che ci siano ancora tanti bicchierini di limoncello e tante spaghettonate aglio e olio in futuro.

Grazie alla lingua cinese che mi ha aperto gli orizzonti: a distanza di anni non rimpiango la mia scelta spavalda, difficile e temeraria. Guardando indietro a volte mi chiedo molto spontaneamente “Ma chi me lo ha fatto fare?”. In effetti ci vuole coraggio, tanto coraggio e sangue freddo per fare una scelta del genere.

L’ultimo grazie è rivolto a me, che ho permesso che succedesse tutto questo. In questi lunghi anni di studi (che sono ben 18, l’equivalente di una maggiore età) sono cambiato molto, attraversando infanzia, pubertà, adolescenza e giovinezza; ho imparato ogni anno ad amare sempre più me stesso e non solo gli altri, capendo quali sono i miei obiettivi, raggiungendoli e prefissarmene di nuovi: la mia intenzione è quella di alzare ogni volta l’asticella perché sì, la fatica è tanta, ma quanto è bella la soddisfazione di quando si raggiunge un obiettivo che sembrava così lontano? Quest’esperienza di vita e questa tesi faranno sempre parte di me e saranno motivo d’orgoglio per me e i miei cari.

« If you can't love yourself, how in the hell you gonna love somebody else? »

Rupaul Charles

Marco