

## Gli alpha e i beta. La lingua della uomosfera nelle comunità online italiane<sup>3</sup>

### *Abstract*

This paper investigates communication practices used in online environments attributable to the so-called manosphere, with the aim of providing a first description of the variety of language used by the writers. To this end, a corpus consisting of data from blog and website from the manosphere was collected. Quantitative and qualitative analysis shows the construction of specific gender ideologies through different linguistic strategies; furthermore, the analysis shows that while the Italian manosphere shares several features with other Internet language varieties, it also includes some unique linguistic characteristics.

### 1. *Mascolinità e uomosfera online*

Negli ultimi anni molti studi sono stati dedicati al fenomeno della cosiddetta *manosphere* (spesso tradotta in ambito italiano come 'maschiosfera', cfr. la traduzione italiana del testo *Femmine*, di Andrea Long Chou, ma anche come 'uomosfera', così come si è scelto di fare in questo contributo<sup>4</sup>), intendendo con questo termine la galassia di spazi di discussione presenti online dedicati principalmente a sviscerare i problemi delle relazioni tra i generi e ad affrontare il problema della sempre maggiore difficoltà, da parte di individui di sesso maschile, nel trovare una compagna all'interno del cosiddetto mercato dello scambio sessuale, a causa di una pervasiva ideologia misandrica portata avanti dai movimenti femministi (cfr. Marwick & Caplan 2018 per una storia del termine *misandria* nella uomosfera). I gruppi della uomosfera possono essere definiti a tutti gli effetti delle comunità di pratica caratterizzate da rapporti omosociali verticali, che contribuiscono cioè a mantenere

---

<sup>1</sup> Università di Siena.

<sup>2</sup> Università di Pavia.

<sup>3</sup> Il contributo è stato concepito congiuntamente dalle due autrici; ai soli fini accademici, si attribuiranno i paragrafi 1, 1.1, 2, 3.3 a Rosalba Nodari, e 1.2 e 3.1 a Ilaria Fiorentini. Il paragrafo 4 va attribuito a entrambe le autrici.

<sup>4</sup> Reputiamo che la traduzione 'uomosfera' renda conto al meglio del termine inglese e dei valori simbolici a esso soggiacenti. La rete di comunità definibile eticamente come *manosphere* ha a che fare con i processi di socializzazione dell'individuo di sesso maschile: il termine 'uomosfera', più che 'maschiosfera', porrebbe quindi l'accento sul ruolo di genere piuttosto che sul sesso biologico dell'individuo. La 'uomosfera' farebbe così riferimento alle pratiche necessarie a mettere in scena un ruolo di genere congruente con il sesso biologico, per quanto la distinzione tra sesso biologico e genere non venga percepita come rilevante dalla comunità stessa.

i soggiacenti rapporti di potere presenti all'interno nella società, come l'assenza di una equa ripartizione di risorse sociali, economiche e finanziarie tra i due sessi (cfr. Paechter 2003). La cultura partecipativa che caratterizza le comunità online tende, infatti, ad alimentare le rappresentazioni collettive di credenze condivise e a rafforzare le ideologie diffuse all'interno di specifiche comunità (Dynel 2021). Si tratta dei cosiddetti meccanismi di *echo-chamber*, per cui vengono a costituirsi comunità epistemiche chiuse che creano una significativa disparità di fiducia tra membri e non membri, all'interno delle quali gli utenti esterni alla comunità vengono screditati, amplificando al contempo le credenziali epistemiche dei membri (Nguyen 2020: 146). La fruizione di opinioni che rispecchiano la propria visione del mondo, rafforzandola, contribuisce inoltre a una livellazione che porta all'adozione di scelte linguistiche comuni all'intera comunità (Bondi & Sanna 2022).

Proprio l'essere una costellazione di comunità di pratica nata su Internet a partire da istanze presenti nella società rende la uomosfera un qualcosa dai confini altamente sfumati. Secondo le parole di Nagle (2018[2017]: 125) questa può infatti andare "dall'attivismo progressista in difesa delle persone di sesso maschile [...] fino agli angoli più bui di Internet, pieni di gente ossessionata dal celibato involontario, carica d'odio e di risentimento, e capace di giungere a spaventosi livelli di misoginia". È bene sottolineare come sia riduttivo intendere la uomosfera come esclusivamente collocata all'estrema destra dello spettro politico e come popolata esclusivamente da maschi bianchi eterosessuali: ciò che contraddistingue quest'universo, indifferente dai posizionamenti politici e dagli orientamenti sessuali dei soggetti, è un sentire comune relativamente a una suddetta nuova cultura femminista del politicamente corretto che mette da parte le istanze più 'naturali' degli esseri umani di sesso maschile (Marwick & Lewis 2017: 13). È inoltre fondamentale ribadire come il suo costituirsi ed esistere su Internet sia uno degli elementi fondamentali che caratterizzano la uomosfera, rendendola così distinta da qualsiasi discorso sessista o misogino presente nella quotidianità.

Uno spoglio delle principali piattaforme online su cui questi gruppi si sono costituiti (prima tra tutte la board anonima *Achan*) dimostra che la galassia della uomosfera è composita e costituita da gruppi che si autodichiarano in mutua esclusione tra loro, per quanto i rapporti reciproci tra i suddetti gruppi siano contraddistinti da una geometria fluida e variabile (Ging 2019). Nell'universo della uomosfera si possono così ricostruire almeno cinque diverse sottocomunità, contraddistinte da altrettanti modi di 'fare mascolinità': 1) *Pick Up Artist*, sedicenti esperti della seduzione che costituiscono spesso gruppi di supporto e aiuto per uomini; 2) *MRA – Men Right activists*, attivisti propugnatori di una mascolinità a rischio; 3) *MGTOW Men Going Their Own Way*, ossia uomini che hanno deciso di autoescludersi dalla competizione ginocentrica, rifiutando gli intercorsi con le donne; 4) *Incel – Involuntary Celibate*, o celibi involontari, individui che non ritengono sia per loro possibile trovare una partner poiché non rispondenti ai requisiti di attrattività; 5) *Redpillati*, ossia uomini

che hanno ingoiato la cosiddetta pillola rossa<sup>5</sup>, che permette loro di vedere il mondo così com'è, scevri dal condizionamento dell'ideologia femminista. Per quanto, come detto, la uomosfera sia estremamente composita, la ricerca ha messo in luce una serie di elementi costitutivi che si ritrovano in tutte le sottocomunità, quali in particolare i) l'oggettivazione del rapporto tra i sessi con conseguente svalutazione e deumanizzazione dell'universo femminile, ii) l'utilizzo di uno specifico registro linguistico, iii) la costruzione di diverse gerarchie di mascolinità che ridefiniscono il rapporto tra i sessi, iv) la presenza, seppur non pervasiva, di rapporti omosociali spesso di tipo tossico (Ging 2019; Cannito et al. 2021 per il contesto italiano).

Sebbene le diverse sottocomunità tendano a porre stretti confini e a ribadire criteri di *ingroup* e *outgroup* (soprattutto nei confronti della sottocomunità *incel*), è comunque difficile determinarne in maniera netta i confini, dal momento che gli utenti tendono a frequentare diversi gruppi online. È inoltre complesso dare una definizione tassonomica della uomosfera e dei discorsi da essa portati avanti distinguendone, in maniera incontrovertibile, i discorsi dalle più generali istanze misogine, antifemministe e patriarcali spesso presenti nella società. A tale proposito è stata teorizzata l'esistenza di una uomosfera centrale affiancata da altre uomosfere cosiddette periferiche, ossia quei luoghi di incontro virtuali e reali, caratterizzati da rapporti omosociali tra individui di sesso maschile, in cui non è esplicitamente tematizzato il discorso relativo alla questione maschile, ma in cui circolano comunque discorsi che contribuiscono a una svalutazione e oggettivazione delle donne (Scarcelli 2021).

Un ulteriore problema riguarda infine la transnazionalità di queste comunità che, nate in contesto statunitense, sono state poi interessate da processi di riterritorializzazione: da questo punto di vista le diverse uomosfere si pongono a cavaliere fra l'appropriazione di linguaggi, riferimenti e modelli culturali di stampo americano e la ricreazione di linguaggi locali, con esiti spesso in opposizione con le comunità originali di riferimento. Valga come esempio il rapporto che esiste tra la uomosfera americana e i gruppi dell'*Alt right* – la cosiddetta destra alternativa statunitense che si è sviluppata su Internet nel periodo antecedente la campagna presidenziale del 2016, di supporto al candidato Donald Trump – spesso messo in questione dalle comunità italiane.

### 1.1 La *facies* linguistica della uomosfera

Il registro linguistico pare essere uno degli elementi che contribuiscono a definire i gruppi della uomosfera, giacché è proprio attraverso il linguaggio che gli utenti riescono a determinare una modalità discorsiva violenta, attraverso meccanismi semantici che contribuiscono alla reificazione dei rapporti uomo-donna (Gotell & Dutton 2016; Baele et al. 2023; Dordoni & Magaraggia 2021 per il contesto italiano). A causa del suo focus espressamente misogino esso viene solitamente descritto

<sup>5</sup> La metafora fa riferimento al film "Matrix" (1999). Nella pellicola viene offerta al protagonista, Neo, la scelta di ingoiare due diverse pillole: la pillola blu gli consentirebbe di vivere ancora in una condizione illusoria, mentre la pillola rossa gli permetterebbe di vedere la realtà per quella che è davvero. Il continuo riferimento alla pillola rossa da parte della uomosfera fa così riferimento a una sorta di disvelamento del mondo, di 'illuminazione' che permette di avere accesso al reale stato delle cose.

come *E-bile*: il termine, coniato da Jane (2014), descrive una varietà di atteggiamenti aggressivi tipici di Internet caratterizzati da toni misogini e omofobici che portano a una normalizzazione delle minacce di stupro e di morte, colpevolizzazione delle vittime di violenza sessuale, minacce di morte, violenza grafica, ecc. Altri studi definiscono il linguaggio della uomosfera come uno specifico caso di *gendertrolling*, ossia un'attività di *trolling*<sup>6</sup> finalizzata a silenziare le donne tramite insulti e minacce basati sul genere (Mantilla 2013), o, nel caso specifico dell'inglese, di *rapeglisb* (Jane 2018). Diversi sono gli ambiti della linguistica che, nel corso degli ultimi anni, si sono interessati alla uomosfera. Essa è comunemente studiata innanzitutto dalla sociolinguistica dedicata a investigare il rapporto tra lingua e mascolinità (i. e. LMS, 'language and masculinities studies', Lawson 2020): i lavori sociolinguistici di questo ambito, interessati a sondare in che modo è possibile costruire linguisticamente una qualche forma di mascolinità, sono attenti al modo in cui si costruiscono diverse identità maschili nella uomosfera (Lawson 2017, 2020; Russell 2021). Numerosi sono poi gli studi condotti con strumenti di linguistica computazionale e con la metodologia dell'analisi critica del discorso che, facendo uso di misure quantitative, sono interessati al modo in cui i discorsi della supremazia tra i sessi vengono costruiti linguisticamente, concentrandosi sulle parole più frequenti presenti all'interno delle diverse comunità online, sul modo in cui vengono rappresentate le identità di genere maschili e femminili, sul contenuto dei *post*, su eventuali profilazioni del profilo degli scriventi (cfr. Jaki et al. 2019; LaViolette & Hogan 2019; Farrell et al. 2019; Krendel 2020). Significativamente, minori sono gli studi interessati invece a collocare i fenomeni linguistici della uomosfera all'interno del più ampio ombrello della comunicazione mediata da computer (ma cfr. Hardaker & Glashan 2015, sebbene non prettamente riferito alla uomosfera). Purtroppo, la specificità della uomosfera riguarda proprio il suo essere a tutti gli effetti una comunità online, intesa come una rete di individui interconnessi che si impegnano in una comunicazione regolare all'interno di uno spazio virtuale (Androutsopoulos 2007: 283). Le comunità online esprimono solitamente delle proprie ideologie, in accordo o in disaccordo con le ideologie più pervasive presenti nella società, ma in virtù del loro statuto mediatico si esprimono e si co-costruiscono linguisticamente. Generalmente, i membri di tali comunità condividono un interesse o uno scopo comune, sviluppano relazioni sociali e un set di norme interazionali e linguistiche comuni; di conseguenza, tenderanno a modellare la loro lingua su quella del gruppo con cui desiderano essere identificati (Sebba 2007), cooperando alla costruzione del significato e, allo stesso tempo, mettendo in mostra la loro "communicative virtuosity" (Androutsopoulos 2007: 285) in funzione di un pubblico.

Sinora gli studi si sono concentrati principalmente sull'ambito anglofono, mentre non risulta una sufficiente quantità di lavori dedicati al fenomeno in contesto ita-

---

<sup>6</sup> Il termine *trolling* viene usato per descrivere un certo tipo di comportamento verbale online in cui un utente sceglie di intralciare una discussione attraverso l'invio di messaggi provocatori o fuori tema che hanno lo scopo di ingannare i partecipanti alla conversazione e, al tempo stesso, intrattenere gli altri utenti che sono in grado di percepire lo scherzo (Dynel 2016: 375).

liano. Fanno eccezione un numero monografico della rivista scientifica *About Gender* (2021), contenente saggi con alcune considerazioni linguistiche, e Gemelli (2022), dedicato specificamente a un forum della comunità *incel*. Il lavoro qui presentato vuole essere un tentativo esplorativo per colmare questa lacuna, analizzando materiale proveniente principalmente da spazi online riconducibili alla cosiddetta metafora della pillola rossa, o *redpill*: la scelta di concentrarsi specificamente alla *redpill* è motivata dal fatto che questi gruppi sembrano più impegnati nella costruzione di una ideologia vera e propria, rispetto a quanto avviene, ad esempio, nella comunità *incel*.

## 1.2 Varietà del web e identità online

Prima di passare alla descrizione di alcune delle principali caratteristiche della varietà di italiano impiegata nella uomosfera, va sottolineato un fondamentale aspetto legato alla costruzione dell'identità online: lo pseudonimo, o *nickname* (cfr. Pistolesi 2004). Fin dagli albori, Internet è stato uno spazio in cui le identità sono state create e modellate a piacimento dagli utenti anche attraverso gli pseudonimi, che hanno permesso loro di stabilire “as many different *alter personae* as they wished” (Deumert 2016: 569). All'interno di una comunità online (qui intesa, con Androutsopoulos 2007: 283, come un network di “interconnected individuals who engage in regular communication in a virtual space”, i cui membri condividono un interesse o uno scopo comune, sviluppano relazioni sociali e, spesso, anche un set di norme interazionali e linguistiche comuni), i partecipanti hanno a disposizione una varietà di risorse per creare in modo interattivo “identifiable personalities for themselves” (Baym 1998: 56); tra queste, troviamo anche “the choice of screen names and message signatures”, oltre naturalmente all'uso di una varietà in-group (Androutsopoulos 2006: 423). Nelle comunità online, dunque, le risorse del medium (“interactivity, multimodality, and easy access to media production”, Androutsopoulos 2007: 282) sono sfruttate al fine di (ri)creare identità, vere o fittizie, attraverso procedimenti (perlopiù ludico-scherzosi, che si possono esprimere attraverso il nome (lo pseudonimo) e attraverso la (varietà di) lingua.

Per quanto riguarda in prima battuta la creazione dell'identità attraverso il nome, va ricordato come già dai primi Duemila i social media abbiano scoraggiato anonimie e pseudonimia: gli utenti sono incoraggiati a usare i loro nomi reali e creare identità il più fermamente radicate possibile nelle pre-esistenti identità offline (Deumert 2016: 569). Knuttila (2011) parla di “personal turn” dei social media, argomentando che il “general closing of the gap between online and offline personas marks a dramatic development in the structure and experience of the Internet”; un esempio di questo è la politica adottata da Facebook che obbliga all'utilizzo del proprio nome reale all'interno della piattaforma.

Altri spazi online prevedono al contrario un anonimato radicale (niente pseudonimo, né registrazione, né memoria, né archivi): è il caso della board /b/ su *Achan* (la prima creata sul sito in cui gli utenti scrivono e postano immagini usando il nome di default 'anonymous'). L'interazione in questi spazi è unica: se tutti sono chiamati 'anonymous', diventa impossibile capire chi interagisce con chi, e quante persone sono

coinvolte in una conversazione. L'anonimato in questo caso equivale al non avere identità, e così “[it] helps to overcome self censorship, relaxes inhibitions and encourages experimentation” (Deumert 2016: 570). In definitiva, su Internet è possibile indagare come diverse identità siano espresse, (ri)create e condivise, messe in gioco; nonostante le *real name policies*, la vita online dà ancora ampio spazio “for fantasy and identity play” (Deumert 2016: 571). Questi sono supportati da pseudonimia e anonimata, che permettono più libertà e creatività anche dal punto di vista linguistico.

La scelta del *nickname* è dunque “un passo fondamentale nella costruzione della personalità virtuale” (Pistoletti 2004: 52): esso può fornire informazioni su livello di istruzione, genere, età e provenienza geografica dell'utente (non sempre e non per forza corrispondenti alla realtà), che è libero di presentarsi come preferisce, “prima attraverso il *nick* e poi con il gioco verbale” (ivi: 53). In definitiva, il *nickname*, similmente ad altri tipi di pseudonimi (cfr. Miola 2014: 690), è un modo per rivelarsi agli altri, nonostante, in teoria, chi sceglie uno pseudonimo desideri “celare la propria identità reale sopprimendo ogni corrispondenza tra nome e individuo nominato” (Caffarelli 1996: 30). In un certo senso, dunque, in un contesto in cui l'identità reale risulta coperta, lo pseudonimo ha il compito di mostrare e riaffermare il proprio io (Miola 2014: 690).

Analizzando dati tratti di IRC (*Internet Relay Chat*), Pistoletti (2004) individua diverse tipologie di pseudonimi, tra cui, per esempio, *nick* tratti da televisione, film, fumetti, cartoni, letteratura (ad es. *TheMask*, *Bastogne*); *nick* relativi a caratteristiche psicofisiche (*ilgrezzo*, *Scemo74*); *nick* ispirati a oggetti, marche di abiti ecc. (*marlboro*, *Aspirina*); nomi propri di persona o diminutivi (non necessariamente corrispondenti a quelli reali; *Angela*, *fabiETTO*); *nick* che derivano da toponimi etnici (*Milanese*, *Napoli*); infine, *nick* derivati da nomi di animale (*Toporagno*, *squaluzzo*). Sul Forum dei Brutti (cfr. Gemelli 2022), i nomi degli utenti che fanno riferimento all'aspetto fisico (*Bruttarello*, *piccolino*, *Andrea pelato*) o al carattere sono largamente presenti e sono frequentemente oggetto di un'ironia che esprime disprezzo di sé attraverso termini connotati negativamente. La grafia non-standard e la presenza pervasiva di giochi di parole dimostrano inoltre la volontà degli utenti di esibire la propria creatività; l'aspetto ironico-ludico è predominante, come emerge dai *nickname* che giocano con nomi di personaggi noti (per esempio *Brad Pitbull*, o *Jason Cocoa*). Nei commenti ai blog della uomosfera e nei gruppi pubblici di Facebook, la (ri) creazione dell'identità risulta più problematica, a causa delle già citate norme che richiedono l'utilizzo del proprio nome e cognome, spesso dietro obbligo di verifica. Nonostante questo limite, la creatività è comunque possibile e mantenuta attraverso giochi linguistici (cesure tra parole, es. *Car Tesio*, riferimenti alla *redpill*, es. *Federico BlackPill*, *Rosso Pillato*), riferimenti a persone e personaggi reali con modifiche del nome (es. *Silvio Berlusconi*).



## 2. Fare ricerca nella uomosfera

La ricerca nelle comunità della uomosfera richiede delle considerazioni etiche nel momento in cui si accede ai dati, giacché queste comunità occupano spazi virtuali spesso chiusi, come gruppi Facebook o forum per cui è necessario richiedere l'accesso. Le buone pratiche delle etnografie del digitale necessitano che il ricercatore o la ricercatrice rendano nota la loro presenza e il loro posizionamento, soprattutto nel momento in cui si accede a uno spazio di discussione privato, e che si richieda esplicitamente il consenso nell'utilizzare dati che, spesso, sono chiaramente legati a delle identità offline (cfr. la guida dell'*Association of Internet Researchers*). Cionondimeno, la presenza manifesta del ricercatore o della ricercatrice può, oltre che turbare ecologicamente i dati, essere un problema per lo stesso ricercatore o ricercatrice, mettendo a rischio il suo benessere più che il benessere della comunità indagata. Oltre all'esposizione a contenuti verbali violenti non sono rari i casi di attacchi online e offline a persone che si sono occupate di temi di questo tipo (si veda ad esempio il caso di Anita Sarkeesian, Burgess et al. 2017, ma anche Jane 2014). Per questo motivo molti studi fanno uso di metodi computazionali e quantitativi che, in un certo senso, esonerano il ricercatore o la ricercatrice dall'accedere agli spazi di discussione, e che permettono di fare analisi su dati pubblicamente accessibili (cfr. Gemelli 2022 per un caso italiano).

Anche in questo caso si è scelto di fare affidamento alla stessa strategia: piuttosto che accedere a gruppi chiusi, è stato costruito un corpus su SketchEngine, composto da 350.949 parole, con dati provenienti sia dai siti di divulgazione e blog contenenti articoli riguardanti la uomosfera, sia dai commenti lasciati dagli utenti ai suddetti articoli. I materiali sono stati usati per condurre un'analisi qualitativa e quantitativa. In particolare, lo scopo è quello di offrire una descrizione linguistica della uomosfera per capire le strategie linguistiche usate nel costruire una specifica ideologia relativa al genere, alla sessualità e al rapporto tra i sessi; si vogliono inoltre ricondurre alcune caratteristiche del linguaggio della uomosfera a più generali caratteristiche ascrivibili alle cosiddette varietà del web.

## 3. Risultati

### 3.1 Il linguaggio della uomosfera come una costellazione di varietà del web

In generale, le comunità della uomosfera italiana fanno uso di una sorta di lingua franca, i cui tratti peculiari rendono manifesto il legame con la uomosfera anglofona: in particolare, l'importante presenza di anglismi sembra suggerire “che il lessico utilizzato in questi gruppi rispecchi quello dei gruppi *incel* sviluppati in contesto statunitense, che accolgono ora utenti da tutto il mondo” (Gemelli 2022: 104). Al tempo stesso, le comunità italiane posseggono una loro creatività linguistica specifica che permette di creare neologismi e riterritorializzare elementi transnazionali all'interno di strutture lessicali italiane (ad es. *cucco* per *cuckold* 'cornuto', *pillato* per *pilled*). Alcuni di questi neologismi, come *cucco*, appartengono alla più ampia costellazione dei repertori di Internet e sono riscontrabili in altre comunità di pratica

online; altri neologismi, neoformazioni e risemantizzazioni sembrano invece propri delle comunità indagate, come *scroccasushi* (donne che approfittano degli uomini per farsi offrire del sushi) o *fratelli bianchi*. Quest'ultimo caso è un esempio di risemantizzazione che fa riferimento agli assassini di Willy Monteiro Duarte: il termine viene usato per descrivere uomini con caratteristiche comportamentali riconducibili alla cosiddetta *dark triad* (narcisismo, machiavellismo, psicopatia) che, secondo gli utenti delle comunità indagate, sarebbero particolarmente apprezzate dagli individui di sesso femminile. In linea di massima, dunque, i tratti che caratterizzano in maniera più evidente gli usi linguistici di queste comunità includono (i) prestiti inglesi adattati e non adattati, (ii) termini legati ai temi della narrazione *redpill* (l'interazione tra uomo e donna, i rapporti di dominanza nella coppia), e (iii) termini atti a disumanizzare le donne.

Tutti e tre i tratti sono riconducibili a strategie di creatività linguistica, caratteristica condivisa con l'italiano online (cfr. tra gli altri Tivosanis 2011). Per quanto riguarda in particolare (i), gli anglismi riscontrati nei dati sono sia riconducibili a prestiti diffusi, più o meno acclimatati (es. 1), sia specifici, legati ai temi della uomosfera e del rapporto tra i sessi, come il già citato *cuck* o *cuckold*, proveniente dal lessico delle parafilie, *beta provider* (uomo che provvede al mantenimento della propria partner, neologismo specifico della uomosfera che fa riferimento all'esistenza di maschi *alpha* dominanti a cui si oppongono maschi *beta*, che hanno invece un comportamento accondiscendente nei confronti del sesso femminile, es. 2) e *one-itis* (persona verso cui si prova una ossessione romantica che porta a una idealizzazione della persona stessa, intesa come unica potenziale partner per il futuro, es. 3).

- (1) *le donne pensano ai money*
- (2) *Chiunque in una relazione è cuck e beta provider.*
- (3) *Fare il simp romantico non porta vantaggi, serve solo ad essere visti come dei tipi sfortunati che probabilmente non hanno alternative migliori rispetto a quelle di finire in one itis con una tipa che devi aspettare a bordo strada mentre sta scopando con qualcun altro.*

Sono inoltre presenti numerose neoformazioni, sia a base italiana (es. 4, con *ipergamare* inteso come la possibilità, da parte di una donna, di avere un partner migliore di lei per caratteristiche fisiche, economiche o di status sociale, in linea con l'equivalente verbo inglese *hypergamy* piuttosto che con il sostantivo italiano *ipergamia*) sia, nuovamente, a base inglese (*cucco*, es. 5; *egoboostare*, es. 6, calco inglese presente in italiano con il significato di aumentare il proprio ego):

- (4) *Non è che le donne smetterebbero di ipergamare, ma lo farebbero partendo da un gradino inferiore, non rifiutando dei 6 quando sono delle 5.*
- (5) *La donna non sopporta la redpill perché la società è basata sui cucchi.*
- (6) *una donna va in discoteca per ego boostare (guarda quanti mi guardano! guarda quanti ci hanno provato),*



Rientrano nelle strategie di creatività linguistica, e si ricollegano al punto (iii), le sigle (*mgtow* 'men going their own way', *qm* 'questione maschile'), tra cui risulta particolarmente frequente *np* 'non persona' in riferimento alle donne (ess. 7-8):

- (7) *Ci sono per caso libri seri sulla red pill, non cazzate di np misandriche pro femminismo?*
- (8) *Abbandoneresti la filosofia mgtow e la QM se ottenessi le attenzioni di una donna (magari bella)?*

Un'altra strategia piuttosto frequente prevede il ricorso a meccanismi di interdizione di varia natura, come la sostituzione di lettere tramite asterischi o altri segni grafici: in tutti i casi, il simbolo va a sostituire una o più lettere dei lessemi sottoposti a interdizione. Questi ultimi possono essere sia termini spregiati e appartenenti al turpiloquio (es. 9); più spesso si tratta di riferimenti alle donne (ess. 10-11; l'evitamento del termine è evidente anche nell'uso della sigla *NP*). Si tratta di strategie comunemente usate su Internet per aggirare possibili censure automatiche da parte degli algoritmi dei social network; alcune di queste soluzioni, come l'utilizzo del termine *d()nna* o *D-parola*, rimandano però a una diretta filiazione con la uomosfera anglofona, dove sono in uso i termini *w\*man/wom\*n/w\**.

- (9) *In Erasmus si tradisce per il semplice motivo che come l'occasione fa l'uomo ladro, fa anche la donna z\*\*\*\*la.*
- (10) *Ve la sentireste di proteggere una dparola se si trovasse in pericolo?*
- (11) *Si può imparare qualcosa anche da una d()nna se ha ragione.*

### 3.2 Linguaggi settoriali e lessico tecnico-scientifico

Una particolarità del linguaggio della uomosfera pare distanziarlo dalle altre varietà del web: si tratta cioè dell'utilizzo massiccio di lessico di ambito tecnico-scientifico, spesso pertinente ai campi della medicina e della biologia (ess. 12-15).

- (12) *Queste visioni non fanno altro che aumentare il ginocentrismo e dunque il matriarcato che è un fenomeno molto italiano*
- (13) *l'ipergamia femminile troverebbe quindi il suo fondamento nella biologia, esprimendo il massimo del suo potenziale nello stato di natura*
- (14) *Riflettendo nuovamente su questo articolo, mi spingerei ad affermare che tutte le donne sono più o meno ibristofile per natura*
- (15) *Johnny Depp è più sul paleoatlantid, ma in base alla corporatura e al taglio di occhi si possono ipotizzare influssi aurignacoidi*

L'impressione di scientificità è confermata, oltre che dall'abbondanza di paratesto presente negli articoli dei blog (tabelle, grafici, riferimenti bibliografici ecc.), dall'utilizzo dei tempi verbali. La tab. 1 mostra in che percentuale vengono utilizzati i tempi verbali, rispettivamente in un articolo proveniente da un blog e in un commento di un utente.

Tabella 1 - *Quantificazione dei modi e tempi verbali in due testi della uomosfera*

<i>Modo</i>	<i>Tempo</i>	<i>Articolo</i>	<i>Commento</i>
Indicativo	Presente	49%	42%
	Imperfetto	5%	1%
	Perfetto semplice	2%	0%
	Perfetto composto	4%	6%
	Futuro semplice	3%	0%
<b>Subtotale indicativo</b>		<b>63%</b>	<b>49%</b>
Congiuntivo	Presente	4,5%	1%
	Imperfetto	0,5%	3%
<b>Subtotale congiuntivo</b>		<b>5%</b>	<b>4%</b>
Condizionale	Semplice	1,5%	3%
	Composto	0,5%	3%
<b>Subtotale condizionale</b>		<b>2%</b>	<b>6%</b>
<b>Gerundio</b>	<b>Semplice</b>	<b>5%</b>	<b>10%</b>
<b>Infinito</b>		<b>24%</b>	<b>31%</b>
<b>Imperativo</b>		<b>0,5%</b>	<b>0%</b>
<b>Totale</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>

Le percentuali mostrano chiaramente una riduzione dei modi e dei tempi verbali, con una predominanza nell'utilizzo del modo indicativo e, soprattutto del tempo presente, non dissimilmente da quanto avviene nei testi scientifici (Cortelazzo 2000, Viale 2010, es. 16).

- (16) *Gli uomini ricchi portano le donne in ristoranti di lusso come modo per risultare attraenti rendendo la donna partecipe del loro stile di vita. In certi ambienti frequentati da uomini molto facoltosi e donne molto belle non accadrà mai che una donna paghi. Ma quella è una questione diversa perché c'è congruenza con il personaggio. Si rende partecipe la donna del proprio stile di vita, non ci si impegna per migliorare il suo senza garanzia di contropartita. Bisogna tenere presente che le fondamenta che gettate all'inizio della relazione andranno poi a determinare il modo in cui si evolverà il rapporto con la donna. Se impostate un rapporto sulla transazione sarà poi difficile avere validazione. Ricordatevi che i bellocchi non pagano mai un bel niente, ottengono sempre gratis quello che poi il coglione normaloide ottiene pagando.*

La presenza di lessico tecnico e di riferimenti bibliografici, oltre all'utilizzo di verbi al tempo presente e di una struttura sintattica non marcata che predilige la sequenza di tema e rema aumenta quindi la referenzialità dei testi presenti nella uomosfera, rendendoli più simili, come genere testuale, a dei testi di natura scientifica.

### 3.3 Analisi quantitativa

L'analisi delle *keywords* è un ulteriore modo per offrire una sintesi di ciò che è saliente in uno specifico corpus; rispetto al computo della mera frequenza, le *keywords* permettono infatti di caratterizzare un corpus in relazione a corpora simili, met-

tendone in luce le specificità (Baker 2006). La tab. 2 mostra le prime 25 keywords estratte tramite SketchEngine, in riferimento al corpus di confronto ItTenTen16, contenente estratti da pagine web.

Tabella 2 - *Prime 25 keywords del corpus*

1. incel	6. lms	11. patriarcato	16. pill	21. stuprare
2. mgtow	7. femminismo	12. Manosphere	17. faccino	22. qm
3. redpill	8. femminista	13. pua	18. redpillati	23. misogino
4. Ipergamia	9. stupro	14. celibe	19. redpillato	24. Sensatezza
5. mra	10. chad	15. tinder	20. maschilista	25. bluepill

Si osserva che le prime 25 parole che caratterizzano il corpus possono essere ricondotte a quattro categorie. Si tratta innanzitutto di termini che caratterizzano gli attori sociali che occupano l'agone della competizione sessuale, con particolare riferimento ai membri dell'*ingroup* (*incel, mgtow, mra, chad, manosphere, pua, celibe, redpillati*) o dell'*outgroup* (*bluepill*); un secondo gruppo di termini si riferisce più in generale a definire la propria ideologia (*redpill, pill, qm*), in contrapposizione alla presupposta ideologia dominante (*femminismo, femminista, patriarcato, maschilista, misogino*); vi sono poi termini che si riferiscono al cosiddetto mercato sessuale e alla difficoltà di trovare una partner (*ipergamia, lms, tinder, faccino*), sottintendendo una relazione prevaricatrice con l'altro sesso (*stupro, stuprare*); da ultimo il termine *sensatezza* rimanda alla pseudologicità del discorso della pillola rossa.

Un quadro simile viene fornito dalla lista contenente le prime 25 espressioni multiparola che caratterizzano il corpus (v. tab. 3).

Tabella 3 - *Prime 25 espressioni multiparola*

1. teoria lms	6. ipergamia femminile	11. sensatezza della vita umana	16. app di incontri	21. diritto maschile
2. mercato sessuale	7. bel faccino	12. sensatezza della vita	17. questione maschile	22. uomini brutti
3. pillola rossa	8. valore di mercato	13. forum dei brutti	18. red pill	23. maggioranza degli uomini
4. potere sessuale	9. filosofia mgtow	14. uomo medio	19. madre single	24. test del dna
5. de mari	10. celibe involontario	15. artista del rimorchio	20. teoria redpill	25. vero uomo

Ancora una volta i termini fanno riferimento esplicito all'ideologia della pillola rossa in contrapposizione all'ideologia femminista dominante (*pillola rossa, de mari* – un riferimento a Silvana De Mari, autrice nota per le sue prese di posizione contro una presupposta 'teoria del gender' – *filosofia mgtow, red pill, teoria redpill*), al mercato sessuale (*teoria lms, mercato sessuale, potere sessuale, ipergamia femminile, bel faccino, valore di mercato*), ai ruoli di genere degli attori sociali (*celibe involontario, uomo medio, artista del rimorchio, madre single, uomini brutti, vero uomo*), al proprio essere nel mondo (*sensatezza della vita, sensatezza della vita umana*) e, infine, al proprio patrimonio genetico (*test del dna*).

Per alcune *keywords* è stata poi effettuata un'analisi delle concordanze, in modo da chiarire meglio in che modo vengono utilizzate dalle comunità della uomosfera. Così, ad esempio, per i termini *stupro* e *stuprare* si nota come questi compaiano in riferimento a una violenza prevaricatrice delle donne verso gli uomini, soprattutto da un punto di vista giudiziario (v. esempi 17-18)

- (17) *non credo che un uomo leggermente brillo possa denunciare con successo per **stupro** una femmina che lo ha "indotto" a scopare.*
- (18) *Una donna può potenzialmente distruggerti la vita, accusandoti di averla **stuprata** o picchiata, per ricattarti ed estorcerti denaro o favori, oppure per ottenere celebrità. Più sei in alto e più rischi*

Gli esempi 19-20 mostrano invece un distanziamento, da parte dei cosiddetti redpillati, verso la comunità *incel*, spesso ostracizzata all'interno della uomosfera.

- (19) *La redpill dei forum **incel** è un piagnisteo colmo di nichilismo passivo*
- (20) *Per il resto, chi sostiene che il redpillato sia un **incel** andrebbe segnalato urgentemente alle autorità sanitarie locali per un trattamento sanitario obbligatorio*

Per verificare in che modo le identità di genere sono rappresentate all'interno del corpus, si è poi scelto di osservare quali sono i modificatori più frequenti in relazione ai termini di 'uomo' e di 'donna' (v. tab. 4).

Tabella 4 - *Modificatori associati più frequentemente ai termini 'uomo' e 'donna'*

<i>Modificatori di 'donna'</i>	<i>Modificatori di 'uomo'</i>
bello	medio
svedese	vero
oggetto	attraente
medio	bianco
singolo	bello
giovane	vincente
degnò	moderno
carino	comune
ipergamica	ricco
vergine	migliore

I modificatori più frequentemente associati ai termini uomo e donna confermano la costruzione di due diverse identità di genere: da un lato l'identità maschile, assimilabile a quella di un ipotetico maschio alpha bianco eterosessuale (*attraente, bianco, bello, ricco*) da contrapporsi a un'identità femminile che si definisce per il suo comportamento sessuale (*ipergamica, vergine*), per le sue caratteristiche di gioventù, bellezza e passività (*bella, giovane, oggetto*).

#### 4. *Discussioni e conclusioni*

L'analisi ha fornito una prima descrizione di uno dei gruppi riconducibili alla cosiddetta uomosfera, ossia le persone che si riconoscono nell'ideologia della pillola rossa. La scrittura di queste comunità di pratica è riconducibile a caratteristiche specifiche delle lingue del web, seppur con alcuni elementi peculiari che non sono esclusivamente di tipo lessicale. Si conferma come le lingue del web siano da intendersi come una serie di sfere comunicanti, in cui i termini vengono continuamente riterritorializzati: è il caso di alcuni meccanismi di interdizione, circolanti anche al di fuori della uomosfera, o di termini come *chad*, anglismo ben acclimatato nel linguaggio del web. Le strategie linguistiche messe in atto dagli utenti contribuiscono inoltre a descrivere una specifica ideologia sul genere e sui rapporti tra i sessi: questi non sono mai descritti come rapporti emotivi ma esclusivamente in termini economici, in cui ciò che conta è il valore degli individui. La referenzialità di questi testi viene inoltre rafforzata dall'utilizzo di particolari strategie che rimandano a linguaggi settoriali prossimi alla lingua della scienza: il discorso parascientifico presentato negli articoli pare inoltre circolare colonizzando anche la lingua dei commenti dei blog. Se, a quanto pare, il femminismo contemporaneo è riuscito a prendere forza nel dibattito pubblico grazie alla sua capacità di portare a sostegno analisi scientifiche e dati quantitativi in relazione a questioni di genere, come il *gender-pay gap* o le violenze sessuali (Gavey 2005), è evidente come i membri della uomosfera scelgano attivamente di corroborare la loro ideologia seguendo la stessa strategia.

I dati qui presentati confermano una similarità tra le comunità italiane della uomosfera e le comunità anglofone, entrambe caratterizzate da una stessa costruzione narrativa in cui vengono essenzializzate delle identità di genere attraverso specifiche categorie (l'alpha, il beta, la donna). Successivi studi punteranno ad ampliare il corpus con lo scopo di comprendere il rapporto esistente tra varie comunità online e siti dedicati alla uomosfera, provando a rendere conto delle differenze che possono esistere tra i vari sottogruppi (es. *incel*, *pua*, ecc.), affiancando a un'analisi linguistica un'analisi multimodale che renda conto del rapporto esistente tra testo e immagini, meme e altri elementi paratestuali (Kress 2009).

#### *Bibliografia*

- Androutsopoulos, Jannis. 2006. Introduction: Sociolinguistics and computer-mediated communication. *Journal of sociolinguistics* 10(4). 419-438.
- Androutsopoulos, Jannis. 2007. Style online: Doing hip-hop on the German speaking web. In Auer, Peter (ed.), *Style and social identities: Alternative approaches to linguistic heterogeneity*, 279-317. Berlin-New York: de Gruyter.
- Baele, Stephane, Lewys, Brace & Ging, Debbie. 2023. A diachronic cross-platforms analysis of violent extremist language in the incel online ecosystem. *Terrorism and Political Violence*. 1-24.
- Baym, Nancy K. 1998. The emergence of on-line community. In Jones, Steven (ed.), *CyberSociety 2.0. Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*, 35-68. London: Sage.

- Bondi, Marina & Sanna, Leonardo. 2020. Exploring the echo chamber concept: A linguistic perspective. In Demata, Massimiliano, Zorzi, Virginia & Zottola, Angela (eds.), *Conspiracy theory discourses*, 143-168. Amsterdam: John Benjamin.
- Caffarelli, Enzo. 1996. Del nome in arte in età contemporanea. *Rivista Italiana di Onomastica* 2(1). 29-67.
- Cannito, Maddalena, Crowhurst, Isabel, Ferrero Camoletto, Raffaella, Mercuri, Eugenia & Quaglia, Valeria. 2021. Fare maschilità online: definire e indagare la manosphere. *AG About Gender: International Journal of Gender Studies* 10(19). I-XLI.
- Cortelazzo, Michele A. 2000. Le lingue speciali: le dimensioni verticale e orizzontale. In Cortelazzo, Michele A. (a cura di), *Italiano d'oggi*, 25-36. Padova: Esedra.
- Deumert, Ana. 2016. Linguistics and social media. In Allan, Keith (ed.), *The Routledge Handbook of Linguistics*, 561-573. London-NewYork: Routledge.
- Dordoni, Annalisa & Magaraggia, Sveva. 2021. Modelli di mascolinità nei gruppi online Incel e Red Pill: narrazione vittimistica di sé, deumanizzazione e violenza contro le donne. *AG About Gender: International Journal of Gender Studies* 10(19). 35-67.
- Dynel, Marta. 2016. "Trolling is not stupid": Internet trolling as the art of deception serving entertainment. *Intercultural Pragmatics* 13(3). 353-381.
- Dynel, Marta. 2020. Vigilante disparaging humour at r/IncelTears: Humour as critique of incel ideology. *Language & Communication* 74. 1-14.
- Farrell, Tracie, Araque, Oscar, Fernandez, Miriam & Alani, Harith. 2020. On the use of jargon and word embeddings to explore subculture within the reddit's manosphere. In *Proceedings of the 12th ACM Conference on Web Science*. 221-230.
- Gavey, Nicola. 2005. *Just sex? The cultural scaffolding of rape*. London: Routledge.
- Gemelli, Sara. 2022. *Bei faccini e brutti veri: un'analisi sociolinguistica e critica del discorso in un forum incel italiano*, tesi magistrale inedita. Pavia: Università degli Studi di Pavia.
- Ging, Debbie. 2019. Alphas, betas, and incels: Theorizing the masculinities of the manosphere. *Men and Masculinities* 22(4). 638-657.
- Gotell, Lise & Dutton, Emily. 2016. Sexual violence in the 'manosphere': antifeminist men's rights discourses on rape. *International Journal for Crime, Justice and Social Democracy* 5(2). 65-80.
- Hardaker, Claire & McGlashan, Mark. 2016. "Real men don't hate women": Twitter rape threats and group identity. *Journal of Pragmatics* 91. 80-93.
- Jaki, Sylvia, De Smedt, Tom, Gwózdź, Maja, Panchal, Rudresh, Rossa, Alexander & De Pauw, Guy. 2019. Online hatred of women in the Incels.me forum: linguistic analysis and automatic detection. *Journal of Language Aggression and Conflict* 7(2). 240-268.
- Jane, Emma A. 2014. 'You're a Ugly, Whorish, Slut'. Understanding E-bile. *Feminist Media Studies* 14(4). 431-446.
- Jane, Emma A. 2018. Systemic misogyny exposed: Translating rape-gish from the manosphere with a random rape threat generator. *International Journal of Cultural Studies* 21(6). 661-680.
- Knuttila, Lee. 2011. User unknown: 4chan, anonymity and contingency. *First Monday* 16, 3 October 2011. <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/3665>.
- Krendel, Alexandra. 2020. The men and women, guys and girls of the 'manosphere': A corpus-assisted discourse approach. *Discourse & Society* 31(6). 607-630.



- Kress, Gunther. 2009. *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. London: Routledge.
- Lawson, Robert e McGlashan, Mark. 2017. "You need to become prime dick": A corpus-based analysis of self-help discourses and gender constructions in online seduction communities. *Presentazione per il 116th AAA Annual Meeting, Washington, D.C. 30 Novembre 2017*.
- Lawson, Robert. 2020. Language and masculinities: history, development, and future. *Annual Review of Linguistics* 6(1). 409-434.
- LaViolette, Jack & Hogan, Bernie. 2019. Using platform signals for distinguishing discourses: The case of men's rights and men's liberation on Reddit. In *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* 13. 323-334.
- Mantilla, Karla. 2013. Gendertrolling: Misogyny adapts to new media. *Feminist studies* 39(2). 563-570.
- Marcato, Carla. 2009. *Nomi di persona, nomi di luogo*. Bologna: Il Mulino.
- Marwick, Alice & Lewis, Rebecca. 2017. *Media Manipulation and Disinformation Online*. New York: Data & Society Research Institute.
- Data & Society Research Institute. <https://datasociety.net/output/media-manipulation-and-disinfoonline/>
- Marwick, Alice E. & Caplan, Robyn. 2018. Drinking male tears: language, the manosphere, and networked harassment. *Feminist Media Studies* 18(4). 543-559.
- Miola, Emanuele. 2014. Il nome in gioco. Appunti antropolinguistici sulla pseudonimia enigmistica dal 1975 al 2009. In Cugno, Federica, Mantovani, Laura, Rivoira, Matteo & Specchia, Maria Sabrina (a cura di), *Studi linguistici in onore di Lorenzo Massobrio*, 681-690. Torino: Istituto dell'Atlante Linguistico Italiano.
- Nagle, Angela. 2017. *Kill All Normies: Online Culture Wars from 4chan and Tumblr to Trump and the Alt-Right*. London: Zero books [trad. it. Nagle, Angela. 2018. *Contro la vostra realtà · Come l'estremismo del web è diventato mainstream*. Roma: LUISS University Press.
- Nguyen, C. Thi. 2020. Echo chambers and epistemic bubbles. *Episteme* 17(2). 141-161.
- Paechter, Carrie. 2003. Masculinities and femininities as communities of practice. *Women's Studies International Forum* 26(1). 69-77.
- Pistolessi, Elena. 2004. *Il parlar spedito*. Padova: Esedra.
- Russell, Eric Louis. 2021. *Alpha Masculinity: Hegemony in Language and Discourse*. London: Palgrave Macmillan.
- Scarcelli, Cosimo Massimo. 2021. Manosphere periferiche. Ragazzi, omosocialità e pratiche digitali. *AG About Gender: International Journal of Gender Studies* 10(19). 1-34.
- Sebba, Mark. 2007. Identity and language construction in an online community. The case of Ali G. In Auer, P. (ed.), *Style and social identities. Alternative approaches to linguistic heterogeneity*, 361-392. Berlin-New York: de Gruyter.
- Tavosanis, Mirko. 2011. *L'italiano del web*. Roma: Carocci.
- Viale, Matteo. 2010. Tempo dell'evento e tempo della grammatica nella formazione storica del testo scientifico italiano. *Etudes romanes de Brno* (1). 205-227.