

LA RAPPRESENTAZIONE MULTIMODALE DEI DIALETTI SU TIKTOK

*Massimo Palermo*¹

1. LA RIVALUTAZIONE ESPRESSIVA DEI DIALETTI (DENTRO E FUORI LA RETE)

Nelle pagine che seguono esaminerò la percezione del valore comunicativo attribuito ai dialetti attraverso l'analisi di un campione di video presenti sulla piattaforma *TikTok*. Prenderò inoltre in considerazione alcuni accorgimenti attraverso i quali, per veicolare i contenuti, si ricorre a una semiosi spiccatamente multimodale, basata sull'integrazione tra linguaggio verbale e altri codici.

Dopo che il tema della rinnovata vitalità delle parlate locali è stato oggetto di attenzione da parte degli studiosi per almeno un quarto di secolo², e dopo che alcuni generi testuali in dialetto presenti sul *web* sono stati oggetto di studi singoli, mi sembra di qualche interesse vedere in quale misura la «rinascenza dialettale» (Coveri, 2018) prenda corpo nei contenuti di questa nuova tipologia di prodotto digitale, realizzato da utenti non specialisti.

I risultati delle rilevazioni periodiche svolte dall'Istat a partire dal 1995 consentono di dare per acquisita, pur con la cautela che richiedono le autodichiarazioni, la conquista dell'italofonia prevalente da parte della maggioranza relativa degli italiani³. Questa svolta, se da un lato ha comportato un indebolimento del dialetto come varietà d'uso primaria presso le nuove generazioni, ha d'altro canto aperto la strada a nuove forme di impiego dei dialetti in chiave secondaria ed espressiva. L'aumento progressivo del tasso di italofoonia che ha caratterizzato i decenni a cavallo del nuovo secolo non è stato ottenuto a scapito dei dialetti, ma con l'apertura a nuovi spazi di compresenza tra dialetto e lingua. La possibilità di coesistenza tra le due varietà nei registri informali della lingua ha determinato il passaggio dalla plurisecolare situazione di diglossia, che ha caratterizzato la storia linguistica italiana, a una situazione di dilalia, cioè di coabitazione e di mescolanza tra italiano e dialetti (Berruto, 2004: 128-132). Si tratta, molto probabilmente, della seconda svolta epocale che ha segnato, insieme al processo di ristandardizzazione della lingua nazionale, il panorama sociolinguistico italiano negli ultimi decenni. Va però ricordato che l'esame degli usi ascrivibili alla neo-dialettalità espressiva ci restituisce raramente testi che sperimentano un uso integrale ed esclusivo del dialetto; più spesso

¹ Università per Stranieri di Siena.

² Si vedano almeno Berruto (2007) e (2018), Sobrero (2012), Marcato (2014).

³ Per maggiori dettagli rinvio a Palermo (2020: 260-263). Naturalmente un'analisi più fine dei dati rivela il persistere di differenze tra le diverse aree del paese: i valori più alti di dialettofonia si registrano nell'Italia meridionale (in particolare per quanto riguarda l'uso combinato di italiano e dialetto) e nell'Italia nordorientale, dove si riscontrano i tassi più alti di dialettofonia «pura», cioè di uso esclusivo del dialetto. I valori più bassi di dialettofonia si riscontrano invece nell'Italia nordoccidentale. In particolare, l'uso del dialetto con gli estranei raggiunge i valori più bassi nelle grandi aree urbane del Nord, che hanno conosciuto dapprima le migrazioni interne, e attualmente presentano i tassi più elevati di popolazione straniera residente.

abbiamo a che fare con lacerti dialettali, alternati o mescolati alla lingua in contesti di *code switching* e *code mixing*.

La consapevolezza del parlante medio di poter serenamente ricorrere al dialetto quando necessario ha garantito alle varietà locali la conquista di nuovi spazi comunicativi. I contributi raccolti nel recente volume curato da Sergio Lubello e Carolina Stromboli (2020) offrono una panoramica degli spazi acquisiti dai dialetti nella pubblicità, nel cinema, nella fiction, nella canzone, nel fumetto, nel *graphic novel*, nelle scritture esposte, nella comunicazione in rete. A questo elenco di domini aggiungerei anche il caso recente di uso dei dialetti nelle voci automatiche che regolano l'interazione uomo-machina nei distributori di benzina dell'ENI⁴. Può sembrare paradossale che per promuovere un prodotto quanto mai globale e poco identitario come i carburanti si ricorra a strategie di marketing che esaltino il radicamento territoriale. La motivazione della campagna trova in realtà una spiegazione: in questo caso si tratta di promuovere non il prodotto quanto la rete distributiva nei confronti delle potenziali concorrenti⁵.

Tornando alla presenza dei dialetti su Internet, c'è da osservare che la necessità di rappresentarli è ben presto transitata in rete, ben prima dello sviluppo del *web* interattivo. La presenza di contenuti dialettali nei siti di prima generazione è documentata in pagine *web* molto diverse per livello di coinvolgimento dell'utente. Come osserva Fiorentino (2005: 3-4):

i siti presentano un grado molto variabile di richiesta di partecipazione alla creazione e alla implementazione dei contenuti. Alcuni consentono una partecipazione minima, che consiste solo nel poter lasciare il proprio nome nel libro degli ospiti, altri invece invitano gli utenti a inviare testi in dialetto (poesie, proverbi, racconti, lemmi di dizionari, ecc.).

Quanto alla distribuzione regionale di tali siti, nella sua ricognizione risalente ormai a venti anni fa, Patrucco rilevava una correlazione inversa tra il tasso di vitalità dei dialetti nelle regioni secondo le risultanze ISTAT e la diffusione di pagine dedicate ai dialetti:

Il campione rivela la massiccia presenza di siti relativi a dialetti che secondo le statistiche sono sempre meno parlati nella quotidianità, come quelli nord-occidentali. Ciò che si è rivelato importante per la comparsa in rete di siti dialettali è la presenza di un grande centro sviluppato (ad es. il capoluogo) in cui all'interesse per il recupero della tradizione si abbinava una certa domestichezza degli utenti con i nuovi media (Patrucco, 2002: 140).

Questa particolarità si può spiegare sia col desiderio di recupero di un patrimonio culturale proprio nelle zone in cui esso appare più minacciato, sia col divario in termini di competenze tecnologiche esistente tra le diverse regioni.

Vedremo tra poco in che misura questo quadro sia cambiato nelle nuove forme di comunicazione digitale. Anticipiamo che con l'avvento del *web* interattivo e dei social media, ambienti in cui la fruizione dei contenuti è gestibile dallo *Smartphone*, il divario tecnologico tra le aree del paese si è quasi azzerato. Per allestire un sito, un *forum* o un *blog*

⁴ Secondo un comunicato dell'ENI del luglio 2022, dopo un periodo di sperimentazione che ha coinvolto 15 Eni Live Station, oggi sarebbero oltre 1.700 i distributori automatici, sparsi in ben 100 province, che interagiscono in dialetto col cliente.

⁵ Più in generale, altre pubblicità di prodotti italiani promossi da aziende multinazionali che esaltano le parlate locali si giustificano proprio come tentativo di sintesi dialettica tra un mondo produttivo e una comunicazione globale e le esigenze di affermazione delle radici territoriali, che costituiscono una sorta di reazione alla globalizzazione.

sono richieste delle seppur minime competenze informatiche, mentre la gestione di un gruppo *Facebook* o ancor più la registrazione di un *reel* è alla portata di tutti. La magmaticità dei contenuti archiviati in *TikTok* non mi ha consentito di svolgere un'analisi quantitativa precisa, confrontabile con quella di Patrucco (2002); su base puramente impressionistica posso anticipare che nel nostro campione di video la situazione è completamente mutata: ciò che garantisce maggiore o minore spazio a un dialetto sembra essere la sua vitalità in un determinato luogo da un lato, il suo successo mediatico e quindi la sua riconoscibilità da parte del pubblico nazionale dall'altro.

2. IL FORMATO COMUNICATIVO

I *reels* sono stati introdotti nella comunicazione social dalla piattaforma cinese *TikTok*, nata nel 2016. Il successo ottenuto su *TikTok* ha indotto le piattaforme concorrenti (*Instagram*, *Facebook*) a mettere a disposizione dei loro utenti formati simili. Si tratta di brevi video, la cui durata oscilla tra i 15 e i 180 secondi a seconda della piattaforma. Il video, una volta registrato, può essere modificato dall'utente aggiungendo effetti sonori e grafici di vario tipo. In tal modo la voce dei protagonisti in campo può interagire con voci fuori campo, con un sottofondo musicale, con scritte che sostituiscono o evidenziano passaggi salienti. Queste caratteristiche rendono i *reels* dei contenuti digitali ad alta densità multimodale (Prada, 2022). I video così elaborati possono poi essere condivisi su una o più piattaforme social. Il successo di questo nuovo formato soprattutto presso le fasce di utenti più giovani è stato da subito sfruttato come strumento per realizzare strategie di *influencer marketing*⁶. Non a caso la versione cinese di *TikTok* (facente capo alla società *Douyin*) incorpora un sistema di *e-commerce*. Per gli stessi motivi sulle piattaforme concorrenti tale formato è sempre più utilizzato da parte di influencer più o meno noti.

Se guardiamo all'organizzazione delle informazioni in questi video, allo sfruttamento delle risorse multimodali e alla loro distribuzione sulla pagina/schermo, si impone una domanda preliminare: possiamo considerare i *reels* sovrapponibili nella loro struttura formale agli ipertesti tradizionali, quelli di una pagina *web* per intendersi? Il tumultuoso sviluppo e la conseguente diversificazione tra le forme della comunicazione in rete impongono ormai di distinguere – anche sul piano dell'interazione formale tra i contenuti – tra gli ipertesti delle pagine *web* e gli ipertesti veicolati dalle piattaforme di messaggistica o di comunicazione semisincrone (come i programmi di messaggistica istantanea (per es. *WhatsApp*, *Telegram*) o asincrone, come i social media (per es. *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, *Twitter*). In un recente contributo abbiamo proposto di chiamare questi ultimi *iperdiscorsi* poiché alcune caratteristiche concezionali e modali fanno sì che queste forme di comunicazione riproducano anche alcuni elementi della processualità tipici del discorso orale (Calaresu, Palermo, 2021). All'organizzazione testuale e multimodale dei *reels* è inoltre dedicato un mio lavoro in corso di stampa (Palermo, 2022).

3. LA RAPPRESENTAZIONE DEI DIALETTI: VALORI, ÀMBITI COMUNICATIVI, TEMI

Il corpus esaminato è costituito dai video recuperabili attraverso l'*hashtag* #dialetto o #dialetti ed eventuali *hashtag* secondari. Non è agevole darne una rappresentazione quantitativa in termini tradizionali perché *TikTok* non consente di contare i prodotti

⁶ Secondo il *Sole 24 ore* l'applicazione ha raggiunto nel 2021 il miliardo di utenti attivi, per lo più giovanissimi (https://www.infodata.ilssole24ore.com/2021/09/28/quanti-utenti-ha-tiktok-nel-mondo/?refresh_ce=1).

riconducibili a un *hashtag* ma ne quantifica il pubblico, cioè il numero di visualizzazioni complessive. Per fare qualche esempio, nel caso di #dialetto le visualizzazioni (rilevazione fatta a fine agosto 2022) sono 247 milioni, nel caso di #dialetti 81 milioni, nel caso di #dialettichallenge 23,6 milioni.

Ho preso in considerazione sia i prodotti a prevalente connotazione ludica sia quelli con intento divulgativo. Ho inoltre selezionato solo elementi in cui compaiono in video utenti comuni, escludendo quelli che fanno uso di materiali audiovisivi d'archivio, per es. spezzoni di film (originali o ridoppiati) o trasmissioni RAI dedicate ai dialetti. In questa variegata produzione è possibile individuare alcune tematiche e punti di vista ricorrenti.

Il gruppo più consistente è costituito da sfide, contrassegnato di solito dagli *hashtag* #dialettichallenge e #dialettcheck⁷. Si estende in tal modo al dominio linguistico la sfida (*challenge*), una modalità interattiva molto diffusa sulla piattaforma⁸. Dal punto di vista formale coi video di questo tipo si attiva una dialogicità asincrona, poiché un utente lancia una sfida il cui successo dipende dal numero di video postati in seguito, in risposta all'appello. Nei video a tema dialettale la sfida che ha avuto maggiore seguito è quella in cui si chiede di riprodurre una lista di parole o espressioni italiane nel proprio dialetto. Chi accetta la sfida può replicare la medesima lista dello sfidante e adattarla al proprio dialetto, oppure proporre una personalizzata. La lista delle espressioni italiane può comparire anche in forma scritta in sovrimpressioni. La risposta alla sfida può essere puntuale e diligente nei confronti di chi l'ha lanciata o virare verso la goliardia e la creatività. Un'utente romana (@rebmanglii2), prendendo spunto da una lista di espressioni italiane presenti in sovrimpressioni alle sue spalle, non ne dà una traduzione letterale ma una riformulazione contestualizzata: per es. come corrispondente di «cerco parcheggio» dice «sto a fa' er giro de Peppe», a «ho fatto un incidente» fa corrispondere «ho preso er muro fratelli»⁹; infine con aria dispiaciuta rinuncia a tradurre «strade senza buche» dicendo «non capisco, non conosco questa espressione». Lo schema conosce alcune varianti. Una prima è costituita dalla realizzazione a due: un giovane recita le espressioni in dialetto e un anziano (spesso il nonno/la nonna) ne dà il corrispondente in dialetto. Questa scissione dei ruoli ci dà una prima indicazione interessante: le giovani generazioni sono molto attratte dal dialetto come strumento espressivo, ma si sentono poco sicure della propria padronanza, mentre percepiscono gli anziani come depositari della competenza nativa. Mentre in altri ambiti il mondo dei social è popolato da contenuti che esaltano il senso di superiorità tecnologica dei nativi digitali nei confronti degli anziani, in questo caso mi sembra rilevante che l'anziano mantenga integra l'autorevolezza, e non sia confinato nel cliché dell'utente impacciato e non competente¹⁰.

Il *format* della sfida può essere esteso chiedendo di misurarsi con la pronuncia di espressioni in un dialetto diverso dal proprio. Questi video sono in genere creati per mettere in ridicolo la pronuncia buffa o inadeguata del non nativo. In tale quadro assumono un particolare valore di documentazione del neoplurilinguismo alcuni video in cui è un lavoratore immigrato a performare gli stereotipi municipali, a volte con ottima competenza nella riproduzione delle sfumature dialettali. In un video, di cui riporto la trascrizione dei passaggi essenziali, è un venditore ambulante di colore a essere chiamato in causa da un gruppo di ragazze locali:

⁷ Più precisamente #dialettcheck si riferisce alla lettura/recitazione di liste di parole espressioni in italiano e in dialetto. Ricordiamo che l'assegnazione degli *hashtag* è fatta dall'utente quindi non sempre del tutto coerente col contenuto del video.

⁸ In sintesi una *challenge* di *TikTok* è un invito a intraprendere una certa azione, realizzarne un video con lo smartphone e pubblicarlo sulla piattaforma social.

⁹ Frase effettivamente pronunciata in un video molto diffuso in rete del personaggio romano "1727".

¹⁰ Sulla *querelle* tra techno-entusiasti e apocalittici in merito alle conoscenze dei nativi digitali rimando alle osservazioni in Palermo (2017: 101-103).

- Prova a venderci qualcosa, in dialetto veneto però
- Son veneto io... qua del Sambruson, di dove siete voi?
- Padova, Treviso...
- Rassa Piave, già mejo, basta che no sei de Montebeluna
- Cos'hanno quelli?
- Sai come li chiamano in giro?
- Dinosauri Rex [accompagna la frase facendo il gesto del braccino corto], così non spendono niente, son taccagni... l'unica rassa Piave che no me piase se quei de Montebeluna perché [ripete il gesto del braccino corto] non fanno muovere l'economia (@vale_ntina.87)

Un'altra tipologia piuttosto diffusa chiama in causa la traduzione interdialettale e consiste nel mettere direttamente a confronto due dialetti senza l'intermediazione dell'italiano. In pratica però non abbiamo mai a che fare con testi compiuti ma con liste di espressioni. Ricordiamo che la traduzione da e verso l'italiano è una strategia utilizzata per attivare il discorso metalinguistico sui dialetti spesso praticata nei gruppi *Facebook* (Nobili, 2020).

Non mancano video dedicati all'autopromozione del proprio dialetto, quasi sempre focalizzati sull'esaltazione della ricchezza lessicale e della bellezza/armoniosità della pronuncia. Entra qui in campo una delle componenti essenziali della rinascenza dialettale, cioè la rivendicazione del valore identitario del dialetto¹¹.

Di particolare interesse risultano i video con riflessioni a carattere metalinguistico, prevalentemente di rivendicazione del dialetto come strumento espressivo efficace, legittimo, di cui non vergognarsi, a testimonianza dell'avvenuto sdoganamento dei dialetti come varietà espressive rientranti a pieno titolo nel repertorio sociolinguistico odierno. Ecco la trascrizione di un esempio:

ho una domanda per tutte quelle ragazze e quei ragazzi catanesi che quando sentono una donna parlare il proprio dialetto, se ne escono con «ma sei troppo femminile per essere zaurda», «ma una donna non dovrebbe parlare così». Ma io adesso mi chiedo: «*nascia a Catania ma non pozzò parlare u me' dialetto? a prossima vota mia mamma partorisce a Milano*» [damarisdimauro].

Un esempio di *reel* realizzato con maggiore tasso di sperimentazione multimodale è così costruito: all'inizio compare un'immagine fissa – che ricorda un meme – con una bella ragazza, elegante e un po' snob, accompagnata dalla scritta in sovrimpressione «inizi a capire che parlare in dialetto è da tamarri». Segue una dissolvenza e la protagonista (noemispinetti), stavolta inquadrata, esprime il proprio disappunto rispetto alla scena precedente affidandosi alla mimica facciale (espressione di disgusto), al gesto di portare la mano aperta da sotto al mento in avanti, alla grafica in sovrimpressione «tu, mica eu». Il cambio di base musicale tra le due scene del video completa la semiosi. Possiamo associare a questo nucleo tematico anche i video in cui si prova a italianizzare espressioni dialettali per dimostrare che in tal modo perderebbero efficacia espressiva.

Nella rivendicazione del valore espressivo del dialetto la riproposizione di motivi radicati nel sentire comune (il dialetto come lingua del cuore contrapposto alla lingua come idioma della ragione) lascia presupporre una più o meno consapevole educazione

¹¹ Rientrano marginalmente nel nostro tema i numerosi video riconducibili alla parola chiave “parlare il dialetto degli altri”, in cui il protagonista sfoggia la propria abilità nell'imitazione di più dialetti italiani. Ancora più marginali i video dedicati all'imitazione parodistica dell'italiano parlato da stranieri, non privi di venature razziste. È interessante notare che in tali video l'autore fa un uso improprio dell'*hashtag* #dialetti.

sociolinguistica-variazionale: si esalta infatti la scelta della variante più adatta in relazione alla situazione e all'ambito d'uso. Un'utente calabrese (noemispinetti) mette in pratica la netta scissione tra uso dell'italiano e del dialetto con una serie di post che hanno in comune l'incipit italiano e variano nell'espressione dialettale. Ne riportiamo un solo esempio:

e per la serie in italiano esprimo i concetti, ma in dialetto esprimo i sentimenti:
on mi nda cala!

Alla componente multimodale è affidato il compito di evidenziare mediante la grafia in sovrimpressione sia il tema generale («in italiano esprimo i concetti, ma in dialetto esprimo i sentimenti») sia l'espressione dialettale (*on mi nda cala* 'non ci credo, non me la bevo').

Tramite il *code switching* si fa in modo che la frase *clou* in dialetto compaia in clausola, per suggellare ironicamente il messaggio. La stessa utente dedica un video così concepito al modo di dare il benvenuto agli sconosciuti tipico del Meridione:

Ho un messaggio per tutte quelle persone che stanno pensando di trascorrere le loro ferie, le loro vacanze al sud. Probabilmente questa è una cosa che vi dicono in pochissimi, però dovete arrivare preparati: non vi dovete spaventare! Noi qui abbiamo delle abitudini: non salutiamo in un modo normale. Per esempio, quando vi vediamo per la prima volta non vi diciamo buongiorno o buonasera, ma la primissima frase che esce dalla nostra bocca è: *a ccu apparteni, figghiu?*

Come si vede, discutendo di dialetti e abitudini locali è quasi inevitabile finire nel campo minato degli stereotipi. Del resto, come è stato osservato, il nesso tra un dialetto e uno specifico orizzonte geo-culturale di riferimento è difficile da recidere:

La dialettalità, tanto più in un dominio, come quello italo-romanzo, in cui i sistemi dialettali si presentano come radicalmente eteronomi, non sembra attivabile a meno che il "discorso in dialetto" non sia accompagnato più o meno marcatamente da elementi che ne caratterizzano l'orizzonte geografico e culturale di riferimento. Il discorso ha, cioè, bisogno di essere accompagnato da puntelli geo-culturali che definiscono il dialetto come sistema semiotico nel quale la comunità (che lo usi o che lo abbia usato) possa riconoscersi (Paternostro, Sottile, 2015: 212-213).

Nella comunicazione in rete l'abbinamento a fini comici tra dialetti e stereotipi locali non è una novità: basti citare – a titolo di esempio – la fortunata *web-serie Casa Surace*, la parodia del milanese imbruttito dell'attore Germano Davide Lanzoni, molto popolare su *Facebook*, *Instagram* e *YouTube*, i vari ridoppiaggi dialettali parodistici studiati da Coveri (2018). Nei video di *TikTok* che sviluppano questo tema osserviamo che il grado di distanziamento tra il punto di vista autoriale e la visione stereotipata dei dialetti e delle abitudini locali è molto variabile¹². Il discrimine tra adesione acritica agli stereotipi e loro riproposizione distaccata e ironica è molto sottile. Si trova una rappresentazione di questa diversificata gamma di atteggiamenti in serie piuttosto fortunate, dal titolo *Quando un x, Sei x se* e simili, dove *x* può essere completato con diversi aggettivi etnici: *veneto, napoletano, milanese, romano* ecc. La raffigurazione stereotipata raggiunge il massimo grado nei video

¹² Notiamo in margine che, a proposito della difficoltà a scindere il piano della lingua da quello dei comportamenti culturali, alcuni video recitati in italiano ma dedicati a esporre abitudini locali sono etichettati con l'*hashtag* #dialetti.

che mettono in scena ataviche contrapposizioni campanilistiche: particolarmente vivaci quelle tra pisani e livornesi e tra catanesi e palermitani (sulla cui rappresentazione nel *web* si vedano le osservazioni in Paternostro, Sottile, 2015). In altri casi invece si sviluppa il tema secondo i modi dello *sketch* cabarettistico:

In Sicilia non ti chiedono come ti chiami, ti chiedono: mangiasti?
[pamelalapamy]

La decisione di esprimere un punto di vista critico sugli stereotipi richiede un livello di consapevolezza maggiore da parte dell'utente e forse anche per questo motivo i video che sviluppano questa prospettiva sono a volte strutturati in maniera più originale e innovativa dal punto di vista dello sfruttamento della multimodalità. Come esempio riportiamo il contenuto di un video dal titolo *Ab sei siciliano?* (di Giovanni Belardi) dedicato a confutare, ridicolizzandoli, alcuni stereotipi sulle abitudini degli isolani. Mentre compaiono in sovraimpressione scritte con luoghi comuni o tormentoni ricorrenti (*di buono avete solo il cibo, non avete voglia di lavorare, si dice arancino o arancina? pitoni e panzerotti sono la stessa cosa ecc.*) il protagonista inquadrato, muto, batte la testa su un tavolo rappresentando espressioni di crescente disperazione. Si delinea così un modo in buona misura inedito per realizzare la parodia, che potremmo definire *parodia multimodale*.

Varianti abbastanza originali per l'integrazione delle risorse verbali e non verbali della già citata serie *Quando un x* si hanno nei video intitolati *Dimmi che sei x senza dirmi che sei x*, in cui l'abbinamento tra abitudini e cliché locali è affidato all'interazione tra immagini, scritte in sovrimpressioni e colonne sonore, senza l'ausilio del parlato.

Non mancano alcuni video di divulgazione, dedicati in genere a elencare quanti e quali dialetti ci sono in Italia, quanti parlanti ha ciascuno o i tratti linguistici di singole varietà. In questi elenchi si notano diversi errori, il più frequente dei quali è vedere impropriamente accomunati dialetti e lingue di minoranza. Di qualche interesse, in quest'ambito, la rubrica divulgativa *Un dialetto in tre minuti* curata da Marco Tedeschi Lionspeech, autore anche di un'analoga serie di video dedicati alle lingue del mondo, dal titolo *Una lingua in tre minuti*. Questi prodotti si caratterizzano per un intenso sfruttamento della multimodalità: fin troppo densi di contenuti semiotici, mettono in scena nella zona centrale il protagonista che espone a voce la parte propriamente divulgativa, supportato dalla comparsa, nella zona superiore, di immagini, animazioni, scritte, grafici, meme. Un po' come il docente a lezione, che integra il proprio parlato con slide proiettate alle sue spalle che riproducono contenuti verbali e non verbali. Il tratto discriminante rispetto alla lezione universitaria in presenza¹³ è l'atteggiamento *a tutti i costi* accattivante, unico comportamento ritenuto utile a far conquistare *like* e visualizzazioni.

4. CONCLUSIONI

L'uso dei dialetti nella comunicazione digitale ha avuto tempo e modo di evolversi, dalle prime pagine *web* prodotte a cavallo tra i due secoli all'odierna comunicazione interattiva affidata ai social media. Di un aspetto particolare della questione ci siamo occupati in questo lavoro. Risulta tutto sommato ancora valido il ventaglio di nuovi valori attribuiti ai dialetti sintetizzato in altri lavori¹⁴, che può essere quindi utilmente riproposto, con qualche adattamento, per la recentissima rappresentazione social dei dialetti.

¹³ Altro discorso varrebbe per un confronto coi video che compongono moduli di unità di apprendimento per l'e-learning, che non abbiamo qui modo di affrontare. Per maggiori dettagli si veda Lagrassa (2021).

¹⁴ In particolare Berruto (2006), da confrontare con la classificazione presente in Antonelli (2011).

Prevalenti appaiono il valore *espressivo* e quello *ludico*; piuttosto vivace anche quello *identitario*, come espressione di attaccamento alle radici culturali della comunità locale. Quest'ultimo rischia a volte di essere risucchiato nel vortice insidioso della rappresentazione stereotipata. Meno presente è forse l'atteggiamento *rivendicativo* (di autonomia territoriale o di tutela giuridica). Quello conservativo o *museografico / folcloristico*, che nei tradizionali portali di archiviazione si declinava nella catalogazione e nella rivitalizzazione, attraverso proverbi, poesie, modi di dire ecc., di un patrimonio culturale e folclorico, assume la veste del tentativo da parte delle nuove generazioni di tendere verso una competenza primaria ormai perduta attraverso il dialogo intergenerazionale. Esemplare in questo senso il ricorso alle generazioni più anziane, univocamente rappresentate come depositarie di una piena competenza dialettale. Questo dato segna una controtendenza significativa rispetto alla rappresentazione tecno-culturalmente dimidiata dell'anziano nell'universo social.

Di particolare interesse come termometro dell'atteggiamento dei parlanti comuni nei confronti dei dialetti risultano i video di carattere metalinguistico dedicati a prendere posizione sul loro valore e la loro efficacia. Tali prodotti confermano la piena cittadinanza – seppure limitata ad alcuni registri e domini – acquisita dalle parlate locali nel repertorio espressivo delle nuove generazioni.

Da non escludere infine, come è stato rilevato a proposito dei ridoppiaggi (Coveri, 2018; Paternostro, Sottile, 2015) che le forme di rinascenza dialettale da noi documentate, pur legate a forme di competenza secondarie, possano avere un effetto positivo anche sullo sviluppo o il recupero di una maggiore competenza del dialetto da parte delle nuove generazioni.

Nel rappresentare questi contenuti e questi atteggiamenti nei confronti dei dialetti, lo sfruttamento intensivo di risorse multimodali produce interessanti novità rispetto al linguaggio televisivo e, in particolare, una ridefinizione delle gerarchie tra componente grafica, acustica e visuale. Nei video da noi esaminati acquistano molta importanza i processi di semiosi non verbale e – tra questi – quelli di semiosi corporea. Del resto la comunicazione digitale – in particolare nelle piattaforme di comunicazione semisincrone – ha da tempo messo a punto un ecosistema che esalta le varie forme di espressione attraverso il corpo: può trattarsi del corpo reale, come nei reel, o dei suoi surrogati simbolici, come le *emoji*.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Antonelli G. (2011), “Lingua”, in Afribo A., Zinato E. (a cura di), *Modernità italiana: cultura, lingua e letteratura dagli anni Settanta a oggi*, Carocci, Roma, pp. 15-52.
- Berruto G. (2004), *Prima lezione di sociolinguistica*, Laterza, Roma-Bari.
- Berruto G. (2006), “Quale dialetto per l'Italia del Duemila? Aspetti dell'italianizzazione e risorgenze dialettali in Piemonte (e altrove)”, in Sobrero A.A., Miglietta A. (a cura di), *Lingua e dialetto nell'Italia del Duemila*, Congedo, Galatina, pp. 101-127.
- Berruto G. (2007), “Sulla vitalità sociolinguistica del dialetto, oggi”, in Raimondi G., Revelli L. (a cura di), *La dialectologie aujourd'hui*, Edizioni dell'Orso, Alessandria, p. 133-153.
- Berruto G. (2018), “The languages and dialects of Italy”, in Ayres-Bennett W., Carruthers J. (eds.), *Manual of Romance Sociolinguistics*, de Gruyter, Berlin-Boston, pp. 494-525.

- Calaresu E., Palermo M. (2021), “Ipertesti e iperdiscorsi. Proposte di aggiornamento del modello di Koch e Österreicher alla luce dei testi nativi digitali”, in Gruber T., Grübl K., Scharinger Th. (hrsg.), *Was bleibt von Nähe und Distanz? Mediale und konzeptionelle Aspekte von Diskurstraditionen und sprachlicher Variation*, Narr, Tübingen, pp. 81-111.
- Coveri L. (2018), “Doppiare per diletto. Doppiaggi parodistici in dialetto nel web”, in Piotti M., Prada M. (a cura di), *A carte per aria. Problemi e metodi per l'analisi linguistica dei media*, Franco Cesati Editore, Firenze, pp. 199-206.
- Fiorentino G. (2005), *Dialetti in Rete*, in *Rivista Italiana di Dialettologia*, XXIX, pp. 1-37.
- La Grassa M. (2021), “Un modello operativo per la didattica delle lingue online: l'Unità Didattica Digitale”, in *EL.LE, Educazione Linguistica. Language Education*, 10, pp. 29-52.
- Lubello S., Stromboli C. (2020), *Dialetti reloaded. Scenari linguistici della nuova dialettalità in Italia*, Franco Cesati Editore, Firenze.
- Marcato C. (2014). “Dialetti e italiano oggi”, in Lubello S. (a cura di), *Lezioni di italiano. Riflessioni sulla lingua del nuovo millennio*, il Mulino, Bologna, pp. 37-61.
- Nobili C. (2020), “Le diverse voci del dialetto sul web. Interazioni ibride in una comunità Facebook nello scenario dell'e-co-partecipazione”, in Lubello S., Stromboli C. (2020), pp. 41-68.
- Palermo M. (2017), *Italiano scritto 2.0. Testi e ipertesti*, Carocci, Roma.
- Palermo M. (2020²), *Linguistica italiana*, il Mulino, Bologna.
- Palermo M. (2022), “Testualità digitale e multimodale: osservazioni sulla struttura dei reels”, in *Italiano LinguaDue*, 14, 2, pp. 560-573.
- Paternostro G., Sottile R. (2015), “I dialetti urbani fra nuovi usi e nuovi modelli di dialettalità: le parodie siciliane di Peppa Pig”, in Marcato G. (a cura di), *Dialetto. Parlato, scritto, trasmesso*, Cleup, Padova, pp. 211-222.
- Patrucco E. (2002), “Dialetto online”, in *Italiano & Oltre*, XVII, 3, pp. 140-144:
- Prada M. (2022), *Non solo parole. Percorsi di didattica della scrittura. Dai testi funzionali a quelli multimodali*, FrancoAngeli, Milano.
- Sobrero A.A. (2012), “Italiano regionale: fra tendenze unitarie, risorgive dialettali e derivate postalfabetiche”, in Telmon T., Raimondi G., Revelli L. (a cura di), *Coesistenza linguistiche nell'Italia pre- e postunitaria*. Atti del XLV congresso internazionale di studi della Società di Linguistica Italiana (Aosta-Bard-Torino, 26-28 settembre 2011), Bulzoni, Roma, pp. 129-145.