

ROSARIA SARDO

VIDEO-DIARI, VIDEO-OPINIONI, VIDEO-SFIDE.  
L'ITALIANO DEI GIOVANISSIMI SU *YOUTUBE*

### 1. Introduzione

Osservare le più recenti produzioni di testi visuoverbali dei giovanissimi sul *web*, analizzando alcuni di questi contenuti autoprodotti e circoscrivendo il campione di osservazione alla fascia d'età dei *tweens* (dai 13 ai 15 anni) – sia come produzione che come consumo – significa non solo osservare da vicino nuovi processi di costruzione pluricodice, di condivisione e di partecipazione – che hanno a che fare con la costruzione di nuove identità per un segmento dinamico come quello dei giovanissimi – ma anche osservare nuovi modelli linguistici e nuove scelte espressive all'interno del repertorio dell'italiano contemporaneo. Tale repertorio, che appare sempre più caratterizzato da confini variazionali fluidi, da escursioni tra varietà diatopicamente diverse, da un plurilinguismo non di superficie, rappresenta per i giovanissimi uno spazio comunicativo nel quale si muovono con disinvoltura, costruendo testi fortemente ibridati ed emozionalmente connotati soprattutto nel *web*<sup>1</sup>. Le produzioni testuali qui selezionate appartengono a un segmento speciale e pluricodice di scrittura: *YouTube* che copre esperienze di fruizione simili a quelle della tv ma a partire da contenuti solitamente autoprodotti e miranti alla condivisione e al consenso attraverso il sistema del “mi piace” e del commento, connotati da un punto di vista sociologico da modalità di erogazione e fruizione di contenuti di tipo “social casting” o del *web* 2.0. Queste loro caratteristiche li rendono estremamente interessanti da un punto di vista sociolinguistico soprattutto per il gruppo dei giovanissimi, pienamente inseriti in questo sistema dinamico e grandi produttori di testi su *YouTube* soprattutto per i *tag* “comici”, all'interno di un reticolo comunicativo sempre più ampio e sempre meno connotato dalla variabile diatopica legata al luogo di provenienza. Per tali testi, nel breve arco temporale che va dal 2006 al 2012 si può parlare di Paleo e Neo-*YouTube*, sulla base di coordinate strutturali dei filmati.

<sup>1</sup> SARDO 2007: 68-69 e 87-88.

Da un punto di vista pragmalinguistico, un primo sondaggio sui testi prodotti in Italia dai tweens per *YouTube* mostrava interessanti riflessi neuroculturali<sup>2</sup>, nonché nette aperture nei confronti dell'italiano regionale e del dialetto, con dinamiche di *code-switching* e *code-mixing* che possono essere confrontate con quelli dell'indagine di ALFONZETTI 2001 sul parlato dei giovani siciliani. Per il corpus più recente (2009-2012) qui esaminato<sup>3</sup>, invece, col mutare degli scenari comunicativi, vanno aggiunte all'analisi sia variabili diamesiche indotte dal *web*, sia una componente plurilinguistica, o meglio, pluridialeale. Tale componente, seppur limitata a forme di *switching* interfrasale («inserzione di brevi e semplici frasi dialettali in un testo la cui base è l'italiano»<sup>4</sup>) e di *tag switching* («commutazione extrafrasale» che «si riferisce all'inserzione di elementi non fortemente integrati nella struttura sintattica della frase quali allocutivi, interiezioni, intercalari, riempitivi»<sup>5</sup>) ha un'importanza notevole dal punto di vista dei processi di modellizzazione del linguaggio giovanile.

## 2. Modelli linguistici tra paleo e neo-tv, paleo e neo-*YouTube*

In generale, nell'arco di soli dieci anni la comunicazione mediatica per giovanissimi è passata da un «discorso costruito» dagli adulti per i più giovani, attraverso il medium televisivo (SARDO 2007), a un discorso costruito dai giovani per i giovani su una piattaforma pluricodice e aperta come *YouTube*. Se dalle origini della tv fino agli anni 2004-2008, il medium televisivo aveva agito in modo forte e distinguibile sulla formazione della competenza comunicativa dei ragazzi, dopo il 2008 con i contenuti moltiplicati ma poco controllati della piattaforma Sky e soprattutto con i video autoprodotti e postati su *YouTube* e *Facebook*, con caratteristiche identitarie relative a gruppi giovanili, è più difficile indagare sui processi di modellizzazione linguistica. Tra il 2007 e il 2009 ci si è trovati dinanzi a una pleora di video postati dai giovanissimi su *YouTube* rappresentativi di piccoli gruppi, mentre tra il 2010 e il 2011 si è passati a video concepiti da *young adults* (*Willwoosh*, *Daniele doesn't matter* e *Cicciasan* sono nati nel 1987) per un pubblico di giovanissimi e infine, tra il 2011 e il 2012, ci si trova di fronte a nuovi fenomeni di aggregazione orientata verso *leaders* emersi dal mondo di *YouTube* (soprattutto *Willwoosh*, Guglielmo Scilla), approdati poi attraverso un meccanismo di prestigio e consenso alla radio, al cinema, al mondo dell'editoria<sup>6</sup>. In ognuno dei video presi

<sup>2</sup> SARDO 2010: 235.

<sup>3</sup> Si tratta di un sondaggio sulle *clip* più cliccate di *YouTube* al tag «umorismo», effettuato tra gli alunni di quarta ginnasio di un Liceo Classico catanese negli anni 2009-2012, somministrato da *leaders* di *peer groups* su *Facebook* (e per questo ringrazio Tommaso, Paola, Carlotta, Francesca).

<sup>4</sup> ALFONZETTI 2001: 236.

<sup>5</sup> *Ibidem*.

<sup>6</sup> Il testo di Scilla *Dieci regole per fare innamorare* nasce sul *web*, passa all'editoria con Kowalsky e poi approda al cinema nel marzo 2012.

in considerazione la componente visiva e musicale è studiata, ma si va da un minimo di studio e di consapevolezza nei testi del 2009 a un massimo di consapevolezza e di discorso costruito nei testi del 2011-2012. La componente scritta entra ancora nella codificazione di alcuni testi, ma ha un ruolo piuttosto circoscritto e in compresenza con altri codici quali quello visivo e musicale. Tratti comuni ai testi del primo periodo sono: una tessitura linguistica molto franta e basata su idioletti con tratti comuni quali l'uso espressivo della varietà regionale di partenza (SARDO 2010), con commutazione di codice come pratica comunicativa largamente praticata. In un secondo tempo, invece, si è passati pian piano a forme testuali più omogenee, ma caratterizzate da un uso colorito di *tag switching* pluridiale, modellate su testi proposti da *opinion leaders*, che accolgono tratti non provenienti da un'unica varietà regionale ma da più varietà per ragioni di *Tube audience*. Nel primo caso, si possono prendere come esempio le video-opinioni di *Domylion* o *zio Baddottula*<sup>7</sup>, con un numero di visualizzazioni che si attesta intorno a 25.000, nel secondo caso, invece, si possono prendere in esame le *clip* di opinionisti da centinaia di migliaia di visualizzazioni come *Willwoosh* (Guglielmo Scilla con 857.653 visualizzazioni in tre anni per un video come *Perché io valgo...e sono maggico* fino a 2.299.217 in due anni per *Figure di Merda*), *Daniele doesn't matter* (Daniele Selvitella con 681.075 visualizzazioni in quattro mesi per *15 cose da non fare in vacanza*) o *Cicciasan* (Claudia Genolini con 191.491 di *Perché siamo stressate* o 161.509 di *Donne non solo estrogeni*) o le video-parodie di successo come quelle create da *DavideKyo*. Le differenze tra le *clip* dei due periodi sono macroscopiche sia in termini di composizione testuale – con una tessitura piuttosto libera e *naïf* nel caso dei video più antichi e una molto costruita e intertestuale in quelli più recenti – sia in termini linguistici – con uno *switching* intrafrasale marcato nel primo caso e uno *switching* interfrasale o di *tagging*, anche in chiave pluridiale, nel secondo caso. La componente scritta entra ancora nella codificazione di alcuni testi, ma ha un ruolo piuttosto circoscritto e in compresenza con altri codici quale quello visivo e musicale<sup>8</sup>. I sottogeneri testuali che compaiono a partire dal 2006 (video-diari; video-lettere; video-opinioni; video-sfide; video-parodie) sono tuttora presenti, ad eccezione delle video-sfide che appartengono all'era *paleo-YouTube*, mentre prendono sempre più piede i *tutorial* per giovanissimi (*Clio-makeup* oggi è diventata la star di un programma di Sky canale *Real Time*), con movimenti tendenti alla riunificazione di una testualità molto frammentata.

## 2.1. *Caratteristiche delle clip del paleo-YouTube*

Tra il 2007 e il 2009 le *clip* di e per giovanissimi del *paleo-YouTube*, caratterizzate da dinamiche soggettività/identità di gruppo marcate e postate quasi esclusivamente

<sup>7</sup> SARDO 2010: 233-234.

<sup>8</sup> Si veda per esempio il video-diario di Cinzia e Bea *Io e te soru ppa vita* (SARDO 2010: 233)

sotto il *tag* “umorismo”, rispondevano a un bisogno di presenzialismo e a una dialogicità immediata e interattiva con precisi filoni identitari caratterizzati da mode, tendenze, stilemi ben identificabili e rintracciabili fra i gruppi di giovanissimi soprattutto cittadini con linee di somiglianza a livello nazionale ma anche marcate differenze regionali dai riflessi linguistici importanti (gruppi come: a) carusi de quattèri, b) bimbiminkia, 3) truzzi 4) fighetti, 5) emo, secondo una *gradatio* che va dai gruppi più dialettali a quelli più “nazionali”, da quelli meno “colti” a quelli più “colti”<sup>9</sup>). In alcuni video-diari le componenti scrittoria e musicale predominavano, in una sorta di *PowerPoint* declinato in chiave emotiva, mentre in altri, come quello del 2009 di *Susi la truzza* l’oralità predomina ed è connotata da tratti fonomorfolgici di tipo settentrionale, alto tasso di ripetizioni, esitazioni, fatismi, formularità televisiva. La serie gettonatissima delle video-opinioni paleo-*YouTube* trova un’ottima esemplificazione nelle *clip* del catanese *Zio Baddottula*<sup>10</sup>, caratterizzate da una tessitura stilistica approssimativa, poco sorvegliata, ricca di esitazioni e cambi di progetto sintattico e da un tessuto fonomorfosintattico regionale siciliano, con code *switching* e *code mixing*.

## 2.2. Caratteristiche delle clip del neo-YouTube

Le *clip* del neo-*YouTube* propongono invece nuove forme di linguaggio “costruito” dai ragazzi non più miranti a costituire identità fra piccoli gruppi, ma a fornire modelli di ampia circolazione per giovanissimi di ogni parte d’Italia che si riconoscono nel pensiero di questi opinionisti per teenagers e che seguono con un sorriso le logiche di un circuito mediatico che mira al merchandising. I ragazzi cercano sotto il *tag* “umorismo” e scelgono fra le molteplici forme di intrattenimento breve proposte. *Willwoosh*, *Daniele doesn’t matter*, *Cicciasan*, *Canesecco* hanno saputo assecondare i gusti del pubblico dei più giovani, partendo da *clip* di successo su *YouTube* e giungendo in alcuni casi al cinema, in teatro, in radio, in libreria. Il circuito comunicativo è completo. Certo è che, considerata la plasticità del sistema cognitivo e linguistico di queste fasce d’età e la pervasività dei media in questione, l’analisi di tali testi assume un certo valore in termini di verifica dello stato attuale, ma anche in termini di predizione di scelte espressive future da parte delle nuovissime generazioni. Queste *clip* con alti *trend* di visualizzazione hanno contribuito fortemente all’affermazione di quella che STEFINLONGO 2007 definisce come «lingua fratello»<sup>11</sup>, che ha un approccio diretto e disinibito alla “lingua madre”, che usa il linguaggio iconico, un lessico pluridialettale e plurilingue (inglese tecnologico e qualche lessema o fatismo dello spagnolo), e risorse multimediali. Proprio sul terreno della scrittura pluricodice si misurano oggi le

<sup>9</sup> Cfr. SARDO 2010.

<sup>10</sup> SARDO 2010: 233.

<sup>11</sup> STEFINLONGO 2007: 211.

novità del repertorio giovanile, e in questa direzione vale la pena di osservare un fenomeno mediatico nato attorno alla figura del giovane romano Guglielmo Scilla/*Willwoosh*. Il suo canale è stato per tutto il 2011 uno fra quelli con più iscritti e fra i più visitati tra quelli italiani tanto da far diventare il suo autore un *YouTube partner* (con 50 milioni di visualizzazioni). Presente su *Facebook* e su *Twitter*, *Willwoosh* è passato ben presto dal *web* agli altri media, agli incontri con i ragazzi delle scuole. Per mettere in evidenza alcune caratteristiche testuali e linguistiche dell'autore, si prenda come esempio una delle *clip* più cliccate di *Willwoosh* (*Pippe mentali*):

**potrei/non so/ fare dei/video su YouTube e/non so/magari diventare famoso/**  
con questi video che aiuteranno il mondo/

[segmento parodico su Titanic][...]

**Eeh/guardate che scegliere che tipo di video mettere su YouTube/non è/ un**  
**cosa semplice**/ecco perché ogni video che metto sul mio canale/ nasce da una  
profonda riflessione che faccio//da un'attenta/ indagine di mercato/che io  
svolgo sul campo/da una meticolosa/ ma anzi che dico/meticolosissima anali-  
si sociologica e comportamentale del mondo che mi circonda/quindi immagi-  
natevi quindi quante pippe mentali io mi faccia prima di metterne uno/anche  
perché io potrei mettere qualsiasi tipo di video// pensateci un secondo...//  
[segmento parodico "l'angolo di Pennellia"]

E con questo abbiamo completato er look cortiggiana del nuovo millennio/  
mi raccomando ricordatevi che deve essere drammatico ma comunque port-  
tabile qualora voi voleste essere un pochino più sexy der Tufello, ricordatevi  
di aggiungere matita nera ar contorno labbra. Questo è tutto/un abbraccio  
da Pennellia.[...]

**E magari le mie pippe mentali si limitassero solamente a quelle che mi faccio**  
**per/per/ i video/** se toglì mentali suona malissimo//comunque/no/nel senso  
che/no/ comunque/no/nel senso che/no **sono pieno di fisime//...**

**dalle scommesse con il fato...**

[chiama qualcuno col cellulare]//Allora/facciamo così/ se mi risponde vuol  
dire che sarò per sempre un perdente/ panzone/brufoloso/ciccione/faccia di  
culo di merda// [si sente qualcuno rispondere][...]

**ai profondi quesiti che nascono dopo che ho letto un libro**

se voi poteste scegliere un'arma con la quale combattere/cosa scegliereste?

[segmento con varie risposte]

**o anche dopo aver visto un film**

[segmento intervista a un giovane romano]

ti posso fare una domanda?

See//

se adesso t'arrivasse tipo un Trirex te che faresti?

Eh/beh/dove?

Là//Tipo là/compare là

beh, carcola.../corro/ tipo tutto lì/tutto giù per quer pendio/m'arampico  
sull'arbero [...]

**tutte cose delle quali mi vergogno molto e che puntualmente metto su You-**  
**Tube naturalmente/**

La tessitura diegetica della *clip* mostra una buona organizzazione dei coesivi e dei segnali discorsivi, un alto tenore di consapevolezza metatestuale e una volontà di gioco intertestuale che abbraccia il cinema, la tv con le parodie dei principali *format*, fino al *web* stesso (i *tutorial* di Pennellia) con un discreto rispetto di tutti i principi dressleriani sulla testualità.

Da un punto di vista linguistico, il romanesco di Scilla, finemente tessuto all'interno di un discorso non distante dalla norma per l'uso di congiuntivi e di un certo grado di subordinazione, è fortemente intersecato con altre componenti dialettali a livello lessicale e fraseologico, come emerge nelle *clip* video ad alto impatto modellizzante, visto l'altissimo *trend* di visualizzazioni. Di fatto, la tessitura linguistica di Scilla mira a creare un giovanilese unitario che attinge al repertorio colloquiale ma è attento alla norma e distribuisce gli espressivismi in modo omogeneo tra nord e sud. I caratteri di quello che potremmo definire "neo-giovanilese unitario" non emergono solo nel parlato ri-costruito per il *web*, ma anche nel tessuto più sorvegliato della scrittura del suo racconto/manuale di *self-help*, *10 regole per fare innamorare*. Considerato che il testo narrativo/regolativo a stampa (su modelli angloamericani) è solitamente caratterizzato da un tenore stilistico piuttosto sorvegliato, nonostante l'argomento (pene d'amore adolescenziale) e i destinatari (*tweens*), i tratti linguistici che mettiamo in evidenza assumono un valore particolare in termini di impatto sui lettori/fruitori/imitatori del testo (il libro fa parte di un circuito comunicativo partecipativo che passa dal cinema al *web*).

A livello lessicale andranno segnalati sia colloquialismi (*quella che ti fa fare film la sera prima di andare a dormire* p. 12; *io lo chiamo più veracemente: "culo del principiante"* p. 18; *della serie: "No sapete oggi ho voglia di farmi girare le palle a mulinello* p. 27; *Vediamo di darci una calmata tutti quanti* p. 28; *cerchiamo di non fare cazzate* p. 31), che termini ricercati o tecnicismi (*mi ridussi a mostrare le pudenda* p. 10, *l'ariete del raziocinio* p. 10; *Alcuni la chiamano tecnica del sommo depistaggio* p. 18; *col suo beneplacito* p. 27; *inizieresti a blaterare* p. 30; *fatti latore di una teoria di qualsiasi tipo* p. 41), anche in contesti frasali ibridi (*un meccanismo di immagazzinamento neurale che i colleghi percettivisti definirebbero "a cazzo di cane"* p. 33; *lasciamo i nostri sfigmomanometri a casa, ché la pressione è sicuramente a posto.* p. 30), nonché espressivismi settentrionali (*l'hai menata così tanto da...* p. 13; *ecco perché partoriscono cagate su cagate* p. 39); del romanesco o di area centrale (*grandissimi psicologi di 'sta ceppa* p. 11; *Professorini di 'sta ceppa* p. 43; *la psicologa Margaret Granceppa* p. 12; *le coppie che scoppiano erano già belle che andate* p. 26; *ed è una sonora pippa in ogni sport* p. 36; *my name is Pippa mentale* p. 40); del sud (*da ammaronare persino un oggetto inanimato come il tuo diario* p. 13; *una caterva di minchiate* p. 30; *le minchie secche* p. 37; *inizio a sparare una sequela di minchiate sulla vita e sul mondo* p. 42); del fumetto o della tv (*prima che noi andiamo a pettinarci con un frullatore acceso* – cfr. La serie tv anni 80 *Arnold: Ti sei pettinato col martello?* – p. 29; *i peli di nonna Belarda* – nonna Abelarda fumetto

anni 70 p. 39); del neo-giovanilese (*Silenziosi e riservati hanno uno strano fetish per sapere come funzionano le cose* p. 36; *V. è anche un mostro nel praticarli* p. 37; *lo so, che manco Chuck Norris* p. 37; *dona loro una conversazione su ciò che li intriga e avrai svoltato* p. 43).

A livello morfosintattico saranno interessanti più che i tratti dell'italiano dell'uso medio, i tratti normativi (*qualora tu fossi molto tardo potresti uscirtene con una frase triste del tipo* p. 27; *qualora non si fosse capito* p. 27). Importanti saranno anche i tratti metalinguistici che costituiscono la cifra stilistica dell'autore (*E soprattutto dimentica i congiuntivi. Non vuoi mica fare brutta figura?* p. 46). L'importanza di *Willwoosh* nel panorama degli opinionisti per giovanissimi è tale che anche altri leader come *Cicciasan* e *Daniele doesn't matter* fanno continui riferimenti ai suoi video, costruendone di simili anche da un punto di vista linguistico.

### **3. Per concludere**

Il macrosistema *web*, contraddistinto da intersezioni comunicative interagenti, non più facilmente segmentabili, pluricodice nella sua essenza, connotato da modalità di fruizione di tipo interattivo/partecipativo, crea reti di condivisione di contenuti, grazie alle nuove architetture testuali. Tale sistema, mettendosi in concorrenza con quello mediatico "tradizionale", stampa, radio, tv, ne influenza profondamente le modalità comunicative, proprio in termini di immediatezza/partecipazione del messaggio e delle modalità comunicative, controllo circolare dei contenuti, movimento di opinione tramite il sistema del commento a margine del *post*. Esso abbatte i confini tra privato e pubblico, attinge a contenuti in modo tematico e di nicchia e li rielabora riproponendoli ad ampio raggio, seguendo spesso un'estetica dell'ibrido e del frammento, dell'intertestualità e dello sconfinamento. L'incontro tra i nuovi assetti cognitivi dei giovanissimi e le potenzialità espressive del *web* hanno dato vita nei nuovi spazi comunicativi a forme di testualità interessanti all'interno delle quali la componente verbale non è più primaria, è totalmente disinvolta, serve a stabilire contatti e comunanze, partecipa insieme agli altri codici espressivi, quello visivo e musicale soprattutto, alla costruzione di identità individuali e di gruppo. Fuori dai contesti sorvegliati e guidati i giovani si riappropriano dello strumento linguistico abbattendo sistematicamente i confini diafasici, diamesici, diatopici, imprimendo forza emotiva, ludica, di autoaffermazione<sup>12</sup> a una testualità sempre più complessa e, nei casi migliori, anche consapevole. In tutti i testi presi in considerazione l'italiano regionale e il dialetto hanno un ruolo fondamentale e ricoprono funzioni identitarie, ludiche, emotive, aggregative di grande interesse. Se la paleo-tv dei ragazzi forniva modelli linguistici anche altamente complessi e rimaneva baluardo della norma, già la neo-

<sup>12</sup> COVERI 1993: 35-47.

tv per ragazzi, dimenticato l'intento didattico-linguistico della paleo-tv, strizzava l'occhio al giovanilese. Oggi, infine, i giovanissimi stessi sono diventati produttori instancabili di testi audiovisivi brevi ed ellittici, con uno stile di parlato franto, veloce e ipercaratterizzato da un punto di vista espressivo, ricco di stile nominale, di periodi brevissimi, di forme onomatopeiche e fumettistiche, di idiomatismi a effetto. Contrariamente alla tv, *YouTube* non rappresenta più uno specchio della realtà ma piuttosto una *mirrorball*, sfera riflettente che proietta i suoi raggi verso tante direzioni diverse, con modalità frammentata ancora tutta da esplorare nelle sue forme testuali brevi, incisive, sincopate, pluricodice che si muovono con disinvoltura tra escursioni fra le varietà regionali e buona tenuta della varietà standard.

## Bibliografia

- ALFONZETTI 2001 = GIOVANNA ALFONZETTI, *Le funzioni del code switching italiano-dialetto nel discorso dei giovani*, in «Bollettino del Centro di Studi Filologici e linguistici Siciliani», n. 19, 2001, pp. 235-264.
- COVERI 1993 = LORENZO COVERI, *Novità del/sul linguaggio giovanile*, in *La lingua dei giovani*, a c. di EDGAR RADTKE, Tübingen, Narr, 1993, pp. 35-47.
- SARDO 2007 = ROSARIA SARDO, *Modelli testuali e linguistici della tv per ragazzi*, in *Dall'antenna alla parabola: modelli di ricezione e fruizione della tv per ragazzi oggi*, a c. di EAD. e MARCO CENTORRINO, Roma-Acireale, Bonanno, 2007, pp. 9-24.
- SARDO 2010 = ROSARIA SARDO, *Modelli linguistici per giovanissimi tra tv e youtube*, in *Le nuove forme del dialetto*, a c. di GIANNA MARCATO, Padova, Unipress, 2010, pp. 231-236.
- STEFINLONGO 2007 = ANTONELLA STEFINLONGO, *Frammenti di una comunicazione interrotta*, in *Giovani oltre*, a c. di UGO CARDINALE – DARIO CORNO, Soveria Mannelli, Rubbettino, 2007, pp. 209-230.