

Preservare la diversità linguistica glocalizzando

Mirna Hrvatin
Zagabria
mirnahrvin@yahoo.it

I fenomeni derivanti dall'impatto della globalizzazione sulle varietà locali e viceversa sono sempre più discussi negli ultimi anni. Nell'articolo si analizza il ruolo della glocalizzazione nella preservazione della diversità linguistica. Nel contesto sociologico della globalizzazione, il concetto di glocalizzazione, introdotto dai sociologi come R. Robertson e Z. Bauman, viene utilizzato per analizzare i modi in cui processi della globalizzazione creano nuove forme culturali o salvaguardano quelle già esistenti. Dal punto di vista sociolinguistico, invece di eliminare la diversità linguistica, la globalizzazione (con il suo tratto "glocale") può servire a promuoverla. Analizzando da molteplici angolature l'impiego sempre più indicativo del dialetto e varietà regionali in televisione e internet (in Italia e Croazia), sia come una strategia del marketing che come riaffermazione del patrimonio culturale e l'identità, si nota una loro rinascita. Invece di correre il rischio di scomparire, i dialetti e linguaggi regionali tornano a vivere in nuove e sempre più innovative forme.

Parole chiave: globalizzazione, glocalizzazione linguistica, diversità culturale, dialetti, micro-marketing

1. Il contesto sociolinguistico della globalizzazione

La diversità linguistica è una risorsa culturale che corre il rischio di esaurimento. Il concetto della glocalizzazione linguistica, come globalizzazione degli idiomi locali, ha un ruolo importante nella preservazione della diversità linguistica. La storia della globalizzazione come concetto nelle scienze sociali è iniziata a diffondersi alla fine del XX secolo. La globalizzazione può essere percepita come un processo tramite cui rapporti politici, sociali, economici e culturali salgono a livello globale con le conseguenze notevoli per le esperienze locali e vite quotidiane delle persone (Bilton 1997: 54). Molti fenomeni derivanti dalla globalizzazione hanno innescato i cambiamenti della situazione linguistica. Innanzitutto, la moltiplicazione dei contatti interculturali e lo sviluppo dei mercati transnazionali hanno portato alla graduale espansione delle lingue veicolari, in particolare l'inglese, indebolendo il valore delle altre lingue. Secondariamente, lo sviluppo delle reti di comunicazione e informazione ha avviato il processo della deterritorializzazione. La deterritorializzazione, ossia il crollo delle distanze, presenta la trasformazione dei rapporti spaziali fondati sul luogo: i legami tra i fenomeni culturali e la posizione geografica non portano più un significato rilevante. Fatta questa premessa, l'internet può essere visto sia come agente di globalizzazione (in cui caso, secondo i critici, porta alla cultura omogenea), sia come mezzo della promozione e preservazione culturale. In altri termini, le innovazioni tecnologiche hanno

avuto un ruolo importante nel rompere le barriere culturali e temporali tra paesi diversi (Friedman 2007). Infine, bisogna mettere in evidenza i processi globali quali le migrazioni, la mobilità professionale e l'aumento del flusso di turisti internazionali.

Cambiando i modi di comunicare, la globalizzazione ha sfidato la diversità linguistica. Comunque, allo stesso tempo, ha portato consapevolezza, a livello globale, dei rischi che oggi corrono alcuni idiomi, illustrati bene dall'Atlante interattivo mondiale delle lingue in pericolo. Secondo i dati dell'Unesco del 2012, presentati nell'Atlante, sono in pericolo di estinzione circa seimila idiomi nel mondo.

2. L'impatto della globalizzazione sulla diversità linguistica

La diversità linguistica in un mondo in via di globalizzazione ha subito sia degli impatti negativi che positivi. Da un lato i sociologi quali T. Levitt e A. Giddens credono che la globalizzazione abbia contribuito all'omogeneizzazione culturale e alla standardizzazione, portando al graduale impoverimento culturale e linguistico. In un scenario fosco, questo potrebbe avere per conseguenza la fine della diversità culturale. H. Schiller, tramite l'analisi dei mass media, paragona i trend della globalizzazione ad una nuova forma dell'imperialismo culturale (Schiller 1992).

Dall'altro lato la globalizzazione viene percepita come un'opportunità per un ripristino della diversità culturale. Secondo il sociologo R. Robertson la diversità, in termini economici, vende (Robertson 1995: 29). Essa diventa una risorsa e gradualmente conquista tutti i campi dell'economia, dal marketing alla finanza. Lo sviluppo delle migrazioni internazionali conduce alla comparsa di espressioni culturali nuove ed è proprio questo uno dei modi innovativi in cui la diversità si rinnova. Tramite le tecnologie dell'informazione e della comunicazione si formano le reti delle nuove associazioni umane che trascendono i limiti delle regioni e nazioni. Lo sviluppo del turismo globale crea una nuova consapevolezza di pratiche culturali diverse. Tutto ciò premesso, è possibile affermare che gli impatti positivi creano delle varie iniziative al livello locale ma globalizzate, oppure quelle al livello globale ma localizzate, che possono servire come uno strumento della rivitalizzazione linguistica e vengono chiamate glocalizzate o glocali. Esse possono risultare in numerose e varie iniziative glocali linguistiche che servono a promuovere la diversità linguistica.

3. Glocalizzazione come la rivitalizzazione linguistica

Glocalizzazione è un concetto introdotto e approfondito negli ultimi 10-15 anni dai sociologi R. Robertson e Z. Bauman, per definire e analizzare l'impatto della globalizzazione sulla cultura locale e viceversa. Loro mettono in luce il fatto che le distanze geografiche e la prossimità fisica sono diventate marginali. Ne deriva che le cause possono essere globali e gli impatti locali e

viceversa (Bauman 2011: 1). Il globale e il locale non si escludono, ma interagiscono. A contatto con il globale, il locale reagisce (e a contatto con il globale il locale reagisce) e nasce il glocal (Robertson 1995: 49). Il termine glocalizzazione è tratto dal termine giapponese *dochakuka* e si riferisce all'adattamento delle tecniche agricole alle condizioni locali, che in gergo aziendale moderno riguarda fundamentalmente una strategia di micro-marketing, fondata sull'adattamento dei prodotti globali per i mercati locali.

4. Progetti linguistici di glocalizzazione

La glocalizzazione, ossia il contatto e l'interazione tra la sfera globale e la sfera locale¹ possono esercitare effetti notevoli sulla situazione linguistica. Tali esempi in quest'articolo vengono chiamati progetti (o iniziative) linguistici di glocalizzazione (o glocali). Progetti linguistici di glocalizzazione come rivalutazione di varietà locali avvengono sia in forma della strategia economica, che come riaffermazione del patrimonio culturale.

4.1. Progetti glocali economici

Nell'ultimo decennio il commercio e turismo globale valorizzano sempre di più i patrimoni culturali locali (specialmente la lingua e il dialetto). In questo modo, per motivi economici, cioè a scopo di profitto, nascono dei progetti glocali (in questo caso le pubblicità) che salvaguardano la diversità linguistica. I risultati delle analisi e valutazioni dell'efficacia delle campagne pubblicitarie² in Croazia e Italia che si basano sul patrimonio locale, specialmente quelle in cui si usa un dialetto o un accento stretto dimostrano che alla lingua è stato assegnato il valore di mercato e di conseguenza l'identità linguistica è diventata un vantaggio competitivo. Le lingue regionali e i dialetti si trasformano in strumenti di promozione commerciale e turistica e il numero delle pubblicità glocali, nate per avvicinarsi emotivamente ai consumatori³, è in crescita. Se presentati in dialetto o lingua regionale, i prodotti hanno più affidabilità e provocano dei sentimenti di affetto e simpatia nei consumatori. Le campagne poi escono dall'ambito regionale e locale e passano ai domini della TV nazionale e delle reti globali. E' proprio in questo modo che il locale si globalizza, registra e si preserva, rinnovando la ricchezza culturale.

¹ La sfera locale, in termini geografici, può essere percepita come quella di villaggio, città, regione o stato.

² Ad esempio: l'Osservatorio Multicanalità 2010, la ricerca dell'Università di Berna (2004), i premi internazionali Effie in Croazia (2010, 2011), Best Marketing Croazia (2010-12), etc.

³ In Italia ad esempio le pubblicità di San Pellegrino, Wind, eBay, Diesel; in Croazia T-mobile, Tele 2, Lero, Eva.

Progetti glocali come sostegno della cultura locale

Il secondo tipo di progetti sono quelli che nascono per riaffermare da parte di una comunità la propria identità locale come risposta alla cultura globale o per salvaguardare il patrimonio locale.⁴ Si creano delle piccole campagne avviate contro l'abbandono dei registri tradizionali e nascono delle comunità d'interesse nuove, in parte come riflesso della diffidenza sempre più grande verso le abilità delle strutture politiche a interpretare i bisogni e gli interessi della gente (Marsh 2003: 22). Per quanto riguarda i contenuti, molti siti in Italia riportano detti e proverbi delle diverse zone (presenti nel 65% dei siti dedicati ai diversi dialetti), le filastrocche e canzoni della tradizione (53 %), le parole e frasi più comuni (44 %), i saggi o trattati (32 %), i corsi di dialetto (29%) e dei dizionari *online* con la traduzione dei termini dialettali in italiano e viceversa (27%).⁵ Altri esempi che dimostrano un nuovo bisogno di registri familiari sono Wikipedia in dialetto, gruppi di emigrati in rete e comunità su *social network* (Facebook e Twitter), dove si riuniscono gruppi di attivisti e di persone con interessi culturali comuni.

Per illustrare il modo in cui funzionano le iniziative in questione, in seguito sono riportati alcuni esempi dal corpus:

Dialettando.com: Forum in cui si conversa liberamente nel proprio dialetto, oppure si parla, in italiano, sui dialetti, sulla cucina regionale, sui prodotti tipici, su costumi e tradizioni locali, sui tesori dell'artigianato da scoprire e da riscoprire

Il sito dei tifosi del Mantova Calcio: Certe volte solo una parlata dialettale può far sorridere ed esprimere concetti coloriti che la lingua italiana viceversa non permette; (...) per far rinascere in tutti i mantovani la consapevolezza che il dialetto è e dovrà rimanere la nostra seconda "lingua", la "lingua" dei nostri padri, nonni (...) in questi tempi di globalizzazione.

Tractorum.it, sito dell'agromeccanica e agrotecnica: Questo nuovo argomento ha come scopo la divulgazione e la spiegazione dei vari termini dialettali utilizzati NEL MONDO AGRICOLO. Ogni Utente può fare un elenco dei più significativi termini nel proprio dialetto con, accanto, la traduzione italiana.

Scuole elementari in Croazia con i vocabolario di termini ciacavi: Ča? Zač? Da se ne pozabi! (Che cosa? Perché? Per non dimenticare!, scritto in dialetto ciacavo)

Istarski rječnik (Il vocabolario dell'Istria), con 19.227 voci e 181.112 traduzioni in varietà dialettali, uno dei vocabolari tra più varietà dialettali

L'e-Diaspora Atlas pubblicato dalla Maison des Science de l'Homme di Parigi, 2002, un progetto che ha riunito 80 ricercatori provenienti da tutto il mondo che hanno analizzato oltre 8.000 siti web e hanno fatto una classifica-

⁴ Le motivazioni sono state analizzate in un corpus di 150 siti italiani e croati, nel 2012.

⁵ Ricerca di Bocconi Trovato & Partners 2010.

zione dei cosiddetti *migrant sites* (l'analisi della presenza *online* di 28 diaspore, tra cui 160 siti sono italiani)

Wikipedia in dialetto in Croazia: Metapedia enciclopedia in dialetto (Enciclopedia in caicavo - WikiKay, Enciclopedia in ciacavo – WikiCha).

Wikipedia in dialetto in Italia: 14 versioni in 2012 (il piemontese, lombardo, siciliano, napoletano e veneto hanno il numero più grande degli articoli redatti).⁶

Iniziative glocali sulle reti sociali – Facebook e Twitter (gruppi in sostegno di un dialetto che hanno dai 50 ai 55.000 *fan*).

5. Conclusione

Fino a due decenni fa, la conservazione dei dialetti presupponeva alcune determinate condizioni socioculturali, quali l'isolamento delle comunità in aree rurali e l'omogeneità delle comunità dal punto di vista culturale e linguistico. La forma scritta dei dialetti si trovava soltanto nei documenti notarili, nei verbali e in letteratura. Il dialetto si trasmetteva in modo orale e per questo l'oralità è stata ritenuta dimensione qualificante del dialetto. (Marcato 2002: 129).

Da quanto è stato illustrato fin qui, risulta evidente che oggi, invece, esistono altre forme innovative che possono servire come veicoli della preservazione e salvaguardia dei dialetti. Le comunità umane si sono adattate in un modo nuovo ai cambiamenti nel loro ambiente e allo sviluppo nell'area della comunicazione. Le iniziative glocali analizzate, anche se in maggior parte non basate sulle metodologie sistematiche e in questo senso prive di un valore lessicografico, dimostrano ambizioni standardologiche.

L'importanza principale sta nel fatto che le iniziative glocali, come un processo di recupero dell'uso di un idioma, coinvolgono, per la prima volta, le giovani generazioni. In più, essi riducono l'isolamento di un dialetto conquistando vari ambiti, da quelli economici e politici a quelli culturali. Finalmente, essi affermano l'identità e la ricchezza del patrimonio locale.

In conclusione, il patrimonio culturale locale diventa accessibile per tutti, e non più riservato per quelli che ci appartengono in termini spaziali e temporali. Le iniziative culturali glocali sono progetti innovativi che costruiscono l'identità in diaspora, salvaguardano le culture minoritarie e rinnovano la conoscenza degli idiomi locali.

⁶ Dagli esempi apparirà chiara l'ambiguità del termine 'dialetto'. Il termine qua, come in molti siti, viene usato in relazione oppositiva con quella di lingua come standard, anche se molte delle varietà sono state riconosciute come vere lingue regionali o minoritarie.

Bibliografia

- Adamu, F.L. (2003). Globalisation and Economic Glocalisation in Northern Nigeria. Paper Presented at the *Development Studies Association's Annual Conference on Globalisation and Development*, Scotland, 9 th -12 th September.
- Anderson-Levitt, Kathryn M. (2003). *Local meanings, global schooling: Anthropology and world culture theory*. New York: Palgrave Macmillian.
- Arnove, Robert F./Torres Carlos Alberto (2003). *Comparative education: the dialectic of the global and the local*. Lanham: Rowman and Littlefield Publishers.
- Baldi, B./Savoia, L. (2007). Lingua e globalizzazione - XXI secolo. *Enciclopedia italiana: VII appendice*. Roma: Istituto della Enciclopedia italiana, pp. 286-287.
- Bauman, Zygmunt (1984). *Kultura i društvo* [prijevod Radoslav Đokić]. Beograd: Prosveta
- Bauman, Zygmunt (1998). *Globalization: the human consequences*. New York: Columbia University press.
- Bauman, Zygmunt (2007). *Liquid modernity*. Cambridge: Malden, MA. Polity Press.
- Bauman, Zygmunt (1993). *Postmodern Ethics*. Oxford: Blackwell.
- Bauman, Zygmunt (2005). *Globalizzazione e glocalizzazione*. Roma: Armando editore.
- Bauman, Zygmunt (2011). On Glocalization coming of Age. *Social Europe Journal (SEJ)*, pubblicazione web.
- Berruto, Gaetano (1987). *Sociolinguistica dell'italiano contemporaneo*. Roma: La Nuova Italia Scientifica.
- Bilton, T. et al (1997). *Introductory Sociology*. London: Macmillan.
- Friedman, Thomas Lauren (2007). *Il mondo è piatto - Breve storia del ventunesimo secolo* [traduzione di Aldo Piccato]. Milano: Arnoldo Mondadori Editore.
- Giddens, Anthony (2003). *Runaway world: how globalisation is reshaping our lives*. New York: Routledge
- Giulianotti, R./Robertson, R.(2007). Forms of Glocalization: Globalization and the Migration Strategies of Scottish Football Fans in North America. *Sociology* 41.1, pp. 133-152.
- Heller, M. (1999). Alternative ideologies of la francophonie. *Journal of sociolinguistics*, 3, pp. 336-59.
- Jacobs, A.J (2013). *The world's cities: contrasting regional, national and global perspectives*. New York: Routledge
- Marcato, Gianna (1989). Oralità e scrittura nella dialettologia italiana. *La dialettologia italiana oggi: studi offerti a Manlio Corteleazzo* [a cura di Gunter Holtus et al.] Tubingen: Gunter Narr Verlag, pp. 123-132.
- Marsh, Jesse B.T (2003). Cultural Conflict in the Information Society, *eCulture: the European Perspective, Proceedings from the Round Table Meeting, Zagreb 24-27 April 2003* [edited by S. Dragojević et al.] Zagreb: Institute for International Relations, pp. 21-30
- Muljačić, Žarko (1982). Le «lingue per elaborazione» (LE) a base italiana o italo-romanza in un modello sociolinguistico. *Quaderni d'italianistica*, 3:2, pp. 165-174.
- Muljačić, Žarko (1998). *L'italiano e le sue varietà linguistiche*. Aarau: Verlag fur deutsch-italienische Studien Sauerlander.
- Nichols, Johanna (1992). *Linguistic diversity in space and time*. Chicago: University of Chicago Press.

- Pellegrini, Giovan Battista (1990). Tra italiano regionale e coine' dialettale. *L'italiano regionale: atti del XVIII Congresso Internazionale di Studi, Padova-Vicenza, 14-16 settembre 1984* [a cura di Michele A. Cortelazzo e Alberto M. Mioni]. Roma: Bulzoni, pp. 5-21.
- Pellegrini, Giovanni Battista (1965). *Lo stato attuale dei dialetti italiani e il problema dei confine dialettali*. Messina: Università di Messina
- Rapporto mondiale dell'UNESCO. Investire nella diversità culturale e nel dialogo interculturale. Riassunto* (2009) Parigi: Organizzazione delle Nazioni Unite per l'educazione, la scienza e la cultura.
- Robertson, Roland (1994). Globalisation or glocalisation? *Journal of International Communication*, 1.1, pp. 33-52.
- Robertson, Roland (1995). Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity, *Global modernities* [edited by Mike Featherstone et al.]. London: Sage, pp. 25-44.
- Robertson, Ronald (1994). Glocalization: Space, Time and Social Theory. *Journal of International Communication* 1.1, pp. 33-52.
- Sabatini, Francesco (1990). "Italiani regionali" e "Italiano dell'uso medio". *L'italiano regionale: atti del XVIII Congresso Internazionale di Studi, Padova-Vicenza, 14-16 settembre 1984* [a cura di Michele A. Cortelazzo e Alberto M. Mioni]. Roma: Bulzoni, pp. 75-78.
- Schiller, Herbert I. (1992). *Mass Communications and American Empire Critical Studies in Communication and in the Cultural Industries*. Boulder: Westview Press.
- Corpus di 30 campagne pubblicitarie in Croazia e Italia, nel periodo 2009-2012.
- Corpus di 150 siti italiani e croati dedicati ai diversi dialetti o lingue regionali (nel 2012).

Preservation of Linguistic Diversity by Glocalisation

The phenomena resulting from the globalisation impact on local varieties and vice versa have been increasingly discussed in the last years. The article focuses on the role of glocalisation in the preservation of linguistic diversity. In a sociological context, the concept of glocalisation, introduced by sociologists such as R. Robertson and Z. Bauman, is used to analyse the ways in which globalisation processes create new cultural forms or safeguard the existing ones. From the sociolinguistic point of view, instead of eliminating linguistic diversity, globalisation can be used to promote it. Analyses conducted from various aspects of the increasingly significant use of dialects and regional varieties in television and internet (in Italy and Croatia), either as a marketing strategy or as an affirmation of cultural heritage, pointed to their revival. Instead of running the risk of disappearing, dialects and regional languages are coming back to life in new and innovative forms.

Keywords: globalisation, linguistic glocalisation, cultural diversity, dialects, micro-marketing