

# Il «morbus anglicus» del signor Rossi

DI GIACOMO GAMBASSI

**A**ll'aeroporto di Roma la voce che esce dagli altoparlanti annuncia che l'imbarco avverrà al «gate 6 del terminal 1». A Milano i manifesti lungo le strade presentano la *Fashion week*, cioè la Settimana della moda. Il pieghevole del convegno indica che alle 11 ci sarà il *coffee break* (la pausa caffè), proprio come il titolo di una programma tv su La7. E su Rai 4 vanno in onda le repliche di *Desperate Housewives* (Le casalinghe disperate). Poi l'azienda del gas invita a rivolgersi al *customer service* (il servizio clienti) per misurare la *customer satisfaction* (la soddisfazione dell'utente). E come la mettiamo con le università che si muniscono di *student point* o con i giornali che per settimane discutono di *election day*? Beh, siamo (quasi) più inglesi degli inglesi che si prendono persino gioco di noi e dell'ossessione tutta italiana di condire la lingua con un diluvio di vocaboli anglosassoni. Ci ha scherzato su il britannico *Telegraph* che racconta come nella Penisola si usi un frasario in simil-inglese che «suona decisamente strano per un madrelingua», come *baby parking*. E si è divertito a descrivere il dilagare di *workshop* (seminario di studio) o *brand* (marca). Figurarsi se arriva un messaggio di posta elettronica come quello giunto allo scrittore **Marco Missiroli**. «Un'amica che non sentivo da tempo – rivela il 32enne autore dei romanzi *Bianco e Il senso dell'elefante* – mi informava di lavorare nel *food*, ossia nell'alimentazione, e chiedeva quale fosse il mio attuale *core business*, in pratica la mia attività. Ma che razza di lingua parliamo?». Già, siamo ormai prigionieri dell'«itanglese», un idioma «caratterizzato dal ricorso frequente e arbitrario a termini e locuzioni inglesi», spiega il dizionario Hoepli. In sette anni l'importazione di vocaboli anglosassoni si è moltiplicata per dieci. E, nota l'agenzia di tradizioni

Agostini Associati nella sua ultima ricerca sul fenomeno, a trainare la crescita sono parole legate alla tecnologia (sei fra le dieci più usate, come *tablet*, *social device*) e all'economia (ad esempio *default*). «Tutte le lingue sono soggette all'influsso dell'inglese – sottolinea la vice-presidente dell'Accademia della Crusca, **Paola Manni**, docente di linguistica italiana all'Università di Firenze –. Ma tratto specifico dell'italiano è una sorta di dipendenza acritica. Qualcuno lo ha definito *morbus anglicus*. E di fatto il ricorso in quantità esorbitante a un lessico d'oltre Manica, come sembra talvolta di constatare, rischia di mettere in crisi le strutture dell'italiano». Ne è convinto anche Missiroli. «L'anglomania snatura il nostro parlare e il nostro scrivere: l'italiano ha nella parola morbida la sua etica e il suo codice. Tutt'altro accade nell'inglese. E, quando in una pagina di mille vocaboli, trecento arrivano dalla Gran Bretagna o dagli Usa, resta poco delle radici che ci sostengono». Contro l'abuso dell'inglese si batte il sito *stopitanglese*. Uno degli animatori è **Massimo Arcangeli**, docente di linguistica italiana all'Università di Cagliari e direttore dell'Osservatorio linguistico Zanichelli. Nel suo libro *Cercasi Dante disperatamente* (Carocci editore, 222 pagine, 19 euro) racconta «fatti e disfatt» di questa debolezza imperante che ha fatto del nostro vocabolario corrente una *Little England*. «Sicuramente l'importazione di termini anglosassoni può essere dovuta a motivi di necessità. Infatti si fa difficoltà a tradurre in modo opportuno alcune espressioni del campo economico-finanziario o informatico». Ironizza Missiroli: «Lo *spread* ha ossessionato i sogni della mia estate. Ed è un vocabolo che ormai associo alla Germania anche se non è tedesco». Arcangeli

cita *mobbing*: «In nessun caso persecuzione potrebbe subentrargli». È la vice-presidente della Crusca chiarisce che un anglicismo assodato è *stop* che ha dalla sua la brevità. «Certo la concisione che è una delle peculiarità dell'inglese non può giustificare l'abuso». Preoccupante è lo snobismo linguistico. «Perché dietro c'è un'idea balzana – dichiara il direttore dell'Osservatorio Zanichelli –: siccome l'inglese fa fino, più lo utilizzo, più dimostro di essere moderno e brillante. A questo si aggiunge la pigrizia: si tratta della non voglia di trovare un equivalente. Penso a *spending review* che finalmente abbiamo capito essere una banale revisione della spesa». Il sito propone una regola aurea: non più del 5% di un testo o di un discorso dovrebbe contenere parole anglosassoni. «Non dobbiamo avere paura dei forestierismi – dichiara Arcangeli –. E i nostri suggerimenti non hanno nulla a che vedere col purismo di Stato o l'autarchia linguistica. Però, se i termini di matrice inglese possono essere rimpiazzati con quelli nazionali, facciamolo. *Red carpet* è un comune tappeto rosso. *Box office* sta per botteghino. *Second-hand* ha lo stesso significato di seconda-mano. Non serve puntare sull'esterofilia per alzare il tono». Manni si affida a un confronto. «Le parole straniere entrate nell'italiano prima della seconda Guerra mondiale si sono riplasmate obbedendo alle regole della nostra lingua. Così oggi è arduo rendersi conto che ragù sia un francesismo o bistecca provenga dall'inglese *beefsteak*. Invece, in questi anni, gli anglicismi non si sono adattati. E di fatto costituiscono corpi estranei». Sul banco degli imputati salgono non solo le imprese ma anche giornali e tv. «Quando leggo un documento aziendale o sfoglio un quotidiano – afferma Arcangeli – mi chiedo se la maggioranza delle persone sia in grado di decifrare la mole di vocaboli inglesi di cui ci si riempie la bocca. E anche nel caso delle cronache sportive una maggiore sobrietà sarebbe auspicabile».

Insomma al posto di *corner* può essere scritto angolo e il *coach* è il nostrano allenatore. Diversa la scelta di Francia o Spagna dove si è optato per autentiche barriere anti-inglese: così Oltralpe il computer è l'*ordinateur* e il marketing la *mercatique*, mentre nel Paese iberico il mouse si è trasformato in

*ratón* (topo) e il part-time in *media jornada*. «La chiamerei dogana sociale», dice Missiroli. E la docente fiorentina aggiunge: «Sono necessari cura e rispetto diffuso per la lingua. Per questo la scuola è tenuta a far acquisire una nuova consapevolezza dell'italiano». Arcangeli lancia una sfida.

«Proviamo a imboccare anche qui la via creativa alla traduzione: non per imporre soluzioni stravaganti, ma perché giocare con la lingua è salutare». Un esempio? «Il *blog* può diventare il digidiario: non è un vocabolo funzionalmente appropriato, ma è sintomo di una vivacità che forse abbiamo perso».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## tendenze

**Il dilagare di parole inglesi sta inutilmente snaturando il nostro idioma con effetti paradossali. L'analisi di accademici e linguisti**

Pure il "Telegraph" si è divertito nel descrivere il vezzo italico di usare un frasario che «suona strano per un britannico». Manni: «Così si mettono in crisi le strutture della lingua». Missiroli: «E anche le nostre radici». Arcangeli: «Un discorso, un testo non dovrebbero avere più del 5% di vocaboli stranieri»

## ALL'ESTERO

### Ma nel mondo l'italiano spopola in cucina e a teatro

**N**el Belpaese si fa incetta di vocaboli inglesi. Ma oltre Manica – e al di là dell'Atlantico – le nostre parole si adottano fino a entrare nel vocabolario quotidiano. *Ciao* è un saluto familiare nei Paesi anglosassoni. *Cappuccino* e *caffè latte* sono all'ordine del giorno nei bar britannici. *Bravo* si grida nei teatri di tutto il mondo. Ecco perché i maggiori nemici dell'italiano rischiano di essere gli stessi italiani, sostengono gli studiosi. All'estero la nostra lingua è apprezzata, studiata e parlata: lo dimostrano il rilancio che sta avendo negli Usa e la diffusione che si registra nel Sud-Est asiatico, soprattutto in Giappone. Certo, talvolta la scelta di servirsi del lessico della Penisola si porta dietro alcuni stereotipi: *pizza*, *spaghetti* e *mandolino* sono tre esempi di un riduzionismo che è soprattutto concettuale. E pensare che dalla lingua passa anche il *made in Italy* insieme con il patrimonio culturale che il Paese custodisce. Invece dalle Alpi alla Sicilia si fa i conti con una scarsa consapevolezza dell'idioma nazionale che oltre confine è visto come una sorta di fiore all'occhiello ed è sinonimo di eleganza, acume e lungimiranza. Oggi i settori gastronomico e musicale sono le sfere in cui il nostro lessico si impone, fanno sapere dall'Accademia della Crusca. Però, se si guarda al Medioevo, l'Italia ha regalato all'Europa parole come *banca*, *capitale* o *polizza*. Quasi a dire: l'italiano che nella storia ha inciso sull'economia è oggi amato per il suo richiamo alla gioia di vivere.

**Giacomo Gambassi**

© RIPRODUZIONE RISERVATA