

## Il Foglio volante

### Cultura

Inviato da :

Pubblicato il : 3/9/2010 12:21:40

“Il Foglio volante” di Settembre

Nel numero di settembre del mensile letterario e di cultura varia “Il Foglio volante - La Flugfolio”, oltre alle solite rubriche (“Versetti e versacci”, “Appunti e spunti”, ecc.) compaiono scritti di Massimo Acciai, David B. Axelrod, Bastiano, Paolo Battista, Loretta Bonucci, Enzo Bonventre, Claudio Carbone, Aldo Cervo, Mariano Coreno, Amerigo Iannacone, Antonia Izzi Rufo, Tatiana Koroleva, Pietro La Genga, Mircea Oprit&#259;, Teresinka Pereira, Nicola Rampin, Fryda Rota, Gerardo Vacana, Irene Vallone.

Chi desideri ricevere copia saggio, la può chiedere a uno degli indirizzi: [edizionieva@libero.it](mailto:edizionieva@libero.it), [edizionieva@edizionieva.com](mailto:edizionieva@edizionieva.com), opp. per telefono al n. 0865.90.99.50.

Riportiamo qui, di seguito, il testo di apertura e il pezzo della rubrica “Appunti e spunti” a firma Amerigo Iannacone

Di seguito seguiranno degli stralci del periodico:

Aiuto, ci stanno rubando l'identità

L'identità di un popolo si basa sulla peculiarità del territorio, sulle strutture architettoniche e paesaggistiche, sulle tradizioni, sugli usi e costumi, su molte altre cose e, soprattutto, sulla cultura e sulla lingua. Da un po' di anni, con le multinazionali, con il soggiogamento fatto passare per apertura all'internazionalità, con il plagio e l'assoggettamento culturale, fatto in modo apparentemente indolore, soprattutto tramite i mezzi di informazione, l'identità si va sempre più perdendo. Con l'accettazione supina, e spesso connivente, di chi invece dovrebbe avere uno scatto di orgoglio e difendere la propria identità.

Siamo sulla strada di un mondo omologato e mecdonaldizzato, dove non c'è praticamente differenza tra i prodotti di un centro commerciale di Roma, uno di Parigi, uno di New York, uno di Pechino. Le multinazionali combattono contro di noi una guerra sottotraccia, non con le armi, ma con l'anestetizzante della pubblicità. E siamo ormai in un mondo dove si impongono mode, prodotti, linguaggi preconfezionati che fagocitano il preesistente.

Se andate a Valmontone, nei pressi di Roma, trovate una cosa che si chiama “Fashion District: Valmontone Outlet”: in italiano c'è solo il nome “Valmontone”, che evidentemente non hanno saputo tradurre, e poi c'è la specificazione: “Il più grande network italiano di Outlet”. Chi oserebbe dire “rete”, “catena” di negozi? Nessuno vuol sembrare un provinciale. Invece vuoi mettere “network”? È tutta un'altra cosa.

Ci andai insieme con mia figlia qualche anno fa, quando aveva da poco aperto e la parola “outlet” non era ancora diffusa (ma vedente come avanza rapida l'imbarbarimento linguistico!). Provammo a chiedere a più di uno, commesse e proprietari, che cosa significasse la parola “outlet” e solo dopo numerosi tentativi senza risultato, ci diede la spiegazione un giovane commesso: «Significa che

compri 'a robba e 'a paghi de meno». Ora il termine “outlet” lo trovo anche nel vocabolario, che mi dice: “forma abbrev. di factory outlet” e a “factory outlet” precisa che significa “vendita aziendale”. Ma chi mai direbbe “vendita aziendale” o qualcosa di simile: rischierebbe di farsi capire da tutti.

I centri commerciali sono ormai diventati anche siti dove trascorrere un'inutile domenica. In un tale “non-luogo”, fatto di colori e suoni frastornanti, intruppato in una folla anonima, sei sempre piú solo. E perdi non solo l'identità, ma anche la coscienza dell'identità perduta.

Amerigo Iannacone

#### Allarme lingua

Non sono solo le specie animali e vegetali a rischiare l'estinzione: sono in via estinzione circa tremila parole della nostra lingua. L'allarme è lanciato dal vocabolario Zingarelli 2010. Intanto vengono conati, sempre piú spesso, superflui, bruttissimi, neologismi, per lo piú di provenienza straniera, imposti in nome di un malinteso senso di modernità.

In televisione, sui giornali, nella scuola, nelle sedi ufficiali, un italiano sempre piú degradato.

Troviamo neologismi inutili, anglo-americanismi ingiustificabili, sbandierati come ammodernamento linguistico. E c'è forse da meravigliarsi se le lingue di lavoro dell'Unione Europea non contemplano l'italiano?

Andrebbe riconsiderato il prezioso patrimonio della nostra lingua e andrebbe riproposta la Storia della lingua italiana (Sansoni 1960) dell'italianista ed esperantista Bruno Migliorini, dove il neopurismo viene definito «tendenza a escludere dalla lingua quelle voci straniere e quei neologismi che siano in contrasto con la struttura della lingua, favorendo, invece, i neologismi necessari e ben foggati».

Qualcuno come il Comitato “Allarme lingua” (<http://www.allarmelingua.it>) prova a dire la sua. Già nel 2004 si faceva promotore di un “Disegno di legge per la difesa dell'italiano”. Ma sembra una vox clamans in deserto.

Amerigo Iannacone