



MASSIMO DI MENNA

Nei precedenti Quaderni abbiamo trattato i temi **PERSONA, COMUNITÀ, SOVRANITÀ**. In questo trattiamo il tema del **LINGUAGGIO**.

Si tratta, in realtà, di un unico percorso: come orientarsi in quella che abbiamo definito società liquida, la società complessa di oggi che vive profondi e continui mutamenti, che il sociologo francese Alain Touraine ha definito '*post sociale*'.

Il come orientarsi attiene a diversi momenti della vita di ciascuno, nell'attività sociale, politica, sindacale, culturale relazionale, di insegnamento, professionale. Dobbiamo tenere a mente che in ciascuno di questi campi abbiamo delle abitudini consolidate nel nostro linguaggio; dobbiamo avere disponibilità a metterle in discussione con mente aperta al cambiamento.

Abbiamo definito le riflessioni che proponiamo con il prof. Limone, *filosofia pratica* e del *buon senso*.

Tali riflessioni possono aiutare a dare un senso alle diverse scelte comunicative.

Dietro le parole ci sono le idee, c'è il pensiero; quindi, la tematica del LINGUAGGIO ci fa entrare nel campo della elaborazione e della comunicazione delle idee.

Nel momento in cui le persone interagiscono il linguaggio è rilevante, in quanto non esiste semplicemente in sé, ma è sempre comunicazione. Il tema della comunicazione è solo apparentemente semplice, nella relazione che si instaura tra chi parla e chi ascolta.

C'è un episodio nell'ultimo film di Massimo Troisi - "Il Postino" - nel quale il postino dell'isola interagisce con Pablo Neruda (interpretato da Philippe Noiret), esule per motivi politici.

Si tratta del dialogo sulla poesia. Il semplice postino spiega all'intellettuale poeta come la poesia è fatta per chi la legge, per chi la ascolta, non per chi la scrive. Tale riflessione va ricordata da chi vuole fare una comunicazione efficace, che deve avere un linguaggio chiaro, semplice, comprensibile.

Se pensiamo a tanti documenti, a testi legislativi, possiamo notare che spesso sono chiari per chi li scrive, ma non per chi li legge, a meno che non si sia partecipi della cerchia di esperti, o di chi vive il vissuto che presuppone quei testi. Il suggerimento semplice è quello di pensare prima di scrivere. Dietro le parole c'è un pensiero, quindi un vissuto, che deriva dal mondo concreto della vita, non dall'astrattezza del sistema delle regole.

La nostra riflessione filosofica è circolare, si parte dalla persona e, passando per la comunità e per la sovranità, si arriva al linguaggio, per tornare alla centralità della persona.



QUADERNO N. 4 - LINGUAGGIO

Per chi è impegnato nel sociale, alle prese con speranze, bisogni problemi, il linguaggio deve poter rappresentare questo mondo, e quando si mette in connessione questo mondo con quello delle regole, delle istituzioni, si diventa traduttori linguistici; ci si deve far capire, si deve ascoltare, si deve argomentare, si deve convincere dialogando. [NdR - Il tema del DIALOGO è centrale e verrà trattato nel QUADERNO n. 5].

Può apparire strano ma la migliore semplificazione la troviamo nelle quattro caratteristiche del linguaggio descritte dal filosofo Aristotele:

- ✓ COMUNICATIVA-SOCIALE: semplice comunicazione
- ✓ ESPRESSIVA-RETORICA descrizione con giudizi
- ✓ DIDATTICA: diffusione dei dettagli e informazioni chiare
- ✓ LOGICO –ARGOMENTATIVA: si danno delle spiegazioni

Suggerisco, dopo un incontro sindacale, sia esso di scuola o di ministero o di governo, di dosare il comunicato verificando quale di queste tipologie è più adatta all'andamento dell'incontro (la prima se bisogna comunicare semplicemente che c'è stato l'incontro, la seconda se si danno giudizi sull'interlocutore, sulla sua azione, sulle sue scelte, la terza se si danno informazioni e dettagli acquisiti nell'incontro, la quarta se occorre argomentare e spiegare le ragioni delle proprie scelte).

Se si legge la **RETORICA** di Aristotele, assolutamente comprensibile anche per i non addetti ai lavori, si potranno avere utili suggerimenti anche per l'attuale modalità di comunicazione fatta di post e di tweet: pochi caratteri ma le regole pensate da Aristotele sono ancora valide.

In generale la correttezza grammaticale, sintattica, con un occhio al significato aiutano nella chiarezza comunicativa. Anche senza volerlo si deve entrare nel campo della Semantica.

Comprendere un significato non è questione semplice; occorre prestare attenzione al contesto in cui si scrive/parla, al possibile uso che ne fa chi riceve la comunicazione, alla tempistica dell'interlocuzione, all'insieme delle precedenti comunicazioni.

La scelta delle parole è importante perché portano con sé una complessa rete di relazioni. Con l'uso di internet e dei social la modalità di interlocuzione è diversa: risulta ampliato l'ambito della comunità, quasi a sciogliersi, ma l'impianto in cui collocare il proprio linguaggio rimane simile.

La parola non è un orpello, ad ogni parola corrisponde una cosa che, con la parola, prende luce.

Questa semplice considerazione non perde senso anche se ci addentriamo negli interessanti studi di linguistica e psicolinguistica, che si soffermano sulle caratteristiche fisiologiche e neurologiche della formazione e dell'uso delle parole.

Le parole che meglio sintetizzano l'odierna società - *liquida, post sociale*- sono **cambiamento e complessità**; ne va colto l'effetto sul linguaggio.



QUADERNO N. 4 - LINGUAGGIO

Massa, Gente, Popolo, Folla, Comunità non rappresentano un'identica realtà.

Dietro/dentro queste parole ci sono mondi, storie, esperienze, connotazioni, bisogni, addirittura diritti diversi; i cambiamenti sociali potrebbero indicarci ulteriori parole, oggi assolutamente non utilizzate.

Facciamo un esempio per chiarire tale aspetto fondamentale: una parola molto usata oggi nella comunicazione politica e sociale è **Persona**.

Nel secolo scorso tale parola esisteva nella comunicazione specialistica filosofica.

Limone ha evidenziato il limite della parola **lavoratore**, termine usato particolarmente nella comunicazione politica e sociale del secolo scorso, perché non tiene conto della ricchezza e della specificità di ciascuna persona, oltre che per il poter essere considerata semplicemente un ingranaggio del sistema produttivo.

A dire il vero si considerava, a mio parere impropriamente, come più volte ci ha spiegato Limone, la parola persona appartenente in modo esclusivo alla cultura cattolica; oggi il termine lavoratore è assorbito nella più ampia rappresentazione del termine persona, che ha assorbito e superato anche il termine cittadino.

I nostri approfondimenti fatti con Limone ed i testi dei Quaderni "Persone" e "Comunità", ne sono una concreta rappresentazione. Altro esempio è rappresentato dal concetto di **comunità scolastica**, entrato nel testo contrattuale e nella quotidiana comunicazione.

Le parole sono in effetti rappresentazione concreta del mondo reale, non semplici segni, e quindi entrano nel vivo dell'esperienza quotidiana, arricchendo la consapevolezza della realtà in tutte le sue manifestazioni ed i suoi effetti. Il concetto di comunità comprende un sistema di relazioni, di interazioni tra i diversi soggetti e di regole, frutto di partecipazione democratica.

Altro tema connesso al linguaggio è la **complessità nella comunicazione**.

Comunicare in modo efficace non è usare termini forti, richiamare l'attenzione, ma essere chiari, facilmente comprensibili, tener conto del contesto e della finalità della comunicazione stessa.

Va anche considerato un altro aspetto, il limite del linguaggio specialistico. Se ci chiedessimo il perché esiste il linguaggio specialistico dovremmo avventurarci in un'analisi storico/sociale di grande interesse, ma che rinviemo ad altra sede ed altro momento.

Mi limito a porre l'attenzione su due richiami: il dialogo nei Promessi sposi di Manzoni tra Renzo e l'avvocato Azzeccacarbugli: «**Lei m'ha da scusare: noi altri poveri non sappiamo parlar bene. Vorrei dunque sapere...**», ed una delle frasi celebri del sindacalista Di Vittorio: «**Un operaio conosce cento parole, il padrone mille, per questo lui è il padrone**».

Il possesso delle parole come elemento di dominio.

Qualcuno fa partire l'idea delle 150 ore, permessi retribuiti per studiare introdotti, nel contratto dei metalmeccanici, proprio da tali considerazioni.



QUADERNO N. 4 - LINGUAGGIO

Più il linguaggio è specialistico, più si fa vivere un mondo chiuso non permeabile all'esterno. Più il mondo è chiuso, meno c'è consenso; connesso al tema del linguaggio c'è infatti il tema del consenso.

La chiarezza comunicativa non si risolve con attenzioni alle 'tecniche comunicative', ma andando alla radice del tema: il così detto *politichese*, ad esempio, è il residuo di una società strutturata per 'classi chiuse' che interagiscono tra di loro; oggi la caratteristica della società aperta è la convivenza e l'ampiezza delle relazioni, basta pensare alle due grandi novità del secolo, la globalizzazione ed internet.

I linguaggi specialistici tendenzialmente rappresentano il permanere in una realtà ben strutturata, quindi più sicura, e per questo si tende a confermarli. Tale rischio si riduce nel linguaggio nei social media, anche per il ridotto numero delle parole, ma se ne aprono degli altri.

Il maggior rischio evidenziato dal linguista Lombardi Vallauri mi pare condivisibile: il rischio di **manipolazione**, il convincere senza argomenti. Tale modalità sviluppatasi nella pubblicità è entrata anche nella comunicazione politica, e più in generale sociale.

In chi ascolta, dato il 'bombardamento comunicativo', si è sviluppata una capacità a resistere alla persuasione, quindi tra chi comunica e chi riceve la comunicazione si sviluppa una interazione dialettica che richiama il rapporto servo/padrone delineato nella dialettica hegeliana.

Lo slogan rientra in questa fattispecie, perché se ben confezionato ha il duplice scopo di essere ricordato e di non esprimere direttamente il messaggio, ma di evocarlo implicitamente. Molte volte gli argomenti sembrano costruiti per convincerci, quindi tendiamo a difenderci erigendo muri; il supporto delle immagini è lo strumento utilizzato per dare un equilibrio alla comunicazione e per superare i muri.

Riflettiamo su qualche esempio: in uno dei suoi film - "Fantozzi subisce ancora" - Paolo Villaggio/Fantozzi di fronte alla TV segue una tribuna politica surreale, e viene travolto da parole ed immagini perdendo l'orientamento per la complessità della comunicazione.

Altro esempio, ancora oggetto di studio, è lo slogan di Trump "Fare grande l'America": la frase presuppone che l'America non sia grande ma non lo esprime in modo esplicito, perché anche con argomentazioni non sarebbe creduto dagli americani, e se non viene ritenuto credibile cosa dice non è credibile chi lo dice.

Il tema della **credibilità**, non tanto oggettiva ma vissuta come tale da chi legge o ascolta, è un tema centrale nella comunicazione, anche sindacale: la sinergia tra testi ed immagini aiuta anche in questo aspetto. A tal riguardo

l'esperienza della Uil Scuola di una comunicazione integrata, parole, argomentazioni, slogan, foto, dati, immagini, filmati, segni, figure, rappresenta un patrimonio di grande interesse anche per un approfondimento sul Linguaggio.



QUADERNO N. 4 - LINGUAGGIO

In questa analisi c'è da fare un'ultima considerazione: alla parola Linguaggio è connessa la parola Comunità (Ndr. Su questo si rimanda al Quaderno n. 2).

La sede del linguaggio è la comunità. Le parole sono idee, vissuto, sono parte della Comunità. Il modo in cui avviene la interazione determina la qualità della vita comunitaria.

Come abbiamo detto, prima di scrivere, scegliere cosa dire, semplicemente pensare, cioè far vivere il vissuto comunitario. C'è da considerare anche la ricchezza lessicale, in quanto la lingua offre diverse categorie per rappresentare cose simili in contesti diversi. Acqua, ghiaccio, neve, sono sempre acqua, ma in diverse condizioni, che la ricchezza lessicale consente di rappresentare. Il tema generale è riferito al fatto che anche in tema di linguaggio la cultura consente maggiori possibilità di persuadere e di resistere a comunicazioni persuasive apparentemente convincenti.

Delle volte, delle parole scelte, assumono un tale valore da determinar esse, in quanto tali, comportamenti individuali o collettivi: pensiamo al “*bla bla bla*” che Greta, la giovane ambientalista svedese, ha fatto diventare un continuo richiamo alle esigenze di concretezza, una riformulazione di “*fatti, non parole*”, con maggiore capacità persuasiva; i potenti del mondo vengono spinti, nelle loro esternazioni, ad evidenziare la concretezza derivante dalle loro riunioni.

Abbiamo detto, inoltre, che il linguaggio è sottoposto a continui cambiamenti, ma ci sono parole, frasi, che potremmo definire guida, che rappresentano idee, esperienze, storie, valori che ne danno freschezza, attualità, chiarezza, anche dopo molto tempo, consentendo di far rivivere attualizzandoli momenti significativi della vita comunitaria.

Costituzione, Autunno caldo, 150 Ore: sono termini che, utilizzati oggi, fanno rivivere – attualizzandole - esperienze particolarmente significative. Questo non è semplicemente un problema di comunicazione, ma di linguaggio, nel vero valore di questa parola.