



ENGLISH IDIOMS: PROS & CONS.

Usare gli idiomi inglesi è sempre vantaggioso ? Occorre veramente saperli ? Quali e come impararli ? Con chi usarli e con chi no ? Perché si-perché no...

COS'E' UN IDIOMA.

Un idioma è un ***insieme di parole*** il cui significato è diverso da quello letterale (es.: ***under the weather*** = ill, ammalato). Componenti degli idiomi possono essere verbi, sostantivi, aggettivi, avverbi ecc., cioè qualsiasi parte del discorso spesso considerata anche isolatamente (es. vocaboli composti). Le forme idiomatiche sono spesso sostituibili con equivalenti espressioni formali, dalle quali differiscono per il "colore" e la praticità che conferiscono alla comunicazione. I proverbi sono generalmente formulati in forme idiomatiche. I verbi fraseologici sono spesso solo idiomi.

Nel confronto tra date lingue gli idiomi possono: essere perfettamente interscambiabili in quanto reciprocamente conio letterale **(1)**, avere forme corrispondenti utilizzate nel contesto dato, non sempre idiomatiche o di corrispondente valenza **(2)**, non avere alcun idioma corrispondente nell'altra lingua **(3)**.

Ogni lingua è espressione di una specifica visione, storia, condizione geografica, interpretazione ed esperienza della realtà, ecc., cioè di una data cultura che si manifesta nei "colori" dei differenti modi di dire, tipicamente in forme idiomatiche. L'inglese con le sue molteplici varianti – specie l'americano – si distingue dalle altre lingue indoeuropee per il particolare fluire del pensiero e la ricchezza di idiomi che lo caratterizza. Al riguardo rimando all'ipotesi di Sapir-Whorf, nota come "ipotesi della relatività linguistica", chiarificatrice della difficoltà o impossibilità di traghettare i contenuti di una cultura da una ad un'altra lingua: aspetto il cui approfondimento è fortemente raccomandato a chi studia una lingua straniera.

USO DEGLI IDIOMI.

Ambito formale. E' il caso dei rapporti internazionali che avvengono in convegni, in conferenze, in trattative, seminari, presentazioni, relazioni di lavoro ecc. in cui la correttezza linguistica è intimamente legata sia alla dignità professionale dei relatori/partecipanti che al profilo del consesso.

L'inglese che si usa in tale *ambito formale* non si avvale fattivamente di forme idiomatiche, pena il degrado del "tono" del discorso da professionale a colloquiale/familiare. Non solo, ma gli idiomi sarebbero a detrimento della chiarezza e dell'efficacia della comunicazione, tipicamente rivolta a un uditorio con una capacità linguistica che - seppur solida e funzionale - è limitata al settore di competenza.

Nelle facoltà di marketing statunitensi si scoraggia l'uso di forme idiomatiche, in quanto invalidanti l'efficacia della comunicazione oggi indirizzata ad un mercato sempre più globalizzato.

Ambito informale. L'uso della forma idiomatica è quindi preferibilmente lasciato al rapporto di tipo informale, cioè colloquiale, confidenziale, familiare. In tale ambito la correttezza espressiva e il malinteso non sono infatti cruciali, in un contesto che è per propria natura tollerante.



ENGLISH IDIOMS: PROS & CONS.

APPROCCIARE GLI IDIOMI.

Circolano varie pubblicazioni sugli idiomi, classificati per categorie o in ordine alfabetico, a volte arricchite da vignette che intendono renderli “più digeribili”. Molte sono solo in inglese perché rivolte a un ampio mercato internazionale. Tali pubblicazioni sono di fatto usabili come dei “dizionari”, con raccolte di tipologie di idiomi spesso tra loro diversissime in base ai criteri di scelta editoriale.

Lo studio regolare degli idiomi (in ordine alfabetico, di pagina, o per tipologia) si rivela in genere essere impraticabile perché *non orientato all'uso pratico*, così come lo sarebbe proporsi di imparare a memoria ogni giorno una data quantità di vocaboli sfogliando in ordine le pagine di un dizionario al di fuori di un contesto di necessità (traduzione).

Potranno in genere essere invece facilmente acquisiti quei pochi idiomi che per la loro ricorrenza d'uso, praticità, o per la loro iperbolicità di immagini rientrano nel bagaglio di conoscenza di tutti, fino ad essere banali (es. **It's raining cats and dogs!**, idioma attualmente obsoleto).

Nella **comunicazione passiva** (quando si ascolta) occorre capire gli idiomi: l'idioma viene “servito” e la situazione non ammette fughe, pur consentendo richieste di chiarimenti.

Spesso gli idiomi si capiscono senza difficoltà perché sono esattamente il conio di quelli della lingua del discente **(1)**, oppure si intuiscono perché sono simili (secondo una mia valutazione ciò accade in circa il 30% dei casi). A volte è invece il contesto a suggerirne chiaramente il senso **(2)** (30% dei casi). Ciò significa che il 60% (= 30%+30%) degli idiomi non presentano problemi e possono considerarsi parte della propria conoscenza, già acquisita o potenziale. Negli altri casi invece l'idioma è **assolutamente incomprensibile (3)**.

Nella **comunicazione attiva** (quando si parla) il discente si preoccuperà di famigliarizzarsi con l'equivalente inglese che intende utilizzare, ammesso che lo ritenga conveniente. Infatti l'uso di idiomi da parte di uno straniero verrà tendenzialmente interpretato dal nativo inglese come esplicita dichiarazione di competenza linguistica, scatenando così una irrefrenabile conversazione per idiomi di difficile controllo...

Qualora vi fosse veramente utile ricorrere all'equivalente inglese di un certo idioma italiano, perché tale espressione vi sembra arricchire l'enunciato o perché è per voi indispensabile esprimervi in quel modo, allora potrete procurarvi di trovarne l'analogo inglese. Attenzione: il valore e l'enfasi della vostra espressione italiana **potranno essere nulli in inglese**, in mancanza di equivalenza semantica, quindi vanificando la vostra buona intenzione. (Es. **E' un tecnico con i baffi** (bravo) – **He's a smart technician**). La vostra intenzione di trasferire in inglese il “colore” italiano è quasi azzerata.

Considerata la quantità di forme idiomatiche esistenti e le difficoltà di apprendimento, sarà utile privilegiare la conoscenza e l'uso degli idiomi che si scoprirà siano soggettivamente più utili e indispensabili nella quotidianità: pochi ma buoni, a vostra scelta **(4)**.

IDIOMI E OBIETTIVI DI STUDIO.

Assegnato il valore 100% al livello di conoscenza linguistica di un parlante nativo di media cultura, si può indicare nell' 80% il valore di competenza linguistica definibile **professionale** da parte di chi ne studia/pratica la lingua (es. interprete parlamentare, mediatore linguistico ecc. **di provata capacità**). Ciò sulla base di una mia valutazione personale.



ENGLISH IDIOMS: PROS & CONS.

Gli idiomi, lo slang, i gerghi, i neologismi, le forme di linguaggio informale e familiare, ecc. costituiscono il restante 20 % (complementare al valore 100 %) che supera la soglia della competenza professionale (80%). Queste forme – che sono quasi “*un'altra lingua*” - interessano soprattutto il linguista, lo studioso o il traduttore di narrativa, quest'ultimo alle prese con uno straordinario ventaglio di implicazioni semantiche e di stile con cui l'arte del tradurre ha a che fare, e il cui travaglio è inimmaginabile al comune lettore.

Spesso il discente aggredisce la conoscenza di questo 20% in modo diretto e determinato, ritenendo di potersi così impadronire dell'inglese, in particolare con la visione di film in lingua originale. Tutto serve, ma ragioni di priorità suggerirebbero di non trascurare il consolidamento e l'approfondimento (“usage”) del restante 80 % che - solitamente lacunoso – è la base imprescindibile che prelude a ogni successivo progresso.

In riferimento a operatori (italiani e stranieri) attivi nel mondo industriale, imprenditoriale, tecnico-scientifico e politico che usano l'inglese come lingua di scambio senza ausilio di interpreti, ritengo possa essere mediamente assegnato al loro livello di competenza linguistica un valore intorno al 40 % (60 % per i parlanti del nord-Europa). Ciò sulla base della mia esperienza professionale. Tale livello di competenza linguistica è quindi quello minimo a cui mirare, essendo quello probabile di un qualsiasi nostro potenziale interlocutore parlante l'inglese come lingua di scambio, come più avanti discusso.

GLI IDIOMI E L'INGLESE COME LINGUA DI SCAMBIO.

L'inglese è usato come lingua di scambio soprattutto nei rapporti internazionali a livello globale, *in misura relativamente ridotta con il mondo di lingua anglosassone*. Infatti da uno studio del British Council (David Graddol 2007) si evince che la probabilità statistica di utilizzare l'inglese con una controparte linguamadre è di un solo caso su dieci (dato riferito al 2007). Considerata l'accresciuta platea globale dei partecipanti agli scambi, il risultato statistico attuale è che la probabilità statistica di utilizzare l'inglese con un non-madrelingua avviene oggi in più di nove casi su dieci (!). Questa rapporto è tendenzialmente in aumento come risultato della crescita dell' “*expanding circle*”, o quantità di parlanti l'inglese come lingua straniera nel mondo. La probabilità statistica di usare l'inglese con dei nativi madrelingua è quindi inferiore a un caso su dieci ed è destinata a ridursi ulteriormente.

In quest'ottica si possono meglio definire gli obiettivi di studio, considerando anche la valenza “opzionale” della conoscenza di idiomi, dello slang, dei neologismi ecc. (cioè del 20% complementare a 100%) il cui uso nella comunicazione con non nativi porta più svantaggi che vantaggi.

Tale materia è comunque ben assimilabile solo “sul campo” – previa adeguata attitudine linguistica - vivendo cioè nel paese di cui si intende perfezionare la lingua. Un tale obiettivo – non sempre di facile realizzazione per ovvie ragioni – può ben portare all' immersione completa e senza riserve in un'unica cultura di riferimento (lingua viva, cinema, teatro, letteratura ecc.), diventando così una scelta di vita, culturale, ideologica, ma monopolare.

L'inglese offre invece l'opportunità di essere cittadini del mondo ed è la chiave per vivere un vantaggioso rapporto multipolare con altre culture. Ciò con i limiti che l'inglese come lingua di scambio internazionale può comportare, *anche se povera di idiomi*.



NOTE.

1) **Conio letterale:** *To be (feel) like a fish out of water* ___ *to break the ice* ___ *to add fuel to the fire* ___ *to be in an ivory tower* ___ *to be the carbon copy of s.o.* ___ *blue blood* ___ *Pandora's Box* ___ *Achille's Heel*...

2) **Corrispondenze nel medesimo contesto. Il "colore" informale è a volte perso:**

E' in gamba / He's with it ; He's smart ___ *È uno con i baffi (= in gamba)/He's smart* ___ *Va a letto con le galline/He goes to bed early* ___ *Se l'è presa sottogamba/He hasn't taken it seriously* ___ *Prendere due piccioni con una fava/To kill two birds with one stone* ___ *Chi dorme non piglia pesce/The early bird catches the worm* ___ *Meglio un uovo oggi che una gallina domani/A bird in the hand is worth two in the bush* ___ *Dio li fa e li accompagna/ Birds of a feather flock together* ___ *Un fiore all'occhiello/A feather in one's cap* ___ *Firs come, first served/Chi tardi arriva male alloggia* ___ *Essere a cavallo/To sit pretty*...

Altri componenti del discorso, in vari gradi di complessità, possono essere considerati simil-idiomi in ragione del colore "idiomatico" che li caratterizza anche nell'uso formale:

backmail/ricatto ___ *chatter box/ chiacchierone* ___ *voice box/laringe* ___ *lady killer/ dongiovanni* ___ *breadwinner/capofamiglia* ___ *hit-and-run driver/pirata della strada* ___ *cliff- hanging fear/una paura tremenda (lett.: come quella che si prova su un precipizio)*...

3) **Idiomi senza corrispondenze, che possono richiedere una ricerca interpretativa:**

A blind date (un appuntamento romantico organizzato da terzi, dove ci si conosce) ___ *A joy ride/Giro su un'auto rubata* ___ *To be on the cards* (essere verosimile o possibile, come prevedibile nelle carte di una veggente) ___ *Blue eyed boy* (favorito) ___ *To be the apple of one's eye* (essere la pupilla degli occhi di qualcuno, la sua cosa più importante) ___ *To kick against the pricks* (lamentarsi per qualcosa di inevitabile)...

4) **Esempio di una brevissima selezione di idiomi verbali di pratica utilità che possono non avere o che ben sostituiscono forme equivalenti usate nel linguaggio formale:**

To get on/Andare d'accordo, procedere ___ *To fall out/Non andare d'accordo* ___ *To make up/Fare la pace* ___ *To call for/Passare a prendere* ___ *To sort out/Mettere a posto* ___ *To come round/riaversi, riprendere sensi*....

Ognuno potrà convenientemente imparare idiomi sulla base delle proprie necessità.

Roberto Maritan

Milano, 19 giugno 2016 (rev. 1)