

Il termine, identità di un prodotto tecnico e industriale

MARIA TERESA ZANOLA*

Nei più diversi settori specialistici i professionisti e gli esperti si rendono conto dell'importanza della terminologia nella comunicazione, nella progettazione e nella ricerca, come pure nella pratica professionale orale e scritta. Correttezza e adeguatezza terminologica diventano identificazione di qualità, rigore, accuratezza e aggiornamento.

Le istanze di trasparenza e di sicurezza nella comunicazione tecnica e scientifica pongono l'attenzione all'adeguata terminologia, al fine di sostenere un'informazione scientifica e tecnica in qualunque lingua naturale, e quindi anche in lingua italiana. Vale la pena ricordare il nesso imprescindibile fra la lingua italiana e la realtà tecnica, scientifica e produttiva che in questa lingua può essere espressa e quindi divulgata nel Paese. A lungo si è sottovalutato quanto una lingua sia una ricchezza sociale, umana, culturale, ma anche economica per un paese. La preoccupazione per lo sviluppo continuo della terminologia nella lingua nazionale è anche inteso, talora, come un atteggiamento purista e antimoderno, mentre sono in gioco, da un lato, la promozione di quella lingua come fattore di coesione sociale e, dall'altro, la tutela della diversità culturale e linguistica.

L'attenzione all'adeguatezza terminologica è segno di una più o meno dichiarata politica linguistica, grazie alla quale la chiarezza e la precisione della denominazione corrispondono alla necessità di definire e univocamente denominare nuove realtà commerciali, produttive, sociali, proprie di una società nella sua crescita e nel suo divenire.

Per un osservatore economico, è molto chiaro il rapporto fra la nomenclatura e l'oggetto, che viene battezzato con il nome che lo rende designabile e conseguentemente anche divulgabile o commerciabile, per passare a costituire una serie di derivati concettuali, di iponimi e iperonimi, di analoghi e sinonimi, che restano nel tempo, o che modificano negli anni la propria etichetta di riconoscimento nel mondo economico stesso.

* Dipartimento di Scienze linguistiche e letterature straniere, Università Cattolica Sacro Cuore, Milano, Italia.
mariateresa.zanola@unicatt.it.