

Capitolo primo

Definire il discorso

Questo capitolo:

- offre alcune definizioni di discorso e di testo;
- spiega perché esistono piú definizioni di questi termini;
- espone per sommi capi il tema dei vari capitoli.

Cosa significa la parola «discorso»?

È impossibile rispondere compiutamente a questa domanda senza tener conto del contenuto di tutto il libro. Come punto di partenza possiamo comunque identificare alcuni dei modi in cui è stato ed è tuttora usato il termine «discorso». È il compito principale dei prossimi paragrafi.

Il discorso e la sua relazione con il testo.

Il termine «discorso» deriva dal latino *discursus*, che significa «correre avanti e indietro». In tutti i vari usi del termine, sia in contesti quotidiani sia in ambiti accademici specialistici, è presente un concetto comunemente condiviso di discorso come espressione di idee che vengono immesse nel mondo e che «corrono avanti e indietro» in una forma o in un'altra. A volte il termine «discorso» può suggerire una forma specifica – quella del discorso orale, del parlato.

In **Linguistica**, l'«analisi del discorso» storicamente si è concentrata sulla lingua parlata, mentre «testo» di solito si riferiva al materiale scritto. Sebbene non sia piú cosí, non necessariamente almeno, dovete essere consapevoli che quando consultate o leggete vecchi libri e articoli relativi agli studi sul

linguaggio, i loro autori potrebbero essersi concentrati proprio su quelle **modalità**.

Nei libri odierni sull'uso del linguaggio, vedrete che «testo» e «discorso» sono usati entrambi in relazione sia al parlato che allo scritto e anche alla comunicazione multimodale, dove forme ibride come gli sms o i post sui social media possiedono caratteristiche di entrambe le modalità. Anche se i due termini talvolta sono adoperati in modo intercambiabile per descrivere qualsiasi modalità d'utilizzo della lingua, possono comunque esprimere una differenza relativamente alla dimensione della comunicazione e della prospettiva coinvolta: «testo» suggerisce un focus piú circoscritto e «discorso» uno piú ampio. Carter e Goddard, riflettendo da un punto di vista linguistico, riassumono quanto detto come segue:

Mentre un «testo» veniva considerato piú come un singolo manufatto, «discorso» tendeva a riferirsi a una comunicazione di piú ampia portata – un gruppo di rappresentazioni ripetute o di interazioni di una certa lunghezza e sostanza [...] I diversi orientamenti suggeriti dai due termini possono essere esemplificati dall'uso degli sms. Parliamo di «messaggi di testo» (o «txt message», dove si fatica a distinguere gli sms da altri tipi di testo) quando ci riferiamo ai manufatti digitali che componiamo sulla tastiera del telefono. Ma possiamo anche parlare di «discorso degli sms», nel qual caso la nostra attenzione si sposta dalle creazioni individuali a una visione piú ampia della natura di questa forma di comunicazione. Un simile spostamento ci porta al di là dei piccoli dettagli dei tratti linguistici, e ci fa avvicinare a una maggiore comprensione di chi potrebbe usare la comunicazione e dove, quando e perché, cosí come alle implicazioni sociali piú a lungo termine del suo utilizzo¹.

Una visione diversa del «testo».

La spiegazione appena fornita si basa su una prospettiva linguistica, e presuppone che un testo contenga del linguaggio verbale. Tuttavia, per altre discipline – in particolare per le **Scienze sociali** – un testo non deve per forza coinvolgere il

¹ R. Carter e A. Goddard, *How to Analyse Texts: A Toolkit for Students of English*, Routledge, London 2015, p. 2.

linguaggio, e potrebbe tranquillamente essere un oggetto fisico o persino uno spazio vuoto. Per le discipline delle Scienze sociali la vita in sé ha una sua «testualità». L'idea di testo viene qui considerata un'analogia con cui interpretare i fenomeni del mondo sociale. La natura testuale della vita sociale implica che le nostre esistenze si dispiegano attraverso la storia e la **narrazione**. In questo senso, siamo un prodotto delle storie che ci vengono raccontate su di noi e di quelle che noi stessi raccontiamo per e su di noi. Anzi, in alcune delle Scienze sociali, sempre più viene riconosciuto – seppure in maniera discontinua – che anche il sapere accademico creato dalle varie discipline adotta particolari pattern linguistici, rendendo di fatto il linguaggio stesso di quelle discipline oggetto di studio per gli analisti del discorso.

L'accento posto sulla natura testuale della vita – sia accademica sia sociale – può valere anche per gli oggetti del mondo; da questo punto di vista, l'idea di «testo» viene estesa e applicata alla «lettura» di oggetti materiali del mondo sociale. Gli oggetti materiali generano significato perché sono strettamente intrecciati con il tessuto sociale del nostro mondo. L'attività di marketing e di branding da parte delle aziende fa sí che i beni economici vengano associati a idee che trascendono il loro scopo principale: auto, cosmetici, prodotti tecnologici, borse e molti altri manufatti della nostra quotidianità hanno dei significati che vanno oltre la loro funzione essenziale. Attraverso una complessa interazione tra gli oggetti e il nostro desiderio per essi e l'uso che ne facciamo, gli oggetti materiali acquistano un significato che trascende il loro valore intrinseco. Nel processo di acquisto e utilizzo di questi beni – definito in termini generali come consumo – gli oggetti possiedono e conferiscono valori sociali tra cui lo status, il prestigio e il potere all'interno del più ampio ordine sociale del capitalismo. Nel contempo, le **identità sociali** sono plasmate attraverso queste pratiche di consumo, dal momento che gli individui scelgono degli stili di vita entro una gamma relativamente limitata di prodotti disponibili sul mercato.

Paul Baker offre un esempio di una delle tante scelte che affrontiamo nella nostra quotidianità. In questo caso, il suo «testo» è un muffin – quel tortino monoporzione in vendita in molti bar.

Poco tempo fa, tornando a casa mi sono fermato in un bar per comprare un muffin e qualcosa da bere. Al bancone, ho notato che la schiera di muffin nella vetrinetta era stata suddivisa secondo il «genere», con i piú grandi etichettati come «maschi» e i piú piccoli come «femmine». Normalmente avrei scelto un muffin piccolo, dato che non ero molto affamato. Invece ho esitato. All'improvviso, mi sentivo un po' «femminile» a comprare un muffin piccolo, ed essendo gay non volevo dare l'impressione di conformarmi allo stereotipo secondo cui gli uomini gay sono come le donne o effeminati, perciò mi pareva piú appropriato comprare il muffin dalle dimensioni «maschili». D'altro canto non avevo voglia di un muffin grande, né volevo dare l'impressione di conformarmi all'aspettativa secondo cui gli uomini dovrebbero mangiare muffin piú grossi o che stessi in qualche modo «negando» la mia sessualità. Qualunque scelta avessi fatto, era come se confermassi le aspettative di qualcun altro, come se il mio comportamento potesse essere previsto e spiegato – «ha comprato il muffin piccolo perché vuole dimostrare di non essere d'accordo con gli stereotipi, anche se conferma lo stereotipo del “gay”» o «ha comprato il muffin grande perché è un conformista che ha interiorizzato l'omofobia»².

L'esempio di Baker mette in luce come oggetti normalissimi posseggano un significato sociale che va oltre la loro ovvia funzione. Sebbene il lavoro di Baker si collochi in una tradizione di analisi del linguaggio, la sua opera è affine a quella di altri scienziati sociali, compresi sociologi e geografi che «leggono» come testi gli oggetti, le pratiche e gli spazi sociali. Adottando un approccio tipico dei **Cultural studies**, Barker e Galasiński suggeriscono che un «testo è qualsiasi fenomeno che generi senso attraverso pratiche di significazione. E dunque vestiti, programmi televisivi, immagini pubblicitarie, eventi sportivi, pop star ecc. possono tutti essere letti come testi»³.

Nessun aspetto del mondo fisico è troppo ovvio per essere considerato un testo. Anzi, è proprio la natura ordinaria e apparentemente scontata degli incontri quotidiani – definita «banale» da Billig⁴ – a formare la base del loro potere.

² P. Baker, *Sexed Texts: Language, Gender and Sexuality*, Equinox, London 2008, p. 1.

³ C. Barker e D. Galasiński, *Cultural Studies and Discourse Analysis: A Dialogue on Language and Identity*, Sage, London 2001, p. 5.

⁴ M. Billig, *Banal Nationalism*, Sage, London 1995 [ed. it. *Nazionalismo banale*, trad. di F. De Leonardis, Rubbettino, Soveria Mannelli 2018].