

› MAGAZINE › LINGUA ITALIANA › SPECIALI › CHIARO SCURO › PAROLE PIÙ CHIARE PER IL POLITIC...

# PAROLE PIÙ CHIARE PER IL POLITICO NELLA PIAZZA VIRTUALE

di Stefania Spina

 6 MINUTI

 09 OTTOBRE 2013



«Se credi che l'informazione sia importante quando sono in gioco scelte politiche determinanti, parliamoci chiaro», recitava uno spot di Forza Italia nel 1994. La chiarezza nella comunicazione politica è avvertita dai cittadini come un'esigenza primaria, ed è parallelamente ostentata dai politici come una caratteristica del proprio linguaggio; i discorsi politici ed elettorali, tuttavia, vengono molto spesso percepiti dai cittadini come vaghi, astratti, oscuri. E così il binomio chiarezza/oscurità attraversa tutta la storia della comunicazione politica in Italia degli ultimi 50 anni, dagli albori della televisione fino all'epoca dei social network.

### **Perché i politici sono deliberatamente oscuri?**

Molti studi (tra cui Dell'Anna 2010; Gualdo 2009) concordano nell'individuare come prototipo del discorso politico oscuro quello usato a partire dagli anni '60, quando i politici parlavano in "politichese".

I motivi della scelta consapevole di servirsi di un discorso oscuro sono diversi; di base, esiste la volontà di non assumere posizioni troppo nette, che possano scontentare parte del pubblico eterogeneo degli elettori. È noto inoltre come spesso il discorso di un politico non abbia come veri destinatari i cittadini, ma altri politici, di schieramenti diversi, allo scopo di inviare loro messaggi trasversali, "criptati", che non devono essere immediatamente comprensibili a tutti gli altri.

### **Come si ottiene un discorso oscuro**

L'oscurità è ottenuta con strategie linguistiche differenti, che tendono tutte verso l'astrattezza, l'involuzione sintattica, la vaghezza semantica, l'uso di un lessico ampolloso. «Lo stile pomposo è di per sé una sorta di eufemismo. Una montagna di parole latine precipita sui fatti come soffice neve, offuscando i contorni e coprendo ogni dettaglio», scriveva nel 1946 George Orwell a proposito del linguaggio politico.

Un linguaggio oscuro, tuttavia, è spesso il risultato di scelte operate in particolare a livello lessicale. Nel discorso politico essa è spesso ottenuta mediante:

- l'uso di tecnicismi, spesso tratti dai domini dell'economia o del diritto. Attraverso di essi il politico dà di sé l'immagine di un esperto, di una persona autorevole, che merita fiducia, anche se a scapito della comprensibilità dei suoi contenuti;
- l'uso, spesso cumulato, di espressioni astratte, ambigue o semanticamente vaghe. «Il grande nemico di un linguaggio chiaro - prosegue Orwell - è l'insincerità. Quando c'è uno scostamento

≡ NAVIGA

ISTITUTO

FONDAZIONE

 **TRECCANI**

CORPORATE

EVENTI



seppia sputa l'inchiostro».

Il risultato è ad esempio il passaggio tratto da una *Tribuna politica del 1972*, in cui Ugo La Malfa, leader del Partito Repubblicano, affermava, riferendosi alla società italiana, che

«[...] i problemi del suo sviluppo sul terreno democratico, economico e sociale, si risolvono attraverso una politica di programmazione che veda tutti i protagonisti del processo di sviluppo [...] aderire a uno schema programmatico che veramente ci faccia fare dei passi in avanti».

In sostanza, dice La Malfa, per stringere un'alleanza bisogna condividere un buon programma elettorale; il cumulo di espressioni nominali astratte (*problemi, sviluppo, politica di programmazione, processo di sviluppo, schema programmatico*) rende però fumoso questo semplice concetto.

La conseguenza nefasta di questo intenzionale ermetismo è che viene meno l'interesse per la comprensione dell'altro: il destinatario dei discorsi dei politici. Attraverso una «comunicazione non comunicante» (Baldini 1989, p. 49), il politico, l'uomo delle parole oscure, non produce testi rivolti ai suoi interlocutori, ma frammenti di un discorso autoreferenziale, intenzionalmente svuotato di significato.

### **La svolta verso la chiarezza...**

Dopo il fenomeno di Mani Pulite, il discorso politico subisce una trasformazione, che riguarda proprio il suo carattere di oscurità e di astrattezza (Antonelli 2000; Gualdo, Dell'Anna 2004). Nel tentativo di riavvicinarsi ai cittadini, disillusi dagli scandali che hanno travolto la classe politica degli anni '90, il linguaggio dei politici si sforza di recuperare immediatezza, semplicità e chiarezza.

La conseguenza più vistosa è una tendenza generalizzata all'uso di strategie linguistiche volte alla semplificazione: le frasi brevi, la sintassi meno strutturata e meno involuta, il lessico comune e di alta frequenza, i registri informali e colloquiali, l'uso frequente di metafore e formule brevi, adatte ad essere ricordate e riutilizzate in modo trasversale nei vari mezzi di comunicazione.

### **... o la banalizzazione?**

La realtà, tuttavia, è più controversa: lo sforzo di semplificazione, infatti, non corrisponde necessariamente ad un parallelo aumento della chiarezza; spesso si tratta piuttosto di un «lifting linguistico» (Folena 2004), che cela il tentativo di nascondersi dietro a luoghi comuni. Una chiarezza «fittizia e compiacente» (Baldini 1989, p. 19), insomma: nel discorso politico della seconda Repubblica, la semplificazione equivale spesso ad una banalizzazione, e la brevità ad una ripetizione acritica degli stessi slogan verbali, nel tentativo di catturare l'attenzione e il consenso dei cittadini con l'illusione di un linguaggio finalmente semplice e comprensibile.

### **Parole per semplificare**

Anche in questo caso, gli strumenti linguistici utilizzati sono prevalentemente di tipo lessicale.

In primo luogo, l'abuso di «termini-ombrello» (Giansante 2011), di alta frequenza, generici e semanticamente poveri, come *lavoro, solidarietà, confronto, competitività, sviluppo, problema sociale*, e di espressioni che indicano valori unanimemente condivisi (la famiglia, la libertà, la giustizia), che provocano quasi inconsapevolmente il coinvolgimento di chi ascolta, proprio perché partecipe degli stessi valori:

«Lo dico sempre: parliamo dei problemi veri, come le tasse e la necessaria ripresa dell'economia e del lavoro. Gli italiani non mangiano la legge elettorale» (Silvio Berlusconi, da Facebook, 31 maggio 2013).

Il risultato di quest'opera di semplificazione non è un messaggio più chiaro e comprensibile ai suoi destinatari, ma un contenuto "vaporizzato", svuotato di significato, a cui spesso ci accostiamo senza la volontà di elaborarlo in modo critico.

## Nell'era dei social network

· Con la diffusione dei social network, si moltiplicano gli ambienti in cui ha luogo la comunicazione tra i politici e i cittadini. Al tempo stesso, tale comunicazione viene potenzialmente sottratta alla mediazione dei giornalisti: il politico può comunicare direttamente col cittadino, e le modalità verticali e monodirezionali tipiche della tradizione sono sostituite da una comunicazione orizzontale, basata sull'interazione tra pari.

Queste, almeno, sono le potenzialità di alcuni social network come Facebook o Twitter; il contributo che essi possono portare ad una comunicazione politica più improntata alla chiarezza è almeno di duplice natura, e coinvolge aspetti legati da un lato alla tecnologia, dall'altro al tipo di rapporti sociali che si instaurano in rete:

· la brevità forzata delle interazioni (quelle su Twitter, ad esempio), e insieme il loro carattere di istantaneità, impongono una rigida selezione lessicale, che risponde spesso a criteri di concretezza. Le parole utilizzate sono saldamente ancorate all'immediatezza del presente e lontane dalle astratte ampollosità del politichese (Spina 2012);

· il carattere interattivo della comunicazione comporta che i testi scritti dai politici possano ricevere un feedback immediato da parte dei cittadini. Essi hanno la possibilità di precisare, contestare o magari deridere le eventuali oscurità o le vaghezze intenzionali, come dimostra l'esempio:





Carlino Altoviti @CAItoviti

16 Set

@NichiVendola @Rainews24 e quali sarebbero? ma per una volta poche parole chiare e semplici ma con qualche soluzione?

La lezione che in definitiva la comunicazione politica può trarre dai social network è che comunicare in modo chiaro presuppone un'interazione, l'instaurarsi di una relazione con i propri interlocutori. La chiarezza nasce necessariamente dalla volontà consapevole di co-costruire il significato con chi ci ascolta.

### **Riferimenti bibliografici**

Antonelli, G. (2000), *Sull'italiano dei politici nella seconda Repubblica*, in S. Vanvolsem et al. (a cura di), *L'italiano oltre frontiera. V convegno internazionale* (Leuven, 22-25 aprile 1998), pp. 211-234. Firenze: Franco Cesati, vol. 1.

Baldini, M. (1989), *Parlar chiaro, parlare oscuro*. Bari: Laterza.

Dell'Anna, M.V. (2010), *Lingua italiana e politica*. Roma: Carocci, 2010.

Folena P. (2004), *Le parole e la politica*.

Giansante, G. (2011), *Le parole sono importanti. I politici italiani alla prova della comunicazione*. Roma: Carocci.

Gualdo R., (2009), *Il linguaggio politico*, in P. Trifone (a cura di), *Lingua e identità. Una storia sociale dell'italiano*, pp. 235-262. Roma: Carocci.

Gualdo, R., Dell'Anna, M.V. (2004), *La "faconda" Repubblica. La lingua della politica italiana (1992-2004)*. San Cesario di Lecce: Manni.

Orwell, G. (1946), *Politics and the English language*, in «Horizon», 13, pp. 252-265. Trad. it. a cura di U. Mesina.



Spina, S. (2012), *Openpolitica. Il discorso dei politici italiani nell'era di Twitter*. Milano: FrancoAngeli.

\*Stefania Spina è ricercatrice di Linguistica all'Università per Stranieri di Perugia, dove insegna Metodologia della ricerca linguistica. Si occupa in particolare di linguaggio dei mezzi di comunicazione (ha pubblicato di recente *Openpolitica. Il discorso dei politici italiani nell'era di Twitter*, FrancoAngeli, 2012) e di linguistica dei corpora. Cura il blog [In parole povere](#).



LINGUA ITALIANA

## CONTRO L'OSCURA AMMINISTRAZIONE...



LINGUA ITALIANA

## LA NARRATIVA DI OBAMA NON È IN...



LINGUA ITALIANA

## MEDICO, PRIMA DI PARLARE (MEGLIO),...



LINGUA ITALIANA

## IL PARADOSSO DELLA LETTURA SUL WEB

di Luisa Carrada

  
**TRECCANI**

ISTITUTO  
FONDAZIONE  
CORPORATE

ENCICLOPEDIA  
VOCABOLARIO  
SINONIMI

Registrati  
Accedi  
Password dimenticata

 [Contattaci](#)  
[Contattaci](#)  
[Contattaci](#)  
[Contattaci](#)

EVENTI

DIZIONARIO  
BIOGRAFICO

MAGAZINE

GALASSIA TRECCANI

Whistleblowing

02 76 16 11 11



[Contatti](#)

[Chi  
siamo](#)

[Termini e condizioni  
generali](#)

[Condizioni di utilizzo dei  
servizi](#)

[Cookie  
Policy](#)

[Privacy  
Policy](#)

[© TUTTI I DIRITTI  
RISERVATI](#)