

# L'ANALISI LINGUISTICA E LETTERARIA

FACOLTÀ DI SCIENZE LINGUISTICHE E LETTERATURE STRANIERE  
UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE

2

ANNO XXVI 2018

EDUCATT - UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE

L'ANALISI  
LINGUISTICA E LETTERARIA

---

FACOLTÀ DI SCIENZE LINGUISTICHE  
E LETTERATURE STRANIERE

UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE

2

ANNO XXVI 2018

PUBBLICAZIONE QUADRIMESTRALE

L'ANALISI LINGUISTICA E LETTERARIA  
Facoltà di Scienze Linguistiche e Letterature Straniere  
Università Cattolica del Sacro Cuore  
Anno XXVI - 2/2018  
ISSN 1122-1917  
ISBN 978-88-9335-391-5

---

*Comitato Editoriale*

GIOVANNI GOBBER, Direttore  
MARIA LUISA MAGGIONI, Direttore  
LUCIA MOR, Direttore  
MARISA VERNA, Direttore  
SARAH BIGI  
ELISA BOLCHI  
ALESSANDRO GAMBA  
GIULIA GRATA

*Esperti internazionali*

THOMAS AUSTENFELD, Université de Fribourg  
MICHAEL D. AESCHLIMAN, Boston University, MA, USA  
ELENA AGAZZI, Università degli Studi di Bergamo  
STEFANO ARDUINI, Università degli Studi di Urbino  
GYÖRGY DOMOKOS, Pázmány Péter Katolikus Egyetem  
HANS DRUMBL, Libera Università di Bolzano  
JACQUES DÜRRENMATT, Sorbonne Université  
FRANÇOISE GAILLARD, Université de Paris VII  
ARTUR GAŁKOWSKI, Uniwersytet Łódzki  
LORETTA INNOCENTI, Università Ca' Foscari di Venezia  
VINCENZO ORIOLES, Università degli Studi di Udine  
GILLES PHILIPPE, Université de Lausanne  
PETER PLATT, Barnard College, Columbia University, NY, USA  
ANDREA ROCCI, Università della Svizzera italiana  
EDDO RIGOTTI, Università degli Svizzera italiana  
NIKOLA ROSSBACH, Universität Kassel  
MICHAEL ROSSINGTON, Newcastle University, UK  
GIUSEPPE SERTOLI, Università degli Studi di Genova  
WILLIAM SHARPE, Barnard College, Columbia University, NY, USA  
THOMAS TRAVISANO, Hartwick College, NY, USA  
ANNA TORTI, Università degli Studi di Perugia  
GISÈLE VANHESE, Università della Calabria

*I contributi di questa pubblicazione sono stati sottoposti  
alla valutazione di due Peer Reviewers in forma rigorosamente anonima*

© 2018 EDUCatt - Ente per il Diritto allo Studio universitario dell'Università Cattolica  
Largo Gemelli 1, 20123 Milano | tel. 02.7234.2235 | fax 02.80.53.215  
e-mail: editoriale.dsu@educatt.it (*produzione*); librario.dsu@educatt.it (*distribuzione*)  
web: www.educatt.it/libri

Redazione della Rivista: redazione.all@unicatt.it | web: www.analisinguisticaeletteraria.eu

Questo volume è stato stampato nel mese di settembre 2018  
presso la Litografia Solari - Peschiera Borromeo (Milano)

## INDICE

Metafora e ideologia in Hamlet: il discorso mercantile <i>Renato Rizzoli</i>	5
Esotismo, antischiavismo, colonialismo: <i>Adventures in Borneo</i> di Catherine Gore <i>Luca Brezzo</i>	29
“La parola di un uomo onesto significa ciò che dice” Romano Guardini lettore di Rilke. <i>Lucia Mor</i>	45
La narrazione lecléziana e il pluralismo dei procedimenti espressivi <i>Marilena Genovese</i>	67
Come scrivono i politici italiani su Facebook Appunti per un’analisi linguistica comparativa <i>Yahis Martari</i>	81
La <i>corpus revolution</i> russa e il <i>corpus</i> parallelo italiano-russo: storia, criteri di compilazione e usi <i>Valentina Noseda</i>	115
<i>The Home of the Brave</i> . Sezione monografica a cura di G. Segato <i>Hard, Stoic, Isolate, and a Killer</i> . Appunti sul carattere americano <i>Giulio Segato</i>	133
<i>A Man of Honor</i> . Note sulle origini dell’eroe del romanzo poliziesco americano <i>Giulio Segato</i>	137
Eroismo e femminile, un binomio difficile: il caso di Margaret Fuller <i>Anna De Biasio</i>	145
“Una silenziosa litania operaia”. L’America di Carl Sandburg <i>Franco Lonati</i>	155
Recensioni	165



## COME SCRIVONO I POLITICI ITALIANI SU FACEBOOK. APPUNTI PER UN'ANALISI LINGUISTICA COMPARATIVA

YAHIS MARTARI

In questo articolo proponiamo un'analisi qualitativa e quantitativa della lingua scritta di un corpus di 358 post di comunicazione politica su Facebook (FB). Il corpus di post è ricavato da 6 pagine ufficiali di politici italiani e può essere suddiviso in due campioni, corrispondenti a due diversi momenti dell'osservazione: 3 pagine analizzate tra dicembre 2012 e gennaio 2013 (88 post) e 3 pagine analizzate tra maggio e agosto 2017 (270 post). Abbiamo rivolto la maggiore attenzione verso i post ma, in modo cursorio, abbiamo anche considerato un certo numero di commenti degli utenti (10 per ogni post). I due campioni sono in assoluto piuttosto vicini, ma, rispetto ai tempi del web, già così significativamente distanti da consentire anche una prima osservazione in chiave diacronica e da permetterci di discutere su alcuni tratti di continuità e di discontinuità. Questa analisi linguistica comparativa evidenzia il miglioramento dell'efficacia comunicativa dei politici italiani su FB dal 2013 al 2017.

Nei primi paragrafi (1 e 2) introduciamo il tema della politica mediata sul web e in particolare sui social network e presentiamo dettagliatamente il corpus; successivamente (3 e 4), analizziamo puntualmente le caratteristiche linguistiche e stilistiche dei due campioni; infine (5 e 6) proponiamo alcune considerazioni linguistiche di sintesi in chiave comparativa tra i due campioni, mantenendo il focus sul secondo, quello più recente.

This article aims at proposing a linguistic analysis of 358 posts written on Facebook (FB) by six Italian politicians. More specifically, the corpus consists of six official political Italian pages, which can be divided into two samples (three pages per sample), corresponding to two different observation moments: 1. December 2012 – January 2013 (88 post); 2. May – August 2017 (270 post). While the focus of attention is on posts, comments have also been taken into account in this survey (10 for each post). The two samples here analyzed are fairly close in time, but, given the accelerated speed of web evolution, some (micro-)diachronic remarks can be made in order to show how the Italian politicians' communication on FB has been changed from 2013 to 2017.

In sections 1 and 2 the issue concerning the language of politics on the web (with special reference to social networks) has been introduced and the corpus has been presented in detail; in sections 3 and 4, the language and the stylistic characteristics of the two samples have been analyzed; finally, in sections 5 and 6, some concluding remarks are given, especially focusing the most recent sample.

*Keywords:* political communication, linguistic analysis, Facebook, writing

### 1. Introduzione: lingua e scrittura della comunicazione politica sui social network<sup>1</sup>

In questo articolo analizzeremo la scrittura di alcune pagine istituzionali di politici italiani sul social network *Facebook* (da qui in poi FB). Il modello teorico all'interno del quale si colloca questo studio è innanzitutto quello dell'analisi linguistica qualitativa di fenomeni della lingua italiana in rete, che conta ormai anche in Italia studi molto importanti: tra i più significativi ricordiamo le analisi della conversazione in chat proposte da Franca Orletti e l'analisi della CMC via email realizzata da Giuliana Fiorentino – sulla scorta di una letteratura sociolinguistica internazionale inaugurata da Naomi Baron<sup>2</sup> – accanto ai lavori descrittivi di sintesi sui vari fenomeni di Mirko Tavosanis e di Giuseppe Antonelli<sup>3</sup>. L'approccio che adotteremo qui è dunque soprattutto linguistico e descrittivo; tuttavia, per fornire una cornice di senso alle osservazioni che proporremo sulla lingua dei politici sul web, dovremo ricorrere anche al supporto di alcuni studi sul linguaggio dei politici italiani<sup>4</sup> sia strettamente linguistici, sia tratti dalla sociologia e dalla semiotica dei nuovi media.

Faremo inoltre ricorso a uno strumento di analisi quantitativa, *Read-it!*, per definire un quadro di riferimento oggettivo rispetto alla leggibilità dei testi presi in esame e alle loro caratteristiche lessicali e sintattiche.

Iniziamo con poche considerazioni di carattere generale. Da un recente studio che analizza la presenza e l'attività dei leader politici su FB a livello globale, si evince la massiccia presenza sui social da parte della maggioranza dei capi di governo<sup>6</sup>, perlopiù con un'intenzione realmente comunicativa e dialogica, cioè non soltanto rappresentativa e propagandistica. È esemplare che, negli USA, Barack Obama abbia aperto la sua pagina istituzionale su FB nel 2015 con questo post:

<sup>1</sup> Questo testo nasce da una prima sintetica riflessione presentata al workshop del LI congresso della SLI, Napoli, 28-30 settembre 2017, nella sezione dedicata a "Fenomeni e varietà dalla periferia verso il centro del sistema italiano".

<sup>2</sup> Si veda il recente N. Baron, *Always on. Language in an Online and mobile World*, Oxford University Press, New York 2008, in cui si propone una rilettura complessiva delle caratteristiche peculiari della lingua impiegata nell'era della comunicazione elettronica.

<sup>3</sup> *Scrittura e nuovi media. Dalle conversazioni in rete alla Web usability*, F. Orletti ed., Carocci, Roma 2004; G. Fiorentino, *Frontiere della scrittura. Lineamenti di web writing*, Carocci, Roma 2013; Ead., *Nuova scrittura e media: le metamorfosi della scrittura*, in *Scrittura e società. Storia, Cultura, Professioni*, G. Fiorentino ed., Aracne, Roma 2007, pp. 175-207; Ead. *'Ti auguro tanta fortuna, ma non dovesse esser così': norma liquida tra Internet e scrittura accademica*, in *Riflessioni sulla lingua del nuovo millennio*, S. Lubello ed., Il Mulino, Bologna 2012, pp. 181-204; M. Tavosanis, *L'italiano del web*, Carocci, Roma 2012; G. Antonelli, *L'italiano nella società della comunicazione 2.0*, Il Mulino, Bologna 2016. Nello stesso filone si collocano i lavori di E. Pistolesi, *Il parlar spedito. L'italiano di chat, e-mail e SMS*, Esedra, Padova 2004, e M. Prada, *Lingua e web*, in *La lingua italiana e i mass media*, I. Bonomi – A. Masini – S. Morgana ed., Carocci, Roma 2010, pp. 249-289.

<sup>4</sup> M.V. Dell'Anna, *Lingua italiana e politica*, Carocci, Roma 2010; M.V. Dell'Anna – P. Lala, *Mi consenta un girotondo. Lingua e lessico nella Seconda repubblica*, Congedo, Galatina 2004; G. Antonelli, *Volgare eloquenza. Come le parole hanno paralizzato la politica*, Laterza, Roma/Bari 2017.

<sup>5</sup> F. Dell'Orletta – S. Montemagni – G. Venturi, *READ-IT: assessing readability of Italian texts with a view to text simplification*, in *SLPAT '11 – SLPAT '11 Proceedings of the Second Workshop on Speech and Language Processing for Assistive Technologies* (Edimburgo, 30 Luglio 2011), Association for Computational Linguistics Stroudsburg, PA – USA 2011, pp. 73-83.

<sup>6</sup> Cfr. il report *World Leaders on Facebook study* pubblicato *on line* sulla pagina <http://burson-marsteller.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/2017/02/20211415/World-Leaders-on-Facebook-study-FINAL-2.21.17.pdf>. (ultima consultazione 28 novembre 2017).

This is a place where we can have real conversations about the most important issues facing our country – a place where you can hear directly from me, and share your own thoughts and stories.

Del resto anche il successivo presidente degli Stati Uniti deve la propria vittoria, in parte, a un'assidua presenza sui social, benché talvolta più provocatoria che istituzionale. E anche in Italia la comunicazione politica digitale si colloca ormai massimamente sulla piattaforma di FB<sup>7</sup> e su quella di microblogging Twitter; tanto che, sebbene sia ancora impossibile quantificare precisamente il peso del web sugli esiti elettorali, è certo che televisione e rete, vecchi e nuovi media, concorrono a influenzare l'opinione degli elettori, come dimostrano la riflessione di Spina<sup>8</sup> sulla comunicazione politica via Twitter, gli studi raccolti da Livolsi e Volli<sup>9</sup> sull'influenza della televisione nelle decisioni di voto, e infine i lavori di Bentivegna e di Mazzoleni<sup>10</sup> sul potere della rete (e in particolare dei social) proprio nelle campagne elettorali.

Venendo all'aspetto più strettamente linguistico, la comunicazione politica mediata dal web presenta caratteristiche piuttosto peculiari. Si tratta perlopiù, anche se non esclusivamente, di una lingua veloce, soprattutto sui mezzi come Twitter<sup>11</sup>, che fanno della scrittura sintetica il registro favorito di una narrazione talvolta anche complessa<sup>12</sup>, ma con esiti almeno superficialmente destrutturanti rispetto alle forme del linguaggio politico tradizionale<sup>13</sup>.

Occorre inoltre sottolineare che la natura e la forma dei social network danno voce non soltanto all'amministratore della singola pagina o del singolo profilo – il politico e/o il suo staff<sup>14</sup> – ma anche al seguito di cittadini che liberamente possono esprimere la loro opinione a commento degli interventi pubblici (cioè i post), pubblicati dall'amministratore stesso; una tendenza all'orizzontalità, questa, di cui deve tenere conto ogni modello linguistico che voglia descrivere la scrittura del web, e che da molto tempo contrassegna tutte le nuove tecnologie della comunicazione 'tecnopolitica'<sup>15</sup>, sempre meno gerarchica e sempre più dialogica. Ciò ha inevitabili ripercussioni sull'intero

<sup>7</sup> Il sito [http://www.baroncelli.eu/politici\\_italiani](http://www.baroncelli.eu/politici_italiani) (ultima consultazione 28 novembre 2017) monitora costantemente la presenza dei politici italiani su FB, fornendo dati sempre aggiornati sul successo delle pagine FB.

<sup>8</sup> S. Spina, *Openpolitica. Il discorso dei politici italiani nell'era di Twitter*, Franco Angeli, Milano 2012.

<sup>9</sup> M. Livolsi – U. Volli, *Il televoto. La campagna elettorale in televisione*, Franco Angeli, Milano 1997.

<sup>10</sup> S. Bentivegna, *Campagne elettorali in rete*, Laterza, Roma/Bari 2006, e G. Mazzoleni, *La comunicazione politica*, Il Mulino, Bologna 2012<sup>2</sup>.

<sup>11</sup> S. Spina, *Openpolitica*.

<sup>12</sup> S. Bentivegna, *A colpi di Tweet. La politica in prima persona*, Il Mulino, Bologna 2015.

<sup>13</sup> Cfr. G. Antonelli, *Volgare eloquenza*.

<sup>14</sup> Puntualizziamo fin d'ora che esiste la possibilità, cui si accennerà ancora nel corso della trattazione, che i post, soprattutto quelli del campione meno recente, siano redazionali, ovvero non redatti di proprio pugno dal politico titolare della pagina. Non siamo tuttavia interessati, qui, tanto alla definizione dell'autorialità dei post, quanto alla descrizione di uno stile comunicativo. In questo senso, nel caso del campione più recente si rileva, come si ribadirà a più riprese, il tentativo di fare apparire più genuina la comunicazione, eliminando ogni forma di stile impersonale, presente invece nel campione del 2013.

<sup>15</sup> Con questa fortunata definizione di Stefano Rodotà, ci si riferisce, ormai da più di quindici anni, all'insieme di trasformazioni che l'evoluzione delle tecnologie della comunicazione impone non solo al linguaggio ma anche alla struttura stessa dell'azione politica (cfr. S. Rodotà, *Tecnopolitica. La democrazia e le nuove tecnologie della comunicazione*, Laterza, Roma/Bari 2004<sup>2</sup>).



specchio delle singole e particolari scelte linguistiche, sempre meno verticali, asimmetriche e ‘diseguali’.

Per questo motivo l'enorme mole di produzioni scritte sui social network, ma in particolare su FB, costituisce un grande e articolato ‘spazio linguistico’<sup>16</sup> ricco di varianti di ogni tipo<sup>17</sup>, nel quale si originano fenomeni sia particolari sia generali; tali formazioni tendono a volte a migrare verso quel ‘centro’<sup>18</sup> identificato comunemente con l'italiano di uso medio; altre volte, invece, si consumano e spariscono in modo repentino. La vitalità, la mortalità e la grande varietà di questo spazio linguistico non sono circoscrivibili all'interno di nessuna categorizzazione univoca né rapportabili a modelli di previsione certi. Tanto è vero che, in merito alla possibilità delle caratteristiche delle nuove scritture digitali di influenzare nell'immediato futuro l'intero sistema di scrittura e quindi la norma, i linguisti si dividono su due posizioni: la prima è quella di chi individua alcuni di questi fenomeni come prossimi al transito ‘dalla periferia al centro’ delle abitudini linguistiche degli italiani, sottolineandone anche i pericoli<sup>19</sup>; la seconda è invece quella di chi sembra ritenere difficilmente attuabile questo passaggio, per ragioni intrinseche alla lingua italiana: ad esempio, la stigmatizzazione della cattiva padronanza ortografica<sup>20</sup>.

## 2. *Presentazione del corpus*

Discutiamo ora – sulla base di una precedente riflessione maturata nel 2013<sup>21</sup> intorno alla scrittura sui social network – di un particolare settore di questo ampio spazio: analizziamo cioè dal punto di vista linguistico e comunicativo alcuni tratti caratteristici dell'italiano scritto dai politici sulle pagine personali di FB, con un occhio anche ai relativi commenti da parte degli utenti.

La nostra analisi è principalmente sincronica e qualitativa, ma parte, come vedremo, da alcuni dati quantitativi sulla leggibilità dei testi. Il corpus è suddiviso in due campioni raccolti in due momenti in assoluto piuttosto vicini (una distanza di circa quattro anni), ma, rispetto ai tempi del web, già così significativamente distanti da consentire qualche osservazione in chiave micro-diacronica.

I due campioni hanno dimensioni diverse: il primo rappresenta un mese di comunicazione su FB (tra il 16 dicembre 2012 e il 16 gennaio 2013) il secondo tre mesi (tra il 16 maggio e il 16 agosto 2017). Anche le pagine prese in esame sono differenti, perché diversi sono i politici più in auge al momento delle due rilevazioni: nel primo caso si tratta di Silvio Berlusconi, Pierluigi Bersani e Beppe Grillo; nel secondo caso di Matteo Salvini, Matteo Renzi, Luigi Di Maio. Riteniamo tuttavia che questo elemento non renda meno indicativa l'attenzione sull'aspetto evolutivo della compara-

<sup>16</sup> Con questa definizione si intende il complesso universo di varietà compresenti e interagenti all'interno di un'area linguistica. T. De Mauro, *Guida all'uso delle parole*, Editori Riuniti, Roma 1980.

<sup>17</sup> M. Tavosanis, *L'italiano del web*, p. 55.

<sup>18</sup> P.M. Bertinetto, ‘Centro’ e ‘periferia’ del linguaggio: una mappa per orientarsi, in *Modelli recenti in linguistica*, D. Maggi – D. Poli ed., Il Calamo, Roma 2003, pp. 157-211.

<sup>19</sup> G. Fiorentino, *Nuova scrittura e media: le metamorfosi della scrittura*, p. 202.

<sup>20</sup> Ad esempio Tavosanis, discutendo dell'espressività grafica sostiene: “sembra molto dubbio che questo modo di scrivere possa recare danno alla capacità di scrittura ‘tradizionale’” (*L'italiano del web*, p. 87). Oltretutto, lo studioso osserva che: “dall'esame dei tipi testuali si osserva, in primo luogo, che la scrittura è stata semplicemente estesa fino a dotarsi di alcune funzioni informali in precedenza svolte solo dal parlato” (*Ibid.*, p. 93).

<sup>21</sup> A. Lovari – Y. Martari, *Scrivere per i Social network*, Le Monnier, Firenze 2013.

zione, tanto più che in questa sede ci focalizzeremo maggiormente (paragrafo 3) sul campione più recente, così composto:

- Matteo Renzi (90 post),
- Matteo Salvini (90 post),
- Luigi Di Maio (90 post).

Utilizzeremo invece il campione del 2013, analizzato nel paragrafo 4, soprattutto come un riferimento comparativo, ogni volta che la discussione lo richieda. Tale campione comprende:

- Silvio Berlusconi (30 post),
- Pierluigi Bersani (27 post),
- Beppe Grillo (30 post).

In entrambi i casi abbiamo raccolto il materiale linguistico dei post degli amministratori, scegliendone 30 al mese tra quelli più rilevanti dal punto di vista linguistico e tralasciando, laddove possibile, quelli ‘telegrafici’ in funzione di sola didascalia per contenuti multimediali. Fa eccezione la pagina meno ricca, quella di Bersani, per la quale abbiamo preso in considerazione tutti i post non arrivando comunque a raggiungere la soglia che ci eravamo prefissati. In altri casi (Grillo e Salvini), il numero di 30 post al mese ha richiesto invece una restrizione molto significativa rispetto al numero complessivo di pubblicazioni in quel periodo: più di 500 quelli di Grillo in un mese, circa 700 quelli di Salvini in tre mesi.

Utilizzando lo strumento di elaborazione e analisi *Read-it*, e in particolare il *tool* di “analisi globale della leggibilità”, abbiamo ricavato innanzitutto alcuni parametri importanti dal punto di vista quantitativo per la valutazione linguistica di ognuna delle pagine:

- la lunghezza media dei periodi e la lunghezza media delle parole;
- la percentuale di lemmi riconducibili al VdB (vocabolario di base) della lingua italiana, suddiviso in lessico Fondamentale, ad Alto Uso e ad Alta Disponibilità;
- il livello di leggibilità globale dei testi, secondo l’indice GULPEASE, che si costituisce sul parametro della lunghezza della frase su delle parole rispetto al numero delle lettere<sup>22</sup>.

Riportiamo questi dati in apertura di tutte le analisi, come punto di partenza quantitativo; procederemo poi all’analisi qualitativa dei diversi fenomeni. L’obiettivo di questa ricerca, infatti, non è solo osservare la leggibilità dei post, ma anche descrivere la loro costruzione retorica e stilistica in funzione delle diverse strategie comunicative dei politici.

Per ciò che riguarda i commenti, ci siamo proposti una lettura necessariamente cursoria, dal momento che si tratta di molte decine di migliaia, in numero oltretutto continuamente variabile<sup>23</sup>.

<sup>22</sup> P. Lucisano – M.E. Piemontese, *GULPEASE: una formula per la predizione della difficoltà dei testi in lingua italiana*, “Scuola e città”, 39, 1988, 3, pp. 110-24.

<sup>23</sup> Una prova dell’impossibilità di controllo quantitativo dei commenti è la seguente. In occasione della raccolta del secondo campione si è deciso di verificare la permanenza in rete dei post e dei commenti raccolti per il primo, quattro anni prima, nel 2013. In tale occasione si sono rilevati commenti lasciati successivamente, a di-

Per dare una misura della mole di questi testi, basti pensare alla somma dei commenti al momento della nostra prima rilevazione, un dato in sé se non altro suggestivo: per i post della pagina di Berlusconi 108794 commenti, per Bersani 11120, per Grillo 105605. Per il corpus più recente invece non è stato possibile calcolare una somma nemmeno indicativa, dal momento che l'interfaccia di FB non offre sempre il dato complessivo su numeri troppo elevati di commenti, se non con forte approssimazione. Si è scelto, quindi, per entrambi i campioni, di osservare e prendere in considerazione un numero fisso di commenti per ogni post, pari a 10, seguendo il criterio di rilevanza offerto dal sistema di FB.

Nei prossimi due paragrafi proponiamo il commento sintetico ma puntuale delle caratteristiche linguistiche e stilistiche più salienti dei post contenuti nelle diverse pagine. Successivamente considereremo alcuni tratti di continuità e di discontinuità tra i due campioni, riflettendo sulla presenza o meno di una linea generale di trasformazione o evoluzione comunicativa tra i due momenti, a partire dall'osservazione dei dati linguistici.

### 3. *Analisi del campione del 2017*

Riportiamo per ogni pagina un'analisi linguistica e stilistica dei post, alla quale segue sempre qualche esempio di testo, in cui evidenziamo con il carattere corsivo i fenomeni più significativi.

#### 3.1. Matteo Renzi

(piace a 1.092.823 persone, Seguito da 1.077.376 persone)<sup>24</sup>

Composizione del vocabolario	
Percentuale di lemmi appartenente al Vocabolario di Base (VdB):	71,3%
Ripartizione dei lemmi riconducibili al VdB rispetto ai repertori d'uso:	
Fondamentale:	78,1%
Alto uso:	17,3%
Alta disponibilità:	4,6%
Lunghezza media dei periodi (in token):	
	14,7
Lunghezza media delle parole (in caratteri):	
	4,9
GULPEASE	63,2

stanza di anni, come il lettore potrà verificare di persona; ad esempio in questo post di Bersani datato 3 gennaio 2013 e commentato da numerosi utenti nel 2016:

[https://www.facebook.com/search/str/Ho+incontrato+Matteo+Renzi%2C+siamo+un+grande+partito%2C+un+collettivo+che+trova+una+sintesi+e+che+non+%C3%A8+attaccato+ad+una+persona+so-la/keywords\\_blended\\_posts](https://www.facebook.com/search/str/Ho+incontrato+Matteo+Renzi%2C+siamo+un+grande+partito%2C+un+collettivo+che+trova+una+sintesi+e+che+non+%C3%A8+attaccato+ad+una+persona+so-la/keywords_blended_posts).

<sup>24</sup> Dati rilevati il 17/08/2017. Occorre dire fin d'ora che i numeri che forniamo sono necessariamente legati al momento della nostra osservazione e possono essere sensibilmente variati nei mesi intercorsi da quel momento alla pubblicazione di questo lavoro.

### 3.1.1. Analisi dei testi

È da rilevare innanzitutto che la lunghezza media dei periodi non è bassa (14,7), ma a questo dato corrisponde la più alta percentuale del campione di VdB, e un buon grado di leggibilità del testo (63,2). La pubblicazione dei post è quotidiana, raramente in misura maggiore di un post al giorno; perlopiù si tratta di post complessi (il più lungo del campione conta 654 parole, ed è datato 7 giugno). La pubblicazione dei contenuti verbali si affianca a contenuti multimediali di ogni genere (articoli, foto, video) e video-dirette FB. I post di condivisione di altri materiali hanno mediamente 600-1000 *like*, quelli scritti da Renzi ne hanno molti di più: dai 10 ai 30mila *like*.

Dal punto di vista tematico, si registrano molti post autobiografici, con contenuti sia politici che personali – talvolta mescolati. Talora si tratta di promozioni di attività legate al partito (la rivista *Democratica* o il progetto *Piazzaaut*). Talvolta si tratta di commenti rispetto a fenomeni di costume: eventi sportivi, come la vittoria di Federica Pellegrini, e soprattutto concerti – Vasco Rossi, Coldplay, Radiohead, Iggy Pop, Guns n’ Roses – organizzati nelle città amministrare dal PD e presentati sistematicamente come segnali di resistenza contro la paura degli attacchi terroristici. Troviamo infine post di tipo commemorativo, come nel caso della scomparsa dell’attore Paolo Villaggio e in quello della tragica vicenda di cronaca giudiziaria legata alla scomparsa prematura di un bambino di nome Charlie.

Rispetto ai commenti si legge molto assenso, ma anche dissenso, espresso come sempre in modo soprattutto difensivo. A volte, fatto di grande rilevanza, si rilevano risposte ai cittadini e ai loro commenti da parte dell’amministratore.

Per quello che riguarda il punto di vista più strettamente linguistico, sono notevoli i seguenti aspetti.

Per la sintassi, si deve notare lo stile paratattico alternato a quello ipotattico con uso di parentetiche e con frequente ricorso allo stile nominale (si veda il post 2 luglio). Sono frequenti le elencazioni; in alcuni casi, ad esempio il 17 maggio, con una funzione enfatica. L’uso della catafora con effetto *suspense* (ad esempio in due post commemorativi: uno per Borsellino del 19 luglio che qui omettiamo, e quello per Villaggio, riportato qui sotto, del 3 luglio). Si trovano anche forme allocutive vicine al parlato (“alzi la mano chi...”), e un certo numero di frasi esclamative (“diciamolo!”). È rilevante l’uso di *hashtag* integrati sintatticamente nel testo<sup>25</sup>, quindi non solo come catalogatori di argomento: ad esempio nei post del 16 agosto e del 5 agosto. Ancora il 2 luglio, leggiamo un esempio di allocuzione diretta, anch’essa presente nel campione (si veda anche il 17 maggio).

Per la costruzione testuale e retorica del post, spesso giocata su ripetizioni e parallelismi, si osserva un frequente uso di preterizione (in combinazione quasi sempre con il modo condizionale: ad esempio “Oggi bisognerebbe dare sfogo alla rabbia... Verrebbe voglia di arrabbiarsi.”, in un post del 7 giugno). Non frequente ma pur presente l’uso di *emoticon* come segnalatori emotivi del discorso (5 luglio) e puntini di sospensione, e qualche volta

<sup>25</sup> Su questo cfr. F. Chiusaroli, *Sintassi e semantica dell’hashtag: studio preliminare di una forma di Scritture Brevi*, in *The First Italian Conference on Computational Linguistics*, R. Basili – A. Lenci – B. Magnini ed., Pisa University Press, Pisa 2014, pp. 117-121.

il maiuscolo/gridato. Sono invece molto frequenti le figure retoriche. Innanzitutto quelle sintattiche (tricolon e domande retoriche) e quelle lessicali: ad esempio le metafore e i giochi di parole, tra cui la paronomasia di “non uno status ma uno stato d’animo” del 30 *giugno*, il parallelismo tra presente e futuro del 16 *agosto*, o il gioco di parole del 26 *giugno* (“occuparsi dei sogni e dei bisogni”); oppure la sineddoche con ipotiposi di “puoi strappare il foglietto dal calendario, ma non lo strapperai mai dalla mente” (23 *maggio*). Sono poi presenti figure retoriche di discorso, come ad esempio l’ironia nell’indicazione metatestuale “post noioso” ad apertura del testo datato 1 *giugno*, ma anche la stigmatizzazione del tecnicismo informatico del Movimento Cinque Stelle, il 14 *giugno*: “L’Italia è più grande di un blog, la politica è una cosa più seria di un post, i *like* non possono essere l’obiettivo di chi vuole guidare l’Europa”. Si trovano citazioni come quella riportata per il 2 *luglio* “viva l’Italia che non ha paura”.

Per il lessico, è frequente l’uso di parole chiave del vocabolario propagandistico personale di Renzi (“avanti”, “gufi”). I testi sono ricchi di ripetizioni enfatiche, sia anaforiche che a contatto (ad esempio “babbo, babbo” il 12 *agosto*, o “andiamo avanti e avanti insieme” e la ripetizione anaforica di “Sono fortunato” sempre il 5 *agosto*). Si nota infine l’uso a volte spregiudicato dei nomi di battesimo in riferimento alle cariche istituzionali (i sindaci vincitori delle elezioni amministrative ricordati in un post del 21 *giugno*, o l’allocuzione nel post del 2 *luglio*) e del tu generico (ad esempio il 5 *agosto*).

### 3.1.2. Esempi dal campione

16 *agosto* Oggi i dati ISTAT dicono che la strategia di questi anni produce risultati. Flessibilità, non austerità. *Giù le tasse a ceto medio e imprese che investono*. Scommettere sulla crescita, non sul declino.

*I risultati arrivano, il tempo è davvero galantuomo.*

Oggi sarebbe facile domandarsi: chi aveva ragione ad alzare la voce in Europa e a combattere per la flessibilità? Sarebbe facile, ma non servirebbe a nulla.

Il passato è passato, la realtà ha smentito i *gufi*, la verità non si cambia con le fake news. Ma noi oggi, proprio oggi, noi non possiamo permetterci di guardarci indietro. Non possiamo, amici. Dobbiamo guardare davvero AVANTI. La disoccupazione va portata sotto il 10%, la disoccupazione giovanile va dimezzata, la crescita deve arrivare al 2%. *Per me la strada è quella illustrata nel libro nel progetto “Tornare a Maastricht” e sono sicuro che – qualunque sarà il governo della prossima legislatura – da qui non si scappa.*

I #*milleggiorni* hanno rimesso in moto l’Italia, ma noi vogliamo correre. Perché questo Paese ha tutto per farcela.

*Non ci serve che ci diano ragione per il passato, ci serve che ci diano ascolto per il futuro.* Noi ci siamo. *Avanti, insieme.*

12 *agosto* Una volta in spiaggia mi dicevano: *babbo, babbo*, mi fai la pista per le biglie? Ora mi dicono: *babbo, babbo*, mi dai il segnale Wi-Fi?

Mi sa che sto invecchiando. *Buongiorno amici dal bellissimo mare di Castiglion della Pescaia*, ancora buone vacanze.

5 *agosto* *E poi torni a casa*, stanco ma pieno dell’entusiasmo che hai ricevuto. Oggi Pistoia, Fucecchio, Certaldo. Centinaia di persone che ti chiedono di *andare #avanti*. E che si mettono in gioco con te.

Quello delle persone che partecipano alle presentazioni è un mondo totalmente diverso da ciò che i giornali spesso narrano. È gente entusiasta e tenace che ha tanta voglia di futuro. Sono fortunato a essere uno di voi. Sono fortunato ad avervi come compagni di viaggio.

Grazie, amici. *Andiamo avanti e avanti insieme.*

05 luglio Nottata di rilettura del libro. 238 pagine e sei caffè, per ora. Mi sembra di essere tornato ai tempi dell'università, le notti prima degli esami. Ma ci siamo e #Avanti sarà in libreria dalla settimana prossima. Oggi prevedo una mattinata di *sbadigli:-)* buona giornata a tutti!!!

03 luglio *Alzi la mano chi non ha mai* riso, sofferto, pensato davanti a un suo personaggio, davanti a una delle sue battute o dei suoi personaggi. Nessuno, non alza la mano nessuno. Perché Paolo Villaggio è stato capace di questo: portare il proprio talento in casa di tutti gli italiani, anche di quelli che non lo amavano troppo. Questo significa secondo me essere un artista straordinario e per questo, *quando sei ai titoli di coda, puoi solo dire grazie, senza retorica.*

02 luglio Della qualità artistica del concerto di Vasco Rossi si è detto tutto.

E comunque non è ancora abbastanza. *Tanto di cappello, punto.*

*Un artista incredibile.*

Ma lasciatemi dare un abbraccio al Sindaco di Modena Gian Carlo Muzzarelli, a tutta la città, a un'organizzazione semplicemente perfetta.

Modena ieri ha fatto vedere al mondo che cosa è capace di fare l'Italia dal punto di vista organizzativo, in piena collaborazione con le forze di sicurezza e con il Viminale. Quando qualcosa funziona, *diciamolo!* Siamo orgogliosi del vostro lavoro, *Gian Carlo.*

Grazie per la vostra tenace passione e grazie per la qualità della vostra amministrazione. Viva Modena, *viva l'Italia che non ha paura.*

30 giugno Non riesco a togliermi dalla testa il pensiero del piccolo Charlie. Mi fanno paura i social quando diventano curve da tifoseria con persone che sparano certezze e urlano, non cerco facili *like*. Ma *condivido uno stato d'animo, più che uno status*: il dolore di quei genitori e di quel bambino mi rimbombava in testa continuamente. Mi sembra insopportabile per noi, figuriamoci per quella povera famiglia che vive queste ore così. Perché la Corte Europea dei diritti umani (diritti?) non ha concesso la cura sperimentale in America? Perché non consentire alla scienza un ultimo tentativo? Facciamo proteste ovunque per qualsiasi cucciolo, e facciamo bene. E un *piccolo cucciolo d'uomo non valeva un'attenzione diversa delle autorità europee?* Per una volta ho *più domande che risposte...*

17 maggio *Ricapitolando.*

1. *Le intercettazioni sono illegittime.*

2. *Vengono pubblicate violando la legge.*

3. *Emerge un quadro in cui un figlio dice al padre "Devi dire la verità". E il padre risponde dicendo "Quella che ti sto dicendo è la verità, devi credermi."*

A fronte di questo qual è il pezzo forte oggi sullo scandalo Consip? Un'intervista a mia nonna Anna Maria, meravigliosa donna buona e generosa di 87 anni, cui viene spiegato che suo figlio e suo nipote hanno litigato. Io sono molto fiero delle mie nonne, due tra le persone più belle che ho incontrato nella mia vita. Ma posso fare un appello per lasciare in pace almeno loro? *Almeno le nonne, dai.*

### 3.2. Matteo Salvini

(Piace a 1.875.521 persone, Seguito da 1.825.574 persone)

Composizione del vocabolario	
Percentuale di lemmi appartenente al Vocabolario di Base (VdB):	63,5%
Ripartizione dei lemmi riconducibili al VdB rispetto ai repertori d'uso:	
Fondamentale:	78,6%
Alto uso:	16,6%
Alta disponibilità:	4,9%
Lunghezza media dei periodi (in token):	
	11,9
Lunghezza media delle parole (in caratteri):	
	5,0
GULPEASE	69,4

#### 3.2.1. Analisi dei testi

Da rilevare, rispetto a Renzi, una lunghezza media più bassa dei periodi, da cui deriva una maggiore leggibilità secondo l'indice GULPEASE (69,4: la più alta dell'intero corpus); di contro, l'uso del VdB copre una percentuale più bassa del testo: questo fatto si spiega facilmente, dal punto di vista qualitativo, osservando – come diremo nel dettaglio – l'uso più frequente di *hashtag*, di termini disfemici e di grafie espressionistiche. Inoltre, sempre rispetto alla pagina precedente, osserviamo una frequenza maggiore nella pubblicazione dei post (ad esempio, il 22 maggio si contano 7 post), che sono però decisamente più brevi di quelli di Renzi. La presenza del maiuscolo/gridato è talmente frequente da costituire una vera e propria marca stilistica. Si tratta di testi linguisticamente più trascurati e più semplici rispetto a quelli di Renzi, ostentatamente più istintivi e meno meditati. Il risultato è una mimesi del parlato – di certo non meno intenzionale – ma in apparenza meno costruita. In generale, ad esempio, sono meno sorvegliate la grafia (“Tigi”, “Sì”), l'interpunzione, la sintassi (il 21 giugno leggiamo ad esempio una *concordatio ad sensum*: “Qualche figlio di papà con l'hobby della rivoluzione manifestano contro il Comune di Inzago”). Inoltre si segnala una tendenza a stabilire *topic* più conflittuali quando non addirittura d'istigazione alla violenza (ad esempio, il 2 luglio: “E quando ci mandate al governo, per Renzi, Alfano e Boldrini tre posti su un barcone, direzione Nord Africa”), o di vilipendio (l'*hashtag* urlato #STATOLADRO del 15 agosto).

Come accade anche sulla pagina di Renzi, dal punto di vista tematico sono presenti post commentativi (soprattutto a eventi musicali), e molti riferimenti alla vita personale (soprattutto descrizione di cibo). Lo stile è allusivo e tenacemente propagandistico, anche quando il post tratta di eventi privati (ancora il 2 luglio).

Si rilevano risposte ai singoli utenti (persino a commenti fortemente disfemici). Ad esempio, leggiamo:

*Utente* Anche in questo spiacevole episodio di morte, di innocenti, di ragazzini, di dolore, tu uomo schifoso trai appagamento nel fomentare l'odio. Sei peggio dei terroristi, mi fai schifo!!! S C I A C A L L O

*Matteo Salvini* Quindi il terrorista, il criminale sarei io...??? Tu hai dei problemi<sup>26</sup>.

Si segnala il peculiare uso di *hashtag*, sintatticamente integrati, in un caso addirittura in modo creativamente compositivo, fino a costituire un momento di sintassi vera e propria: il 5 luglio, “#enricoci piace #MacronNo”.

Sono molto presenti i riferimenti deitici ai materiali multimediali (foto e video), rispetto ai quali le parti testuali dei post (genericamente brevi) hanno funzione di didascalia.

Il livello di analisi linguistica più rilevante, per questa pagina, è quello lessicale. È ricorrente l'appellativo “Amici” ed è piuttosto frequente il formulario propagandistico tipico dell'italiano in rete (“fate girare”, “Se ti piace, condividi anche tu!”) anche nella sua declinazione più aggressiva, come si legge in un post del 19 maggio: “Se anche a te girano le palle, fai girare”. Sullo stesso registro stilistico si colloca anche l'uso metaforico del verbo “asfaltare” con il senso di surclassare retoricamente. È notevole il ricorso al formulario propagandistico tradizionale tipico delle destre (“tolleranza zero”, “prima gli italiani”, “stranieri a casa propria”) e a quello di altri settori specialistici, con intenti parodici; ad esempio il lessico inserzionistico del post datato 1 luglio: “Vi aspetto, astenersi clandestini, Boldrini e perditempo!”. Frequentissime sono le difemie con ovvi intenti enfatici (“gli italiani non sono scemi” “stato ladro”, “menate”, “idiozie”, “basta, cazzo!”, “cretino”, “senza-palle”, “mandare a casa questi incapaci”). Troviamo anche in questo caso elementi citazionali; ad esempio, l'*hashtag* #andiamoagovernare, probabilmente ricalcato sul titolo di una canzone pop demenziale di qualche successo (*Andiamo a comandare* di Rovazzi, 2016).

Dal punto di vista grafico si segnalano grafie aberranti e ipertrofiche con fine enfatico tipiche della mimesi del parlato, e peculiari, ancora una volta, dello stile di un certo italiano in rete (“...A casaaaaaaaaaaaaa a calci!”, “E BASTAAAAA!”).

Dal punto di vista sintattico, all'interno di uno stile molto paratattico è significativo l'uso di frasi nominali ed è estremamente frequente l'uso di frasi interrogative di tipo presentativo, e di frasi esclamative. Si segnala anche qualche caso di tema sospeso separato da una virgola rispetto al *core* sintattico della frase; ad esempio, il 2 luglio, “Pane e salame, secondo voi posso lanciarmi...”. Inoltre si trova il discorso diretto riportato in un post del 15 maggio.

Dal punto di vista testuale e retorico, infine, è frequente l'espedito della domanda – come si è detto – presentativa a introduzione dell'argomento (“Cecchi Paone? Il suo futuro è su un barcone” del 17 giugno) o in funzione di dialogismo (“esagero?” del 15 maggio e del 28 giugno), e si segnala talora l'uso del P.S. L'ironia è espressa molto di frequente con appellativi (il virgolettato “signor’ Saviano” del 5 agosto e “compagno Fazio” in un post del

<sup>26</sup> Nel periodo studiato dalla semiotica dei nuovi media Giovanna Cosenza e dal tesista di laurea triennale Filippo Antoniacci non comparivano invece risposte ai commenti da parte di Salvini (*Facebook e politica, la nuova era della comunicazione. I casi Salvini e Di Battista*, relatrice Giovanna Cosenza, Tesi di Laurea in Semiotica 2, discussa presso l'Università degli studi di Bologna, II sessione A.A 2015/16, consultabile *on line* dal 18 aprile 2017, all'indirizzo <https://giovannacosenza.wordpress.com> (ultima consultazione 11 aprile 2018).



2 luglio), formule pseudotecniche (“Immagini by Matteo Salvini” ancora del 2 luglio) o citazioni allusive (“Ministero della pubblica ignoranza” in un post del 20 giugno). Sempre l’ironia è espressa anche come figura di discorso, talvolta molto insistita; ad esempio nel seguente post del 20 giugno: “Un immigrato africano del Gambia, clandestino in Italia, ha ferito stanotte a bottigliate e coltellate due ragazzi a Napoli. È stato arrestato, purtroppo non potrà partecipare alla ‘marcia per i migranti’ organizzata da PD e centri sociali”.

### 3.2.2. Esempi dal campione

16 agosto Vi consiglio di *LEGGERE e CONDIVIDERE* la testimonianza di questo ragazzo. Un motivo in più per dire: #PRIMAGLIITALIANI!

15 agosto *Equitalia?* Renzi le ha solo cambiato nome, per fregarci meglio, ma gli *italiani non sono scemi*. Finché lo Stato è il primo a *NON PAGARE* migliaia di suoi fornitori e a non restituire i rimborsi IVA e IRPEF in tempi decenti, *COME SI PERMETTE* di entrare nei conti correnti dei cittadini? *BASTA #STATOLADRO!*

8 agosto Mattarella paragona gli italiani emigrati (e morti) nel mondo ai clandestini mantenuti in Italia per *fare casino?*

*Si vergogni!*

Mattarella non parla a nome mio.

#STOPINVASIONE

5 agosto Il “*signor*” Saviano, difendendo le ONG accusate di lavorare con gli scafisti, definisce me e i miei post su Fb “*aberranti e ridicoli*”.

Saviano gode dei 600.000 clandestini sbarcati, di scafisti, mafiosi e terroristi arricchiti, di un’Italia sempre più insicura?

Più sono ricchi, più se ne fregano.

#stopinvasione #barconepersaviano

5 luglio I cittadini europei vi pagano per dare loro LAVORO e SICUREZZA, non per fare regali a SCAFISTI e BANCHIERI!

*P.s. Fate girare* in rete questo MINUTO di video, perché i *tigi* come sempre taceranno.

5 luglio “Pensate se in Francia avesse vinto Marine Le Pen e se avesse detto le stesse cose di Macron... si sarebbe gridato al razzismo, al fascismo, allo squadristo”.

Onesto. #enricoci piace #MacronNo

4 luglio Sentite che cosa dice il questore di Pisa, Alberto Francini: “Già in macchina l’uomo (un tunisino) ha dato in escandescenze e scendendo dalla vettura ha colpito violentemente al volto il poliziotto. Lo abbiamo arrestato. Sarà PROCESSATO, ma poi TORNERÀ là, alla stazione... Su questo, però, non possiamo farci niente”.

Non vedo l’ora, invece, di poter FARE qualcosa, gli italiani non possono più accettare di sentirsi *stranieri a casa propria*.

#tolleranza zero

*P.s. Sempre GRAZIE* alle nostre Forze dell’ordine.

3 luglio E godeva di “asilo politico”...  
A casaaaaaaaaaaaaaa a calci!

2 luglio Pane e salame, secondo voi posso lanciarmi o rischio di offendere qualcuno politicamente corretto? [Foto salame tagliato]

2 luglio 12 minuti di energia e di emozioni, giovedì sera al Modena Park, grazie Vasco!  
P.s. Immagini by Matteo Salvini, abbiate pazienza... [VIDEO CONCERTO]

2 luglio 85.000 clandestini sbarcati in Italia da inizio anno.  
Il 20% in più rispetto all'anno scorso!  
Le chiacchiere di governo ed Europa servono a zero, le casse di scafisti e mafiosi si riempiono, cooperative e ONG festeggiano.  
BLOCCO NAVALE subito, salvataggi ed espulsioni: i CONFINI hanno un senso se sono difesi! E quando ci mandate al governo, per Renzi, Alfano e Boldrini tre posti su un barcone, direzione Nord Africa.  
#stopinvasione #noiussoli

28 giugno Più di 11 milioni di euro al compagno Fazio in Rai.  
Immorale, ingiusto, vergognoso. Esagero?

27 giugno 8.500 clandestini in arrivo nei porti italiani.  
Basta, cazzo!!!  
Questo governo complice non si muove, tocca a noi, con ogni mezzo (lecito) permesso. Intanto, chi volesse esprimere le sue idee su questa invasione, può chiamare il signor Paolo Gentiloni al centralino di Palazzo Chigi allo 06-67791.  
#stopinvasione #andiamoagovernare

17 giugno Cecchi Paone?  
Il suo futuro è su un barcone.

17 giugno In 3 minuti ASFALTATO per voi l'amico della Fornero e dei VITALIZI, che mi accusa di imbrogliare gli italiani!

15 maggio E BASTAAAAA!  
Modena, “profughi” cappellino-e-telefonino in corteo bloccano i viali: “Siamo TRATTATI MALE e senza documenti”...! Possono sempre tornare a casa loro, credo che gli italiani (loro sí TRATTATI MALISSIMO da 6 anni di governi sostenuti dal PD!) non ne possano veramente più! Voi che ne dite, esagero???  
#stopinvasione #PRIMAGLIITALIANI

### 3.3. Luigi Di Maio

(piace a 1.065.788 persone, Seguito da 1.059.080 persone)

#### 3.3.1. Analisi dei testi

Contrariamente alle altre due pagine, si segnala qui un certo numero di post multimediali (foto e video) anche senza introduzione verbale. Il numero di *like* a quei materiali e anche ai contenuti redatti da Di Maio e/o dalla sua redazione è sempre estremamente variabile, ed è difficile fornire anche una indicazione di gradimento indicativa. Un alto numero di post del campione documenta il tour elettorale, con presentazioni verbali minime (“Cuneo ora”, “In diretta da Cuneo”). Troviamo però anche post molto lunghi, e la lunghezza media del periodo, in questa pagina, è la più alta del campione, dato al quale corrisponde – in modo inversamente proporzionale – il grado più basso di leggibilità (56,9). I testi lunghi sono spesso sintesi di interventi pubblici (discorsi di comizi). Non si rilevano risposte ai commenti degli utenti. I post, seguendo tipologie testuali più tradizionali, hanno talora addirittura un titolo scritto in maiuscolo (a volte anch’esso molto lungo).

Dal punto di vista tematico, il tenore è decisamente più istituzionale rispetto ai post delle pagine di Salvini e di Renzi: non troviamo riferimenti alla vita privata del politico e tutte le informazioni sono soprattutto di carattere documentativo rispetto agli spostamenti istituzionali. Dal punto di vista sintattico, è interessante che la struttura di questi post presenti uno stile decisamente ipotattico, più tradizionale per il discorso politico, con frasi anche di 80-100 parole (Il *17 agosto*: “Questo primo grande risultato è stato ottenuto grazie al nostro pressing, che va avanti dall’aprile scorso. Sono dapprima andato personalmente a Bruxelles per incontrare il direttore di Frontex, poi al confine ligure per denunciare i respingimenti di Parigi”). Sempre dal punto di vista sintattico, si segnalano alcune ampollosità che rendono difficile la lettura, persino in post brevi (come quello del *15 maggio*). Inoltre sono presenti domande retoriche e frasi esclamative. La punteggiatura, al pari della sintassi, non è sempre controllata perfettamente, come testimonia il titolo ancora del post del *17 agosto*. Un esempio ancora più chiaro, però, è quello del *9 agosto*:

Se il 5 novembre eleggerete Giancarlo Cancelleri Presidente della Regione Siciliana abbiamo ottime opportunità di arrivare al governo del Paese e con una legge non taglieremo solo i vitalizi ai deputati regionali ma a tutti gli ex Parlamentari della Repubblica, a tutti gli ex consiglieri regionali, a tutti quelli che in questi anni mentre tagliavano le pensioni a voi, si pappavano 12 miliardi di euro di pensioni d’oro e avevano anche il coraggio di dire che non c’erano i soldi.

Anche il lessico rispecchia talora questa tendenza, presentando tracce di un formulario politico tradizionale (“Senza se e senza ma”, il *29 giugno*), insieme a tecnicismi e forestierismi (“la controversa attività di alcune Ong costituiva, come ho sempre sostenuto, un pull factor” nel post del *17 agosto*). Sono presenti, inoltre, appellativi retorici (ad esempio il *9 agosto* si rivolge ai compagni di movimento definendoli “tre fratelli”). Di

contro, si trovano imprecisioni lessicali (“voglio rivolgere a questi pseudo-buonisti” in luogo di “buonisti”, il 9 *giugno*) e non mancano disfemie ed elementi di un registro popolare (il già citato “si pappavano 12 miliardi”, e l’espressione “sanno solo prendere schiaffi” ancora nel post del 17 *agosto*).

Dal punto di vista testuale i post presentano uno stile che si alterna tra lo scarno e qualche volta telegrafico, da una parte, e l’ipotattico e molto tecnico dall’altra, lasciando spazio comunque ad alcuni degli elementi tipici della comunicazione in rete: come l’uso di emoticon, di *hashtag* e anche di alcuni segnali discorsivi tipici del parlato (“TOH” nel titolo al post del 5 *luglio*). Non si trovano, nel campione, citazioni né momenti di esplicita intertestualità.

### 3.3.2. Esempi dal campione

*17 agosto ALTRO CHE CODICI, CON LA LEGGE Bonafede DEL MOVIMENTO 5 STELLE -80% DEGLI SBARCHI E L’ITALIA TORNA AI VALORI PRE-2011*

*Oggi l’Austria invia 70 militari al Brennero per coadiuvare le forze di polizia lungo la frontiera con l’Italia, giusto per ricordarci che l’Europa unita e solidale di cui sentiamo parlare ogni giorno non esiste. Da Bruxelles, al momento, nemmeno una parola. E il governo italiano viene messo sotto scacco un’altra volta, dopo il colpo di mano francese a Ventimiglia e contro Fincantieri. Di fronte a questi sviluppi, l’unica certezza è che Gentiloni e co. sanno solo prendere schiaffi. [...77 parole]<sup>27</sup> Intanto due giorni fa Frontex ha stimato a luglio un calo degli sbarchi in Italia pari al 57%, a dimostrazione del fatto che la controversa attività di alcune Ong costituiva, come ho sempre sostenuto, un pull factor (ovvero un fattore di attrazione) verso il nostro Paese. Tanto che recentemente gli sbarchi in Spagna sono quadruplicati. Se fossimo intervenuti nel 2016 non ci sarebbe stato questo enorme gap tra noi (180mila arrivi) e gli spagnoli (solo 8mila arrivi).*

*Questo primo grande risultato è stato ottenuto grazie al nostro pressing, che va avanti dall’aprile scorso. Sono dapprima andato personalmente a Bruxelles per incontrare il direttore di Frontex, poi al confine ligure per denunciare i respingimenti di Parigi. [...110 parole] Noi proponiamo soluzioni per il Paese, gli altri finora cos’hanno fatto?*

*16 agosto Da qualche giorno il Tour #ATuttaSicilia è in pausa, stiamo ricaricando le pile;) Ci rivediamo a Gela il 19 agosto. E da lì ricominceremo a girare la Sicilia in elettrico per raccontarvi la nostra idea di Paese.*

*Buona estate!*

*9 agosto Sul palco non ci sono solo tre colleghi, ci sono tre fratelli. Credetemi quello che fa la differenza nel Movimento 5 Stelle prima ancora dell’onestà, prima ancora del taglio degli stipendi, prima ancora della diversità d’approccio politico, è il fatto che ci vogliamo bene. Ed in una politica in cui si accoltellano negli stessi partiti l’uno con l’altro, qui c’è una forza politica che vuole il bene del Paese e condivide una tensione ideale che proverà a creare una rivoluzione gentile per cambiare tutto democraticamente.*

<sup>27</sup> Per non appesantire la trattazione, apportioniamo alcuni tagli, ma segnaliamo di volta in volta la quantità di parole eliminata.

*5 luglio TOH! ADESSO IL GOVERNO VUOLE FERMARE LE ONG.*

Il Die Welt poco fa ha pubblicato un retroscena in cui si legge che il governo italiano domani presenterà a Tallin, in occasione del vertice Ue, un Codice di condotta per le Ong che trasportano i migranti sulle nostre coste.

[...160 parole]

*29 giugno 12MILA MIGRANTI IN 48 ORE, LA MISURA È COLMA*

[...157 parole]

Poi ce n'è un secondo, che *voglio rivolgere a questi pseudo-buonisti* che per settimane hanno gridato allo scandalo quando il sottoscritto, riportando le parole di diversi procuratori della Repubblica (descritti dai media mainstream come dei mostri solo per aver avuto il coraggio di parlare, di dire che alcuni salvataggi erano poco chiari) ha invitato il governo a fare luce sull'operato di alcune Ong. Oggi a quanto pare gli stessi che allora si ergevano a paladini della retorica, mi riferisco al Pd e ad altri improvvisati opinionisti vicini al Pd, sembrano convergere sull'ipotesi di chiudere immediatamente i porti alle navi di soccorso delle Ong che non battono bandiera italiana. Cioè, un mese dopo aver criticato e condannato le nostre proposte provano a farle proprie, almeno a parole. Ridicoli. Falsi. Chiedeteci scusa.

[...159 parole]

La misura è colma. O l'Ue risponde e lo fa concretamente, oppure risponderemo noi una volta al governo. Chiudere la rotta mediterranea stringendo accordi bilaterali con i Paesi di transito oggi è una priorità assoluta. Così' come lo sono i ricollocamenti. *Senza se e senza ma.*

*21 maggio Sto arrivando a Canosa in piazza Vittorio Veneto.* Questa è un'altra foto della piazza di Polignano a Maria insieme a Maria La Ghezza candidata Sindaco.

*15 maggio Siamo ad Agropoli nel comune diventato famoso suo malgrado per l'esortazione di De Luca al sindaco ad offrire le frittiture di pesce per il Sì al referendum.*

### 3.4. Considerazioni conclusive sullo stile linguistico del campione del 2017

Riassumiamo innanzitutto gli aspetti quantitativi del campione. Per i post di Renzi, la lunghezza media dei periodi è di 14,7 parole, il vocabolario di base copre il 71,3% delle parole e l'indice di leggibilità è di 63,2. Per i post di Salvini, la lunghezza media dei periodi è di 11,9, il vocabolario di base copre il 63,2% dei testi e l'indice di leggibilità è di 69,4. Per i post di Di Maio, la lunghezza media dei periodi è di 19,3, il vocabolario di base copre il 63,5% dei testi e l'indice di leggibilità è di 56,9. Se osserviamo i dati in modo comparativo, notiamo che la pagina di Salvini è quella con il più alto grado di leggibilità, mentre quella di Di Maio sembra essere la più difficile da leggere; questi dati sono direttamente proporzionali alla lunghezza media dei periodi, secondo l'indice GULPEASE.

In sintesi, dall'analisi qualitativa possiamo invece dire che le scelte linguistiche delle tre pagine ricostruiscono un profilo comunicativo piuttosto coerente e quasi certamente molto consapevole: il lessico e la costruzione retorica dei post di Renzi propongono ai suoi seguaci una familiarità meditata e benevolente con qualche punta di affettazione paternalistica; il lessico, la grafia e la sintassi dei post di Salvini mostrano invece una

confidenza più istintiva con il lettore/elettore, in cui la schiettezza assume abbastanza spesso i contorni della brutalità (soprattutto per la scelta delle parole); la sintassi e il lessico impiegati nei post di Di Maio, infine, sono funzionali a esibire la padronanza di un linguaggio il più possibile tecnico, il quale dovrebbe garantire la credibilità della sua preparazione politica, ma che talora sfocia in un inattuale e non sempre impeccabile ‘politichese’.

#### 4. Il campione del 2013

##### 4.1. Silvio Berlusconi

(gennaio 2013: piace a 473178 persone. Aggiornamento agosto 2017<sup>28</sup>: piace a 975.471 persone, seguito da 949.084 persone)

Composizione del vocabolario	
Percentuale di lemmi appartenente al Vocabolario di Base (VdB):	80,7%
Ripartizione dei lemmi riconducibili al VdB rispetto ai repertori d'uso:	
Fondamentale:	84,6%
Alto uso:	11,1%
Alta disponibilità:	4,3%
Lunghezza media dei periodi (in token):	
	25,5
Lunghezza media delle parole (in caratteri):	
	5,0
GULPEASE	51,5

##### 4.1.1. Analisi dei testi

Per questa pagina, come per le altre del campione 2013, non è enfatizzata la scrittura in prima persona da parte del politico (Berlusconi stesso), e domina uno stile spesso molto impersonale (ad esempio i post del *12 gennaio* e del *16 gennaio*). Dal punto di vista tematico si possono riconoscere tre tipologie di post: *programmatici*, ovvero proposte di indirizzo di governo espresse perlopiù con assertività, in stile ricettario (‘per fare x, ci vogliono y,z,k’); *autocelebrativi*, ovvero elenchi dei successi ottenuti in diversi contesti, politici o mediatici, ma anche dichiarazioni esplicite delle proprie doti personali, di governo e di management; *critici*, ovvero imbeccate contro gli avversari politici e contro i media, talvolta in relazione alle personali vicende giudiziarie o, semplicemente, scandalistiche.

I post sono focalizzati perlopiù in prima persona, ma, anche se raramente, viene talora usato un ‘noi’ in riferimento alla dirigenza del partito. I post di solo testo sono

<sup>28</sup> In occasione dell’aggiornamento, abbiamo anche verificato la disponibilità dei testi citati qui come esempi del corpus, tutti ancora fruibili, quindi, sulle pagine ufficiali prese in esame.

mediamente di circa 40 parole (la media di parole per periodo è 25,5), mentre le didascalie ai post multimediali (pubblicazioni di video interviste e altro materiale propagandistico) sono piuttosto brevi (intorno alle 10 parole).

La parte più sostanziosa dei post si concretizza in note sugli accadimenti contemporanei, soprattutto legati alla presenza in sedi istituzionali o mediatiche di Berlusconi stesso, talvolta con trascrizione puntuale di domande e risposte. Più raramente troviamo considerazioni di carattere generale, svincolate dal contesto temporale. Anche laddove il riferimento sia alla vita privata del politico (*16 dicembre*) il registro linguistico impiegato è alto e istituzionale.

La lingua, di conseguenza, è quasi sempre piana e controllata, ma con la presenza di alcune marche espressive, soprattutto di ammiccamento (“i cosiddetti professori” del *13 gennaio*), e qualche raro errore di battitura (“distacco dal centrosinistra,,,” del *12 gennaio*). Dal punto di vista sintattico prevale la paratassi: la lunghezza media del periodo è infatti la più alta dell’intero corpus. Sono presenti alcuni post in stile nominale, ma a questi si affiancano però anche post che sembrano tolti da comizi, in pieno stile argomentativo politico. Di conseguenza l’indice di leggibilità (51,5) è il più basso del corpus. A livello morfosintattico è rilevante l’alternanza di tempi narrativi, imperfetto e passato remoto (*16 dicembre*).

Per ciò che concerne gli aspetti grafici, si segnala un’alternanza tra presenza e assenza del punto finale, quasi che alcuni post siano concepiti più come pezzi di discorso, per l’appunto, e altri come slogan.

Dal punto di vista lessicale, si segnala l’impiego di termini di un registro alto e tutt’altro che colloquiale (“sconquasso”, “diametralmente opposto”, “ventilato l’ipotesi”), nel contesto però di una percentuale di VdB più alta rispetto a quella di qualsiasi altra pagina analizzata (80,7%).

#### 4.1.2. Esempi dal campioneV

*16 dicembre* Le feste di Arcore non erano nulla di illegale, erano solo cene eleganti. Comunque, forse devo chiedere scusa a chi si è riconosciuto in me e lo chiedo volentieri.

*Era un periodo particolare*, in cui mi sentivo solo: avevo divorziato, mia madre era morta, mia sorella pure e i miei figli erano in giro per il *mondo...e* allora qualcuno *mi disse* di distrarmi con alcune serate e *sono caduto nel tranello costruito dalla magistratura milanese*, cose che in una democrazia civile non dovrebbero accadere.

*16 gennaio* La politica del rigore applicata a un’economia già in difficoltà come la nostra, ha prodotto lo *sconquasso* che tutti vediamo. Occorre cambiare *diametralmente* questa politica e l’unico modo per ridurre la pressione fiscale è tagliare la spesa pubblica improduttiva.

*15 gennaio* Domattina sarò ospite di “Radio anch’io”, in onda dalle 9 alle 10 su Rai Radio Uno.

13 gennaio Siamo 7-8 punti indietro rispetto alla sinistra. Qualcuno ha *ventilato l'ipotesi*, forse troppo ottimista, che dopo Santoro abbiamo guadagnato 5 punti: saremmo solo a 2 punti di distacco dal *centrosinistra*,,,e ci sono ancora 40 giorni di campagna elettorale.

12 gennaio Bisogna fare un dietrofront assoluto rispetto alla politica di austerità del governo dei *cosiddetti professori* ed andare verso una politica nuova, per sostenere la crescita e lo sviluppo.

Per questo proponiamo di detassare per 3-5 anni le aziende che assumono i giovani.

#### 4.2. Pierluigi Bersani

(gennaio 2013: piace a 102.462. Aggiornamento agosto 2017: piace a 197.329 persone, seguito da 191.721 persone)

Composizione del vocabolario		
Percentuale di lemmi appartenente al Vocabolario di Base (VdB):	76,4%	
Ripartizione dei lemmi riconducibili al VdB rispetto ai repertori d'uso:		
Fondamentale:	79,6%	
Alto uso:	16,8%	
Alta disponibilità:	3,5%	
Lunghezza media dei periodi (in token):		
	18,8	
Lunghezza media delle parole (in caratteri):		
	4,8	
GULPEASE		
	58,1	

##### 4.2.1. Analisi dei testi

I post della pagina di Pierluigi Bersani compresi nel campione che abbiamo analizzato sono pochi (28) e sono sempre piuttosto brevi. Dal punto di vista quantitativo, quindi, è la pagina più povera tra quelle che abbiamo preso in considerazione, sia nel primo che nel secondo campione.

Dal punto di vista tematico, il contenuto dei post è di vario tipo. Ma si tratta soprattutto di annunci di presenze televisive o di incontri istituzionali, di fianco ad alcune semplici indicazioni programmatiche di carattere propagandistico come l'annuncio dell'apertura ufficiale della campagna politica. La sola indicazione apparentemente meno istituzionale è l'annuncio della scelta di un brano di Gianna Nannini (*Inno*) come colonna sonora ufficiale del partito (16 gennaio).

Per quel che riguarda gli aspetti linguistici, dal punto di vista della focalizzazione dei testi, domina la prima persona singolare con alcuni post che sembrano quindi essere pubblicati direttamente da Bersani, di fianco però a post in terza persona (11 gennaio) tolti evidentemente da altri contesti più tradizionali, come il comunicato stampa.



Si tratta di post non sempre sorvegliati dal punto di vista grafico. Troviamo sviste di tipo ortografico (manca l'accento in "trentatre" il 6 gennaio, e c'è un refuso – "seve" in luogo di 'serve' – il 9 gennaio), e una interpunzione oscillante tra la presenza e l'assenza del punto finale.

Per ciò che concerne la sintassi, inoltre, si osserva innanzitutto una lunghezza media per periodo non bassa: 18,8, il che abbassa l'indice di leggibilità. L'uso della punteggiatura non è sempre sorvegliato, soprattutto per ciò che concerne le pause forti; in proposito sono frequenti le coesioni per asindeto. Ad esempio nel post del 3 gennaio: "Ho incontrato Matteo Renzi, siamo un grande partito"; ma troviamo lo stesso meccanismo nel post del 16 gennaio ("Il nuovo disco di Gianna Nannini è bellissimo, ho scelto la sua canzone") e in quello dell'11 gennaio (rimediare a ciò che di poco 'giusto' c'è nel presente, essere in grado di fare tutto ciò che è 'giusto' per il futuro"). Di conseguenza, domina uno stile paratattico, con poche eccezioni di coesione paratattica (ad esempio nel post del 6 gennaio).

Dal punto di vista lessicale non ci sono fenomeni di rilievo e domina l'uso di parole semplici ascrivibili per il 76,4% al VdB della lingua italiana.

#### 4.2.2. Esempi dal campione

*16 gennaio* Il nuovo disco di Gianna Nannini è bellissimo, ho scelto la sua canzone "Inno" e da domani accompagnerà il PD.

*11 gennaio* Da domani parte *la campagna del Pd e di Bersani candidato per il centrosinistra* alle elezioni politiche del 24 e 25 febbraio.

Un grande partito popolare che si candida a governare il Paese in un momento difficile e complesso come questo, deve avere due obiettivi principali: rimediare a ciò che di poco "giusto" c'è nel presente, essere in grado di fare tutto ciò che è "giusto" per il futuro. Per questo "L'Italia giusta", *l'Italia* che bisogna costruire e a cui gli italiani hanno diritto.

La campagna del Pd si svilupperà su più piani. Un impegno senza precedenti sarà dedicato al web. Saranno migliaia infatti i volontari digitali del Pd che ogni giorno saranno coinvolti sulla rete, anche per organizzare in modo capillare la campagna sul territorio, seggio per seggio.

*9 gennaio* Sull'Imu *seve* una maggiore progressività e resti una quota maggiore ai Comuni

*7 gennaio* Stasera alle 20.30 sarò ospite di Otto e Mezzo su LA 7

*6 gennaio* *Trentatre anni* fa la mafia uccideva Piersanti Mattarella. Lo ricordiamo con ammirazione e riconoscenza. Oggi la sua testimonianza è stata raccolta da tanti amministratori impegnati nella lotta alle mafie. Non verranno lasciati soli

*3 gennaio* *Ho incontrato Matteo Renzi, siamo un grande partito*, un collettivo che trova una sintesi e che non è attaccato ad una persona sola

*17 dicembre* *Oggi a Roma ho incontrato Abu Mazen, siamo vicini a chi vuole la pace, serve un'Europa più protagonista.*

### 4.3. Beppe Grillo

(gennaio 2013: piace a 1.019.429 persone. Aggiornamento agosto 2017: piace a 1.989.634 persone, seguito da 1.811.386 persone)

Composizione del vocabolario		
Percentuale di lemmi appartenente al Vocabolario di Base (VdB):	62,5%	
Ripartizione dei lemmi riconducibili al VdB rispetto ai repertori d'uso:		
Fondamentale:	70,3%	
Alto uso:	23,4%	
Alta disponibilità:	6,2%	
Lunghezza media dei periodi (in token):		
	14,2	
Lunghezza media delle parole (in caratteri):		
	5,3	
GULPEASE	60,1	

#### 4.3.1. Analisi dei testi

Dal punto di vista quantitativo la pagina di Beppe Grillo si trova agli antipodi rispetto a quella di Bersani. In un solo giorno troviamo a volte più post di quanti ne sono stati pubblicati mensilmente su altre pagine: ad esempio, dalla nostra osservazione risulta che il 16 gennaio su questa pagina siano stati pubblicati 38 post (a fronte di una media giornaliera, più contenuta ma comunque altissima, di 22,16 post); e in una settimana, dal 10 al 16 gennaio, 171 post. Il numero di commenti, lasciati dall'allora milione abbondante di fan (oggi raddoppiati), non è però proporzionale: rispettivamente 5676 commenti, per il giorno in questione, e 36590 per la settimana. Numeri in questo caso non altissimi, spiegabili con il fatto che i moltissimi post frammentano anche la distribuzione dei commenti.

Dal punto di vista testuale, innanzitutto si osserva una certa alternanza nella focalizzazione del narratore, che è talvolta 'Io-Grillo', altre volte 'Noi-staff' che parla di lui (Grillo) anche in terza persona.

Alcuni post sono titolati, e altri sono essi stessi titoli di articoli del famoso blog, ovviamente con link di rimando al pezzo integrale. Altri ancora sono poi citazioni di ulteriori testi. In taluni casi, gli stessi post vengono ripetuti varie volte nella stessa giornata. Sono frequenti anche messaggi di descrizione e promozione dei candidati.

I post comprendono praticamente sempre un materiale multimediale (un link, una foto o un video). Contrariamente alle altre pagine, dunque, sono pressoché inesistenti i post di sola scrittura verbale. Anche i materiali multimediali sono spesso sarcastici nei confronti degli avversari politici. Compaiono tantissime fotografie, di Monti e Bersani soprattutto, talvolta ritoccate con intenti derisori. Cosa, questa, del tutto assente dai campioni delle altre pagine. Ad esempio, il post dell'8 gennaio presenta una fotografia ritoccata con intenti

caricaturali, e il contenuto (come si può vedere nel campione qui sotto) è di carattere ferocemente metalinguistico.

Per ciò che concerne lo stile linguistico, si tratta di post molto differenti rispetto a quelli dei politici più tradizionali. Spesso sono decisamente irridenti e sono scritti con un linguaggio distante da quello delle altre pagine. Si tratta cioè di uno stile più disinvolto, soprattutto rispetto al panorama del 2013. Su questa pagina, infatti, le scelte lessicali non sembrano appropriate a un discorso politico neppure informale (com'erano invece sia quelle di Berlusconi che quelle di Bersani), ma sembrano più facilmente ascrivibili al linguaggio della satira ("bimbominkia" nel post dell'8 gennaio). Troviamo anche qualche refuso, persino nei testi più ufficiali e teoricamente più sorvegliati come l'"Agenda Grillo" (del 28 dicembre).

Se la cifra comune alle pagine degli altri politici era in fondo una lingua meditata, talora troppo, in questo caso, sul piano retorico, osserviamo invece una spontaneità un po' acre mista a una pressoché costante *ironia* di inclinazione satirica (il ricorrente "buffonarie" invece di "primarie", ad esempio nel post del 29 dicembre).

Dal punto di vista lessicale tale stile non è esente da diffeomie né da un certo *giacobinismo* ("Italia alla fame" titola il post del 30 dicembre) talora semplicistico (come l'espressione certamente approssimativa del 28 dicembre, "semplificazione dello stato"), il che abbassa al 62,5% la percentuale del VdB. Sempre dal punto di vista lessicale, sono presenti aggettivi iperbolici ("micidiale" e "indimenticabile" nel post del 31 dicembre), e oltretutto neologismi diffeomici (il "bimbominkia" già citato) e tecnologici, per esempio nel post dell'8 gennaio ("twitta").

Anche la sintassi, così come la grafia (la spaziatura in "wow" sempre dell'8 gennaio e quella del titolo del 30 dicembre) non è sempre controllata, a riprova di una scrittura generalmente meno sorvegliata.

#### 4.3.2. Esempi dal campione

8 gennaio Il *bimbominkia* è autoreferenziale, il suo nome compare *in caratteri da scatola di tonno* sul simbolo di partito, cultore del cattivo gusto, estetico e lessicale, dedito all'abuso di "wow" quando twitta: <http://goo.gl/kzEZF>

1 gennaio Buon 2013! Ecco il mio video discorso di fine anno: <http://goo.gl/AWzJZ>

31 dicembre Nel 2013 il suo obiettivo è di vincere le elezioni e restituire la democrazia a questo Paese. Buon anno a tutti. *Sarà speciale, sarà micidiale, sarà un anno indimenticabile.* L'importante è esserci per cambiare l'Italia.

30 dicembre *L'Italia alla fame*

*Il blog si è recato* alla mensa della Caritas a Milano, a due passi dalla grande statua di San Francesco posta all'inizio di corso Indipendenza. Ogni giorno la coda fuori dalla mensa di chi non può permettersi un pasto aumenta e se, fino a un anno fa, la maggioranza era composta da stranieri, comunitari e extracomunitari, oggi gli italiani sono in maggioranza. Abbiamo raccolto alcune

testimonianze, tutte dignitose, dei nuovi poveri, degli esclusi, di un esodato, di un egiziano, di un ex imprenditore, di un brasiliano tra i 4.000 che sfilano fuori dai cancelli ignorati dai passanti.

29 dicembre La Finocchiaro, a Taranto per le *buffonarie* del pdmenoelle, è stata accolta così: <http://goo.gl/x2LzX>

28 dicembre AGENDA GRILLO

1. Legge anticorruzione
2. Reddito di cittadinanza
3. Abolizione dei contributi pubblici ai partiti (retroattivi da queste elezioni)
4. *Abolizione immediato* dei finanziamenti diretti e indiretti ai giornali
5. Introduzione del referendum propositivo e senza quorum
6. Referendum sulla permanenza *nell'euro*
7. Obbligatorietà della discussione di ogni legge di iniziativa popolare in Parlamento con voto palese
8. Una sola rete televisiva pubblica, senza pubblicità, indipendente dai partiti
9. Elezione diretta dei candidati alla Camera o al Senato
10. Istituzione di un politometro per la verifica di arricchimenti illeciti da parte della classe *politica negli ultimi vent'anni*
11. Massimo di due mandati elettivi
12. Legge sul conflitto di interesse
13. Misure immediate per il rilancio della piccola e media impresa sul modello francese
14. Ripristino dei fondi tagliati alla Sanità e alla Scuola pubblica con tagli alle Grandi Opere Inutili come la Tav
15. Informatizzazione e *semplificazione dello Stato*
16. Accesso gratuito alla Rete per cittadinanza

26 dicembre "Volete davvero pagare 2 euro per farvi prendere per i fondelli: <http://goo.gl/8T6mt>?"

#### 4.4. Considerazioni conclusive sullo stile linguistico del campione del 2013

Riassumiamo gli aspetti quantitativi anche di questo campione. Per i post di Berlusconi, la lunghezza media dei periodi è di 25,5 parole, il vocabolario di base copre l'80,7% dei testi e l'indice di leggibilità è di 51,5. Per i post di Bersani, la lunghezza media dei periodi è di 11,9, il vocabolario di base copre il 76,4% dei testi e l'indice di leggibilità è di 58,1. Per i post di Grillo, la lunghezza media dei periodi è di 14,2, il vocabolario di base copre il 62,5% dei testi e l'indice di leggibilità è di 60,1. Il dato interessante, in relazione al campione precedente, è un indice di leggibilità medio più basso di quasi 7 punti: 56,6 del campione del 2013 contro 63,2 del campione del 2017.

Parallelamente a quanto abbiamo fatto per il campione più recente, anche in questo caso definiamo in modo sintetico gli aspetti qualitativi dello stile linguistico delle tre pagine. In tutte e tre si osserva una profilazione non compiuta, che alterna la prima persona singolare ad altre focalizzazioni: l'effetto è negativo poiché rompe, nel lettore, l'impressione di una scrittura autonoma da parte del politico, e quindi quella di una comunicazione real-

mente orizzontale. La scrittura di Berlusconi, in particolare, nel 2013 esprime forse il lato meno brillante della sua comunicazione politica, con uno stile troppo istituzionale e quindi non sempre di facile lettura per la comunicazione sui social network: persino nei casi in cui affronta le proprie vicende personali. Bersani, benché usi un linguaggio lessicalmente più semplice, propone però una comunicazione spesso troppo povera quantitativamente, e quindi con poche possibilità di emergere nel flusso comunicativo di FB, poiché offre di fatto pochi spunti di commento agli utenti. Di contro, Grillo tende a una tale ipertrofia di interventi, da frammentare e di fatto disperdere, ancora una volta, l'orizzontalità peculiare della sua comunicazione social, comunque difficilmente ascrivibile al registro stilistico e lessicale della politica.

### 5. Considerazioni linguistiche generali sui post

Passiamo ora ad alcune considerazioni generali sui post (in questo paragrafo) e sui commenti (nel prossimo paragrafo). Iniziamo con una osservazione di carattere genericamente comunicativo, utile però a inquadrare soprattutto i profili linguistici delle pagine che abbiamo analizzato. In uno studio sulla presenza mediatica dei politici italiani, Giovanna Cosenza<sup>29</sup> evidenziava, nel 2012, una diffusa 'inadeguatezza' rispetto alle nuove modalità di comunicazione. Le ragioni, che noi qui riportiamo immediatamente al piano più strettamente linguistico e sociolinguistico, erano le seguenti:

1. L'autoreferenzialità di comunicatori incapaci di entrare davvero in relazione con i cittadini. Per ciò che concerne la lingua, l'incapacità di impostare la comunicazione come un vero e proprio dialogo (fatto anche di risposte), e quindi di scegliere uno stile personale e riconoscibile da diversi destinatari, più che ricalcare i *cliché* della comunicazione propagandistica tradizionale.
2. L'incapacità di adattarsi alle novità multimediali della comunicazione. Rispetto alla lingua, la difficoltà di misurarsi con la pluralità di codici coinvolti nei nuovi mezzi di comunicazione del messaggio politico in rete, che richiede un uso differente della quantità e della qualità del codice linguistico – e cioè una più ampia consapevolezza semiotica – come sfondo necessario per la gestione del linguaggio verbale in rapporto con immagini, video etc. L'incapacità di scegliere il linguaggio adatto ai nuovi interlocutori.
3. Linguisticamente, l'inesperienza nell'impostazione del registro (lessicale, sintattico e testuale) e del discorso in rete (la scelta delle immagini metaforiche con cui descrivere il proprio pensiero, e la lacunosità o l'inesistenza del 'racconto privato') in relazione a una pluralità di lettori diversi da quelli della carta stampata e dai telespettatori.

A corollario di tutto questo si aggiunga un'osservazione del sociologo della comunicazione Boccia Artieri, il quale notava che "le narrazioni medialci ci rendono familiare il processo

<sup>29</sup> Cfr. G. Cosenza, *Spotpolitik. Perché la "casta" non sa comunicare*, Laterza, Roma/Bari 2012.

di osservazione di secondo ordine poiché impariamo a guardare come gli altri guardano il proprio agire<sup>30</sup>. E così l'utente osservava l'incapacità dell'altro (in questo caso il politico) che non sa osservarsi; e, di conseguenza, la comunicazione falliva non solo perché i contenuti – indipendentemente dalla loro bontà – non arrivavano al cittadino, ma anche perché il cittadino seguiva consapevolmente, e spesso disdegnava, i meccanismi anche linguistici di questo fallimento.

Punto per punto, tutto questo sembra emergere dall'analisi del campione del 2013, sembra invece piuttosto cambiato osservando il nuovo campione, tanto che nessuna di queste osservazioni può essere considerata totalmente valida per i politici su FB nel 2017.

La principale novità rispetto al 2013, anzi, è che nel 2017 la comunicazione appare tendenzialmente (per due pagine su tre) meglio personalizzata<sup>31</sup>, e quindi molto più efficace, perché peculiare rispetto al mezzo. Sembra compiuo insomma, nelle pagine di Renzi e di Salvini, quello che molti anni fa, con grande fortuna, Giuseppe Antonelli definì, a proposito della lingua dei nuovi politici, il passaggio dal “paradigma della superiorità” a quello del “rispecchiamento”<sup>32</sup>: il linguaggio politico tradizionale proponeva infatti una asimmetria anche linguistica tra politico e cittadino; viceversa, per il paradigma più recente, il cittadino deve riconoscere una prossimità, anche per quello che riguarda la lingua, tra sé e il politico. Nei post di Renzi e Salvini osserviamo, innanzitutto, che i contenuti politici si alternano sempre di più a post del tutto legati al vissuto personale. Quindi, non più solo momenti istituzionalmente significativi, ma veri e capillari documenti di quotidianità: come si è visto, le abitudini alimentari, la villeggiatura etc. Su questo punto il linguaggio di Di Maio è invece più tradizionale, per le ragioni che abbiamo esposto. Sullo sfondo di queste considerazioni resta oltretutto anche l'evidenza quantitativa della differenza di leggibilità media, più basso di quasi 7 punti: i 56,6 del 2013 a fronte dei 63,2 del 2017.

Se nel 2013 trovavamo post in terza persona o focalizzati sulla dirigenza del partito, per tutte e tre le pagine del 2017 la profilazione è molto più alta e l'identificazione del politico intestatario della pagina è completa. Insomma, si tratta di testi che sono (o che sembrano) scritti di proprio pugno da parte del politico, e che di conseguenza presentano sempre meno le caratteristiche di una comunicazione istituzionale e sempre di più le caratteristiche dell'italiano digitato da parte di un cittadino comune.

Venendo al rapporto tra la lingua delle pagine analizzate e l'immenso spazio linguistico dell'italiano in rete, possiamo osservare che ‘dalla periferia al centro’ di tale spazio sembrano passare – anche attraverso i post – alcune espressioni peculiari della comunicazione elettronica dei social network. Ci riferiamo, ad esempio, all'incipit con il connettivo pragmatico (“E poi...”, Renzi, il 5 agosto), oppure con l'aggettivo e la copula sottintesa (“Orgoglioso di...”, ancora Renzi, il 20 maggio). Ricorrono inoltre, in questi post, quelle frasi formulari

<sup>30</sup> G. Boccia Artieri, *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (social) network society*, Franco Angeli, Milano 2012, p. 52.

<sup>31</sup> Sul tema della personalizzazione cfr. ancora G. Cosenza, *Spotpolitik. Perché la “casta” non sa comunicare*, cap. 2.

<sup>32</sup> Questa ipotesi è ora discussa in G. Antonelli, *Volgare eloquenza*. Su questi aspetti generali sono anche importanti i lavori contenuti nella recente raccolta di saggi, *L'italiano della politica e la politica per l'italiano: atti del 11. Convegno ASLI* (Napoli, 20-22 novembre 2014), R. Librandi – R. Piro ed., Cesati, Firenze 2016.

della comunicazione divulgativa sui social network come il “fate girare” spesso impiegato da Matteo Salvini (ad esempio nel post del 5 luglio). Sempre in questa direzione, deve essere anche ricordato l’uso dell’*hashtag* su elementi lessicali anche sintatticamente integrati e quindi con una funzione al contempo metalinguistica (di indicizzazione) e linguistica.

Più in generale, del resto, nei post del nostro corpus, dal punto di vista linguistico, è presente solo parte di ciò che è caratteristico della scrittura in rete<sup>33</sup>, con poche differenze significative tra le due rilevazioni.

Sono attestati in tutto il corpus, per la grafia, l’uso di abbreviazioni (soprattutto nei commenti), l’impegno di *emoticon*, qualche abuso dei puntini di sospensione e un impiego piuttosto frequente del maiuscolo/urlato. Il che conferma quanto sostiene Spoladore in una ricerca linguistica analoga su un altro corpus:

i tratti più estremi, come i simboli da intendersi endofasicamente, non trovano ancora posto nei tweet e nei post, a differenza di quanto accade nelle chat e nei forum, popolati da utenti giovani ed in età scolare<sup>34</sup>.

Osservando la morfologia le peculiarità davvero significative, nel 2017, sono riducibili all’integrazione sintattica di parole precedute da *hashtag* e alla deformazione di parole con intenti di mimesi del parlato (“Bastaaaa”).

Dal punto di vista della sintassi, invece, si nota una perenne significativa influenza del linguaggio giornalistico, che si esprime soprattutto nell’uso frequente di frasi nominali e interrogative presentative come elementi di mimesi del parlato dialogato; in generale, non vi è una significativa preponderanza né dell’ipotassi né della paratassi, sebbene siano usate di preferenza in singole pagine: cioè, ad esempio i post di Salvini sono quasi sempre paratattici, mentre i post di Di Maio sono spesso ipotattici; come si è visto, allo stesso modo i post di Berlusconi erano più ipotattici di quelli di Grillo.

Quanto al *lessico*, si segnalano pochi neologismi (Grillo), qualche tecnicismo (Di Maio) e l’uso del linguaggio metaforico<sup>35</sup> con qualche fortuna dei più consueti bacini lessicali come quello sportivo; più diffuso e più significativo è l’impiego di un lessico colloquiale, non alto, anche in post di comunicazione meno personale e più istituzionale (in particolare, sulla pagina di Salvini).

A livello testuale e di costruzione retorica, nel campione del 2017, la lingua della comunicazione è sempre più correttamente legata al modello politico proposto, certamente a discapito di una presunta autorità anche formale del discorso. In tal senso, se vi sono dei margini di autoreferenzialità sono perfettamente intenzionali e si rispecchiano nei termini di una certa coerenza stilistica che riflette comunque la profilazione della pagina. Il livello di multimedialità e l’efficacia della componente verbale in relazione ai contenuti non

<sup>33</sup> Cfr. G. Antonelli, *L’italiano nella società della comunicazione 2.0*.

<sup>34</sup> D. Spoladore, *La comunicazione politica sui social network: un’analisi linguistica*, “ItalianoLinguaDue”, 1, 2014, p. 213.

<sup>35</sup> Cfr. F. Rigotti, *Il potere e le sue metafore*, Feltrinelli, Milano 1992 e Ead., *Metafore della politica*, Il Mulino, Bologna 1989.

verbali, infine, è altissimo, il che testimonia anche una raggiunta adeguatezza rispetto alle potenzialità tecnologiche del mezzo<sup>36</sup>.

Venendo a una considerazione di tipo intertestuale, un aspetto che relativizzava, senza però ridurlo, il peso dell'intero volume di comunicazione politica su FB era, nel 2013, il seguente: il rapporto tra politica italiana e social network doveva tenere costantemente conto anche della relazione con i vecchi media, la stampa e soprattutto la televisione. Proprio questi erano infatti ancora centrali nella determinazione dei contenuti e del successo mediatico in rete, quasi come se fossero i palchi ufficiali per i diversi personaggi politici: insomma, era ancora la base di dichiarazioni rilasciate alla stampa cartacea o di apparizioni televisive a innescare, poi, l'immenso spazio di conversazione quotidiana e quello di costruzione ed evoluzione dell'opinione pubblica sui nuovi media.

Anche questo aspetto, nel 2017, sembra assai mutato, e in molti casi invertito. Sempre di più sono i giornali e la televisione a riportare in seconda battuta le vicende comunicative di FB o Twitter, come chiunque può verificare facendo un'indagine con il motore di ricerca interno di qualsiasi quotidiano *on line*. Ad esempio, facendo una ricerca su *Repubblica.it* si può constatare che gli articoli che riprendono eventi comunicativi su FB nel periodo di tre mesi del secondo campione indagato sono 3.298. Quello del 2013 era invece un momento di transizione, di ingresso nell'universo mediatico dei nuovi mezzi, i quali solo in tempi più recenti hanno assunto, ci pare di poter sostenere, un ruolo primario rispetto ai vecchi.

Dal punto di vista *tematico*, infine, abbozziamo qui, invece, una categorizzazione, per ciò che concerne i temi dei post delle pagine che abbiamo analizzato, valida nello stesso modo per le due parti del corpus, sebbene con i diversi equilibri di cui si è già detto:

- post di sintesi di programmi, iniziative e risultati politici;
- post di promozione di iniziative istituzionali;
- post di comunicazione di comparizioni mediatiche, soprattutto televisive;
- post di commento a vicende di cronaca, politiche, giudiziarie, nazionali e internazionali;
- post di promozione di candidati diversi da quelli a cui è dedicata la pagina;
- post di critica alle linee politiche o alle vicende personali degli avversari;
- post celebrativi e commemorativi;
- post che riguardano eventi personali e familiari;
- post di saluto o ringraziamento agli utenti.

## 6. Considerazioni linguistiche generali sui commenti

Veniamo infine ai commenti ai post, specificando da subito che si tratta certamente di un terreno che discutiamo un po' a margine rispetto a quello dei testi redatti dagli amministratori della pagina, ma che possiamo ugualmente provare ad affrontare limitandoci ad alcune osservazioni orientative.

<sup>36</sup> La sempre più spiccata natura multimediale delle pagine dei leader politici è un dato che si conferma del resto anche a livello globale. "The total number of photo posts being shared by world leaders is far greater than link posts and simple status updates combined, clearly demonstrating the visual nature of communications on Facebook" (*World Leaders on Facebook study*, p. 12).



Partiamo, come abbiamo fatto per i post, proprio da alcune considerazioni generali. Pur nella incontrollabile varietà linguistica dei commenti, è possibile rilevare tre caratteristiche comuni alla scrittura dei cittadini sui social network e certamente su FB.

1. La ‘velocizzazione’ dei tempi di produzione del testo scritto. Ciò spinge a un minore controllo formale e anche a una funzione della scrittura sempre meno ‘epistemica’ e sempre più classificabile come espressione immediata del pensiero (con tutti i tratti dell’influenza del registro orale e della *mimesi* del parlato tipici della “conversazione in rete”<sup>37</sup>).
2. Il cosiddetto *whateverism* linguistico<sup>38</sup>, che implica una certa trasformazione dei parametri di accettabilità del testo scritto e che influenza il concetto stesso di pianificazione linguistica a tutti i livelli (ortografico, sintattico, lessicale etc.).
3. La mancanza di rettificazione, che è direttamente conseguente al *whateverism* linguistico. In base a tale fenomeno, già documentato come caratteristica peculiare della scrittura sui social network (e differenziante rispetto ad altre scritture digitali), gli scriventi, pur consapevoli di un errore, tendono a correggerlo meno di quanto non succeda, ad esempio, nella scrittura di email – percepite come medium più conservativo e per questo legato a un uso più sorvegliato della lingua<sup>39</sup>.

Come conseguenza di tutto questo, una cifra comune a un grande numero di commenti è la mancanza di rispetto per la norma linguistica della scrittura, in ordine alle convenzioni elementari della grafia (spaziatura e maiuscole) e alle più basilari regole morfologiche e sintattiche. È interessante tuttavia distinguere subito, anche se solo a livello di ipotesi, di fianco agli innumerevoli casi di reale mancanza di rettificazione, un certo numero di commenti rispetto ai quali si ha l'impressione di uno stile cercato e costruito, con intento espressionistico e canzonatorio. Di seguito, quattro esempi di reale mancanza di revisione e correzione, e uno invece di *mimesi* di tale stile trascurato:

*Utente, 18 gennaio (pagina di Berlusconi)* fatevi infinocchiare dda un incapace rovina italia di nomesilvio

*Utente, 31 dicembre (pagina di Grillo)* Non riesco a vedere ne video,ne entrare nel Blog, ne sul sito del movimento 5S come mai? mi puzza

*Utente (1), 5 luglio (pagina di Salvini)* Grande Matteo! Purtroppo da quando il potere è finito illegittimamente nelle mani di quei incompetenti traditori del Pd,l’Italia ormai è diventata la discarica dei rifiuti di tutto il mondo.

*Utente (2), 5 luglio (pagina di Salvini)* ti hanno criticato perche non eri ad ascoltare junker forse non hanno capito che se si vuol ascoltare un ubriaco si va in osteria bravo Salvini

<sup>37</sup> F. Orletti, *Conversazioni in rete*, in *Scrittura e nuovi media*, F. Orletti ed., pp. 113-132.

<sup>38</sup> Cfr. M. Tavasani, *L'italiano del web*, p. 94.

<sup>39</sup> A. Lovari – Y. Martari, *Scrivere per i social network*, pp. 67-70.

*Utente, 16 agosto (pagina di Renzi)* Ammiocuggino non trova lavoro1!!!1 dov è la cresxita?11!!!111<sup>40</sup>

Se i punti 1-3 sembrano ugualmente validi tanto per il campione del 2013 quanto per quello del 2017, a essi si deve aggiungere un quarto punto, più evidente nel secondo campione. La messe sterminata di produzioni scritte ha fatto sì che una certa attenzione e valutazione della qualità della scrittura sia divenuta molto più che marginale. Anche tralasciando il fenomeno dei cosiddetti *grammar nazi*, come ha recentemente osservato Trifone:

le petulanti frecciate mediatiche della grande comunità virtuale portano tonnellate di acqua al mulino dell'attenzione per la lingua, mostrando che internet contiene dentro di sé – insieme con un'infinità di cose belle e brutte, buone e cattive – anche gli anticorpi del discernimento<sup>41</sup>.

Ci pare in effetti che oggi, ancor più che nel 2013, il terreno di discussione metalinguistico sia piuttosto frequentato nei commenti degli utenti. E che la scorrettezza linguistica, quando riconosciuta, diventi spesso uno stigmatizzato oggetto di scherno. Occorre però osservare che spesso anche i commenti in cui si rilevano le pecche linguistiche di altri utenti sono tutt'altro che esenti da imprecisioni grammaticali.

Facciamo solo due esempi significativi. Nel primo caso osserviamo un utente molto attento che segnala sulla pagina di Matteo Renzi la mancata correzione di un refuso, condividendo poi anche il post sulla propria pagina personale. Nel secondo invece leggiamo una critica linguistica da parte di un commentatore verso un altro commentatore, con esiti involontariamente comici.

*Matteo Renzi, 1 giugno* Ho visto personalmente l'impegno degli Stati Uniti di Obama per l'accordo sul clima di Parigi. Sono stato testimone della meticolosa passione con furono negoziati i dettagli con Cina, India, Unione Europea. Vedere Trump oggi bloccare quel lavoro fa stringere il cuore. Fa male a noi, fa male ai nostri figli.

*Utente, 2 giugno* Ok, non è covfefe. E quel che dice è sacrosanto. Ma manca un "cui" ormai da ieri. Possibile che gli staff non correggano? Oppure la seconda: detestano il capo e si guardano bene dal segnalare....

*Utente (1), 17 agosto (pagina di Di Maio)* Gigino non ti devi preoccupare che il governo. troverà le soluzioni voi continuate i vostri viaggi con rimborso a spese delli italiani

*Utente (2) 18 agosto, risposta a utente (1)* Degli italiani, torna a scuola va che è meglio

<sup>40</sup> Da notare, in quest'ultimo esempio, l'aggiunta dell'espedito grafico della ripetizione del segno di interpunzione esclamativo '!', disordinatamente confuso con il numero '1' a indicare, in modo derisorio, la rabbia del commentatore *bater* – il quale, a causa dell'enfasi, non riuscirebbe a digitare correttamente. Si tratta di un *cliché* stilistico spesso attribuito, in rete, ai commentatori del Movimento Cinque Stelle.

<sup>41</sup> P. Trifone, *Pocoinchiostro. Storia dell'italiano comune*, Il Mulino, Bologna 2017, p. 211.

In entrambi i campioni possiamo notare che quella del commento si conferma come una delle logiche di scrittura dominanti nella produzione scritta sui social network<sup>42</sup>. Ovvero, si osserva una certa predominanza, tra i diversi ambiti funzionali della scrittura, del tipo di testo commentativo, e la costituzione di piccoli gruppi dialoganti, i quali realizzano delle vere e proprie comunità di commento. I commentatori possono dunque essere considerati, nelle pagine pubbliche come quelle dei politici, alla stregua di comunità di discorso più o meno transitorie che si sviluppano in calce ai singoli post, costituendo dei *thread* di comunicazione particolare (legata al topic del post) o generale (slegata dal topic).

I commenti, quindi, si possono suddividere in due grandi macrocategorie: quelli pertinenti (*on-topic*) con il contenuto del post e quelli decontestualizzati (*off-topic*). In entrambe possiamo poi distinguere i seguenti tipi tematici:

- commenti di rimprovero e irrisione;
- commenti di assenso e incoraggiamento;
- commenti di intimidazione (più o meno bonaria) e provocazione;
- commenti interlocutori e di suggerimento;
- commenti dialogici tra gli utenti.

Nel nostro corpus, è significativa la presenza di commentatori fissi, sia tra i propugnatori che tra i detrattori, soprattutto militanti del Movimento 5 Stelle, ma anche tra quelli del Partito Democratico; esibiscono spesso un *avatar* ‘ufficiale’ col simbolo del gruppo, o persino un *nickname* (“Lidia Cinquestelle”) e sono peraltro onnipresenti anche sulle pagine degli altri politici (“Tanto vi cacteremo tutti...stiamo arrivando!!! W M5S!!!” sulla pagina di Bersani, 7 gennaio).

È notevole anche il fatto che si attestino risposte da parte del titolare della pagina (e/o autore dei post) ai commenti degli utenti, in 2 su 3 delle pagine del campione più recente. Ad esempio:

*Utente, 31 maggio* Non guardo neanche...questa legge, pensata, elaborata e scritta con i piedi, ha creato semmai solo maggior precariato...non aggiungo altro perchè potrei risultare solo poco educata...

*Matteo Renzi, 31 maggio* Non è così. Potrebbe semplicemente risultare poco sincera. Perché questa legge è scritta bene e ha creato oltre 800mila posti di lavoro.

Questo dato contraddice altri studi che lamentano invece proprio l’assenza di interattività sulle pagine di FB, come quelli di Antoniacci<sup>43</sup> e di Spoladore; quest’ultimo nota che: “sebbene i commenti dei lettori non manchino, la dimensione di interattività è del tutto assente, riducendo l’utilizzo della pagina Facebook a quello di un blog e limitandone notevolmente il carattere sociale”. E aggiunge che “Facebook non è percepito dai politici come

<sup>42</sup> Insieme ad altre che abbiamo descritto altrove: la logica della conversazione, dell’oralità, della tribù, della quantità, del riuso, della dispersione. Cfr. A. Lovari – Y. Martari, *Scrivere per i social network*, pp. 23-31.

<sup>43</sup> F. Antoniacci, *Facebook e politica, la nuova era della comunicazione. I casi Salvini e Di Battista*, Tesi di laurea in Scienze della comunicazione, Relatrice Giovanna Cosenza, Università degli studi di Bologna, A.A. 2015/2016.

un social network, una rete sociale. Questa evoluzione nella comunicazione politica è avvenuta soltanto su Twitter<sup>44</sup>.

Anche da un punto di vista più analitico si possono fare alcune considerazioni, sebbene la generalizzazione rispetto a una mole così sterminata di produzioni linguistiche sia difficile.

Certamente si può osservare, in ordine alla sintassi, in entrambi i campioni, l'alternanza tra 'tu' e 'lei' nell'allocuzione verso il politico, ma anche la III persona ("Matteo Renzi è l'unico politico che..."). La lunghezza è estremamente variabile, ed è presente ogni forma di registro, dal più sorvegliato a quello più aberrante rispetto alla norma, con frequenti insicurezze sintattiche, più spesso nella *consecutio temporum* e nella costruzione del periodo ipotetico.

Dal punto di vista del lessico, in comunità così vaste (alcuni post superano i 4000 commenti) sono frequenti paralogismi di vario genere (ad esempio "gli STUPIDI patentati come Monti, non avranno appellativi o ragione", nel commento a un post sulla pagina di Berlusconi del 13 gennaio), di fianco a stilemi aulici della lingua colta, compresi i proverbi in latino (sempre sulla pagina di Berlusconi, "Escusatio non petita accusatio manifesta....." commenta un utente al post del 16 dicembre).

Tanto è vero che, dal punto di vista della testualità, si legge talora persino il tipo epistolare ("Gentile Onorevole,... Saluti Cordiali") come sotto a un post della pagina di Bersani del 3 gennaio: "Salve Segretario, con l'occasione di augurarLe un felice periodo e una pronta vittoria dopo il berlusconismo...". Oltretutto questo fenomeno si osserva non solo da parte di scriventi in età avanzata ("Caro Beppe, / sono uno studente del Liceo Classico..." in un commento dell'11 gennaio).

Per ciò che concerne la grafia è onnipresente l'impiego di emoticon e un uso poco sorvegliato, come si è già detto, degli apostrofi, degli accenti e dell'interpunzione in accezione espressiva più che sintattica ("scusa silvio ma come hai fatto a cadere nel tranello della magistratura????????????????????"). Si noti, per inciso, che tale sciatteria linguistica non è inversamente proporzionale al successo: spesso, anzi, commenti molto scorretti sono molto produttivi in termini di attenzione (reazioni e risposte, ovviamente non sempre di assenso). Per fare qualche esempio:

*Utente, 11 agosto (pagina di Renzi), Mentre tu festeggi Italia la opprimente e pensare che tutto torna ricordati Renzi*  
35 reazioni

*Utente, 19 agosto (pagina di Di Maio) Sono davvero imbarazzanti lo dite voi siete fascisti razzisti cattive e brutte persone,lo dicono loro ne fanno slogan ma che si vergognassero lo state dicendo da un secolo e adesso loro sembrano caduti dal pero.....Forza Luigi noi sempre con voi*  
79 reazioni

<sup>44</sup> D. Spoladore, *La comunicazione politica sui social network*, p. 228.

È notevole, inoltre, la presenza in entrambi i campioni di alcuni commentatori anche in italiano L2. In aggiunta, sono rari ma non assenti anche commenti in trascrizione dell'italiano regionale: non mancano soprattutto tratti morfologici, morfosintattici e lessicali dell'italiano regionale, soprattutto ascrivibili alle regioni del Centro-Sud (ad esempio “a cu minchia la cunti??”, commenta un utente al post di Bersani del 3 gennaio).

In conclusione, dal punto di vista tematico e retorico, un punto di attenzione trasversale e imprescindibile è la conflittualità delle comunità di commento. Già nel 2013, rispetto ad altri contesti legati a FB avevamo rilevato la fortissima componente aggressiva, dispfemica, ingiuriosa dei testi degli scriventi. Possiamo ora dire che si trovano, in entrambi i campioni, spesso vere e proprie comunità di discorso, generalmente piuttosto conflittuali, appunto, e con una tendenza spiccata all'esposizione argomentativa oltre che al semplice e fulmineo insulto (che pure non manca di certo). Un solo esempio tra i moltissimi di questa comunità di discorso è questa porzione di *thread* a un post del 2 luglio sulla pagina di Renzi:

Commento utente 1 Vedremo come gestirete i 220 mila clandestini, pari a quel numero di spettatori, che arriveranno nel 2017 in questo sfortunato Paese...ah già ma questi discorsi sono tabu'

Risposta utente 2 Ma va a cagher

Risposta utente 3 Vero questi sono discorsi che non piacciono

Risposta utente 1 Dino (utente 2) Complimenti per le sue intelligenti argomentazioni....ma si sa, voi che votate PD avete meno spirito critico verso il partito dei cittadini sovietici degli anni 60- voi vi bevete qualunque balla

Utente 4 Non sopporto i bastian contrari per una volta divertiamoci la musica fa bene a tutto anche a questo sfortunato paese al momento penseremo anche a loro scusa per la punteggiatura ma non la so adoperare.

Utente 5 i miei commenti in questo post li cancellano sempre, grande effetto della democrazia

Utente 6 Dino (Utente 2) non potevi che dare miglior risposta, grandeeeeer

Utente 7 Questo post mi sembra come minimo yna trollata...

Utente 8 Perché' passare dalla padella alla brace, cercate sempre il pelo

Utente 9 Futuri voti.

Si osservi, in questo caso, il *whateverism* linguistico, la mancanza di rettificazione e quindi la mancanza del rispetto della norma linguistica praticamente in tutti i commenti. Ma anche la tendenza a portare il discorso *off-topic* e quella alla dispfemia. Per la verità, occorre specificare anche che l'aggressione verbale dispfemica non è la sola modalità con cui si realizza la conflittualità delle micro-comunità di commento. Rispetto al contesto politico, un

recente saggio di Ziccardi<sup>45</sup> mostra infatti la distinzione tra due tipi di odio (*hate speech*)<sup>46</sup> in rete: cioè *hot hate* e *cool hate*. Il primo “è basato su espressioni di rabbia, volte a dipingere l'altra parte come inferiore, criminale, stupida o come l'essenza stessa del male”. Il secondo è basato invece “sul disgusto nei confronti dell'altra persona ed è espresso attraverso il sarcasmo, il dileggio e la diminuzione dell'importanza della stessa”<sup>47</sup>. Anche nel caso particolare del nostro corpus troviamo entrambe le accezioni di *hate speech*. La prima (*hot*) è legata più frequentemente ai commenti, la seconda (*cool*) caratterizza invece maggiormente i post. Tuttavia non manca neppure nei post (soprattutto sulle pagine di Salvini nel 2017 e di Grillo nel 2013) l'uso di un lessico apertamente ingiurioso nei confronti degli avversari politici; e, d'altro canto, anche nei commenti, come si vede dal piccolo esempio riportato, è molto frequente una forma di conflittualità imperniata su una ironia e su un lessico decisamente sarcastici.

---

<sup>45</sup> G. Ziccardi, *Odio online. Violenza verbale e ossessioni in rete*, Raffaello Cortina, Milano 2016, p. 103.

<sup>46</sup> Su questo tema, cfr. anche F. Del Vigna – A. Cimino – F. Dell'Orletta – M. Petrocchi – M. Tesconi, *Hate me, hate me not: Hate speech detection on Facebook*, in *Proceedings of the First Italian Conference on Cybersecurity (ITASEC17)*, 18-20 January 2017, Venezia 2017, pp. 86-95.

<sup>47</sup> In generale le caratteristiche principali che contraddistinguono l'*hate speech on line* sono la sua persistenza, la possibilità che ritorni imprevedibilmente, l'anonimato e la transnazionalità (G. Ziccardi, *Odio online*, p. 78).





FACOLTÀ DI SCIENZE LINGUISTICHE E LETTERATURE STRANIERE  
**L'ANALISI LINGUISTICA E LETTERARIA**

ANNO XXVI - 2/2018

EDUCatt - Ente per il Diritto allo Studio Universitario dell'Università Cattolica  
Largo Gemelli 1, 20123 Milano - tel. 02.72342235 - fax 02.80.53.215  
e-mail: editoriale.dsu@educatt.it (produzione)  
librario.dsu@educatt.it (distribuzione)  
redazione.all@unicatt.it (Redazione della Rivista)  
web: www.analisiilinguisticaeletteraria.eu

ISSN 1122 - 1917



9 788893 353915