



SCUOLA SUPERIORE PER MEDIATORI LINGUISTICI
(Decreto Ministero dell'Università 31/07/2003)

Via P. S. Mancini, 2 – 00196 - Roma

**TESI DI DIPLOMA
DI
MEDIATORE LINGUISTICO**

(Curriculum Interprete e Traduttore)

Equipollente ai Diplomi di Laurea rilasciati dalle Università al termine dei Corsi afferenti alla
classe delle

**LAUREE UNIVERSITARIE
IN
SCIENZE DELLA MEDIAZIONE LINGUISTICA**

**LA MANIPOLAZIONE LINGUISTICA:
DALLA DISTOPIA DI ORWELL AI GIORNI NOSTRI**

RELATORI:
prof.ssa Adriana Bisirri

CORRELATORI:
prof.ssa Claudia Piemonte
prof. Alfredo Rocca
prof. Wolfram Kraus

**CANDIDATA:
Federica Porchera**

ANNO ACCADEMICO 2019/2020

*Il linguaggio è stato lavorato dagli
uomini per intendersi tra loro, non
per ingannarsi a vicenda.*

- Alessandro Manzoni

Sommario

Introduzione	11
I. La neolingua in 1984	15
I.1. La mancanza di parole	16
I.1.a. L'ipocognizione	20
I.1.b. La Teoria della Relatività Linguistica	22
I.2. Il bipensiero	23
I.3. La riscrittura della storia	25
I.3.a. La potenza delle parole	28
I.4. L'intento di Orwell	29
II. Il linguaggio dei regimi totalitari	31
II.1. La propaganda	33
II.2. L'oralità	34
II.3. Gli slogan	35
II.4. La manipolazione delle parole nei regimi totalitari	39
II.5. Il Lagerjargon	41
II.6. La censura	42
II.7. Il lessico religioso	45
II.8. Riflessione sull'omicidio di Willy Monteiro Duarte	48
III. La manipolazione del linguaggio attuata dalla politica moderna ... 51	
III.1. La manipolazione delle parole	52
III.1.a. Il termine <i>amore</i>	52
III.1.b. Il termine <i>democrazia</i>	55
III.1.c. Il termine <i>parola d'ordine</i>	57
III.1.d. Il termine <i>lodo</i>	58
III.1.e. Il termine <i>prescrizione</i>	59
III.2. Contraddizioni nelle affermazioni dei politici	62
IV. Analogie tra il linguaggio politico e il linguaggio pubblicitario 67	
IV.1. Il Principio Di Cooperazione, le Massime Conversazionali e le implicature	67
IV.2. Le implicature conversazionali nei manifesti pubblicitari	70
IV.2.a. Il ruolo della scarsa attenzione del destinatario	73
IV.3. Le implicature conversazionali nei discorsi politici dovute alla Massima della Relazione	75
IV.4. Le implicature conversazionali nei discorsi politici dovute alla Massima della Quantità	81
IV.5. Il ruolo dell'<i>egocentric bias</i> nella manipolazione linguistica	86
Conclusioni	89

English section	91
Introduction	93
I. Newspeak in 1984	97
I.1. Lack of words	98
I.2. Doublethink	100
II. The language of totalitarian regimes	105
II.1. Slogans	107
II.2. The manipulation of words under totalitarian regimes	109
III. Linguistic manipulation in modern politics	113
III.1. Word manipulation	114
III.1.a. The term <i>watchword</i>	114
III.1.b. The term <i>arbitration award</i>	115
III.2. Contradictions in the statements of politicians	116
IV. Analogies between political language and advertising language ..	121
IV.1. The Principle of Cooperation, Conversational Maxims, and implicatures	121
IV.2. Conversational implicatures in advertising posters	123
IV.3. Conversational implicatures related to the Maxim of Relation in politics	125
Conclusions	129
Deutscher Teil	131
Einleitung	133
I. Neusprech in 1984	137
I.1. Das Doppeldenk	139
II. Die Sprache von totalitären Regimen	141
II.1. Die Wortmanipulation in totalitären Regimen	141
III. Sprachliche Manipulation in der modernen Politik	145
III.1. Die Manipulation von Worten	146
III.1.a. Das Wort <i>Passwort</i>	146
III.1.b. Das Wort <i>Schiedsspruch</i>	147
III.2. Widersprüche in Aussagen von Politikern	148
IV. Ähnlichkeiten zwischen der Sprache der Politik und der Sprache der Werbung	153
IV.1. Das Kooperationsprinzip, die Konversationsmaximen und die Implikaturen	153
IV.2. Konversationelle Implikaturen in Werbeplakaten	155
IV.3. Konversationelle Implikaturen im Zusammenhang mit der Maxime der Relevanz in der Politik	156
Schlussfolgerungen	159

Bibliografia	161
Sitografia.....	165
Ringraziamenti	171

Sezione in italiano

Introduzione

Comunicare, dal latino *communicare*, derivato di *communis*, cioè *comune*. Significa, quindi, *rendere comune, far conoscere, far sapere*; viene utilizzato in espressioni come *comunicare pensieri, idee, sentimenti; comunicare la propria scienza; comunicare il coraggio, il timore; comunicare una notizia, un segreto; comunicare un avviso, un annuncio; comunicarsi le proprie impressioni*.¹

Sin da piccoli, tutti si sforzano di comunicare i propri bisogni, le proprie paure, i propri desideri, le proprie idee. Ciò che ognuno fa costantemente dalla nascita è comunicare, e lo fa attraverso il linguaggio parlato e non parlato.

Il linguaggio parlato rappresenta una delle differenze fondamentali tra uomini e animali. Pronunciando delle parole, è possibile stabilire rapporti sociali con le altre persone, generare o porre fine a incomprensioni e conflitti, far accadere delle cose e modulare la realtà. Su quest'ultimo punto riflette Gianrico Carofiglio,² che spiega che se un uomo all'altare dichiara: "Sì, voglio prendere te come mia legittima sposa", non sta semplicemente dicendo delle parole, sta anche modificando la realtà, sta compiendo a tutti gli effetti l'azione di sposare una donna.

La capacità del linguaggio³ di dare forma alla realtà non è cosa da poco, dal momento che significa che le parole possono diventare delle armi molto potenti e pericolose. Già Platone, nel dialogo *Sofista*, criticava

¹ Definizione del verbo *Comunicare* consultabile in *Vocabolario Online Treccani* all'indirizzo web <http://www.treccani.it/vocabolario/comunicare/> (visitato il 31 agosto 2020).

² G. Carofiglio, *La manomissione delle parole*, a cura di M. Losacco, BUR Rizzoli Libri, Milano, 2017, p. 26-27.

³ Per semplicità, da qui in avanti il termine *linguaggio* verrà utilizzato per indicare unicamente il linguaggio parlato.

la retorica dei sofisti, poiché affermava che, attraverso le parole, questi ultimi potessero confondere la realtà e far passare per vero ciò che era falso, in particolare agli occhi dei giovani, più ingenui e più facili da ingannare.

Occorre ricordare che le parole non sono solo delle potenziali armi, ma che sono effettivamente state utilizzate come tali: la storia insegna che sono state manipolate da uomini il cui scopo era ottenere il potere e il totale assoggettamento di interi popoli.

Non solo: ancora oggi esistono numerosissime strategie di manipolazione del linguaggio adottate negli ambiti più diversi (politica, mass media, pubblicità, vendita) con lo scopo di manipolare le persone e portarle a prendere le decisioni volute dal manipolatore, senza che si rendano conto delle sue intenzioni e, talvolta, senza che si rendano conto che tale manipolatore esiste.

Come afferma Edoardo Lombardi Vallauri:

“Dunque occorre alzare il livello di consapevolezza della gente sulle cose che limitano il potere di scelta; fra queste cose, anche i fenomeni linguistici[...]. Non si tratta di un’impresa impossibile, ma molto concretamente realizzabile; ed anche efficace, perché dove non si può più abusare liberamente dello strumento linguistico, manipolare diventa molto più difficile”.⁴

⁴ E. Lombardi Vallauri, *La lingua disonesta - Contenuti impliciti e strategie di persuasione*, il Mulino, Bologna, 2019, p.258.

Quello della manipolazione linguistica è un tema quanto mai ampio e complesso, che abbraccia diversi ambiti: dalla psicolinguistica alla sociologia, dall'antropologia alla filosofia.

Questa tesi si prefigge lo scopo di analizzare le strategie di manipolazione linguistica messe in atto ieri come oggi per manipolare le masse, e di individuare su quali principi e concetti della pragmatica, della linguistica e della psicologia tali strategie si basano. Lo fa partendo dall'analisi della distopia proposta da George Orwell in *1984*, opera emblematica per capire gli effetti che una manipolazione linguistica portata all'estremo possa avere sulla società.

Verranno osservate le analogie tra il fittizio orwelliano e la realtà dell'Italia di Mussolini e della Germania di Hitler, fino ad arrivare alle tecniche di manipolazione linguistica della politica moderna.

I. La neolingua in 1984

1984 di George Orwell (pseudonimo di Eric Arthur Blair) è un romanzo distopico in cui viene rappresentato il mondo così come potrebbe essere nel futuro,⁵ nel 1984, per l'esattezza.

Orwell scrive di un mondo diviso in tre superstati – Oceania, Eurasia ed Estasia – in continua guerra tra loro. In particolare, il popolo di Oceania è subordinato ad un governo totalitario rappresentato dal Grande Fratello, un uomo che nessuno ha mai visto di persona, ma che controlla tutto e tutti. Già nella prima pagina del romanzo, il lettore scopre dell'esistenza di manifesti con un suo ritratto accompagnato dalla scritta: “IL GRANDE FRATELLO VI GUARDA”.⁶



Figura 1: *IL GRANDE FRATELLO VI GUARDA*.

Per far sì che nessuno si ribelli alle costrizioni da lui imposte, il regime sfrutta la paura e, tema d'interesse per lo sviluppo di questa tesi, la manipolazione del linguaggio. Tale manipolazione avviene attraverso la creazione di una neolingua, che sostituirà entro il 2050 l'archelingua, ossia

⁵ Chiaramente, nel futuro rispetto all'anno di pubblicazione, il 1949.

⁶ G. Orwell, *1984*, Oscar Mondadori, Milano, 2000, p. 5.

la lingua standard parlata in Oceania ai tempi dei fatti narrati nel romanzo. Come spiegato da Orwell stesso nell'appendice al suo romanzo:

“Fine specifico della neolingua non era solo quello di fornire, a beneficio degli adepti del Socing⁷, un mezzo espressivo che sostituisse la vecchia visione del mondo e le vecchie abitudini mentali, ma di rendere impossibile ogni altra forma di pensiero. Si riteneva che, una volta che la neolingua fosse stata adottata in tutto e per tutto e l'archelingua dimenticata, ogni pensiero eretico (vale a dire ogni pensiero che si discostasse dai principi del Socing) sarebbe stato letteralmente impossibile almeno per quanto riguarda quelle forme speculative che dipendono dalle parole”.⁸

A partire da questi presupposti, nei prossimi paragrafi verranno analizzate approfonditamente le caratteristiche della neolingua, oltre che le teorie e i concetti su cui tali caratteristiche si basano.

I.1. La mancanza di parole

Prima e fondamentale caratteristica della neolingua è la povertà, vale a dire la mancanza di parole. Il regime retto dal Grande Fratello si impegna a ridurre la lingua all'osso, partendo dall'eliminazione dei termini – e con essi, delle idee – che possano rappresentare una minaccia alla sua

⁷ Per *Socing* si intende il Partito Socialista Inglese che governa in Oceania.

⁸ G. Orwell, *op. cit.*, p. 307-308.

sopravvivenza, come quelli legati alla libertà di pensiero e di espressione, alla ragione e alla scienza:

“Innumerevoli parole dello stesso tipo, come *onore, giustizia, morale, internazionalismo, democrazia, scienza, religione*, avevano semplicemente cessato di esistere. Un gruppetto di parole bastava a ricoprirle e, nel coprirle, le cancellava. Tutte le parole connesse ai concetti di libertà e uguaglianza, per esempio, erano contenute nella sola parola *psicoreato*, mentre tutte quelle che facevano capo ai concetti di oggettività e di razionalismo erano contenute nella sola parola *archipensiero*”.⁹

Altro aspetto interessante della neolingua è la mancanza di sinonimi e termini polisemici: infatti, se da un lato l'eliminazione delle sfumature di significato inibisce la capacità di interpretare e giudicare la realtà, dall'altro l'eliminazione di significati “superflui” evita che si creino ambiguità di senso e che le persone inizino a ragionare. Di fatti, è proprio il ragionamento che spaventa il Grande Fratello: il regime di Oceania, così come tutti i regimi totalitari della storia, vuole impedire alle persone di criticarlo e di ribellarsi, e per farlo supera la censura delle parole scritte e pronunciate, arrivando alla censura delle parole pensate.

L'impovertimento della lingua viene compiuto anche attraverso l'utilizzo di abbreviazioni per indicare le associazioni, organizzazioni e

⁹*ivi*, p. 313.

istituzioni di carattere politico: *Socing* sta per *Partito Socialista Inglese*; *Miniver*, *Minipax*, *Miniamor* e *Miniabb* indicano rispettivamente il Ministero della Verità, il Ministero della Pace, il Ministero dell'Amore e il Ministero dell'Abbondanza;¹⁰ *Reparc*, *Repfin* e *Reptel* sono il Reparto Archivio, il Reparto Finzione e il Reparto Televisivo.¹¹

È lo stesso Orwell¹² a far notare come i regimi totalitari dell'inizio del XX secolo abbiano utilizzato la medesima strategia per indicare i nomi di alcune organizzazioni di Stato: in Germania si parlava di *Gestapo* e non di *Geheime Staatspolizei*, di *KL* o di *Konz-Lager* e non di *Konzentrationslager*, di *SS* e non di *Schutzstaffel*;¹³ in Italia di *MinCulPop* e non di *Ministero della Cultura Popolare*, di *SPD* e non di *Segreteria Particolare del Duce*; in Unione Sovietica di *Comintern* e non di *Internazionale Comunista*, di *Agitprop* e non di *Sezione per l'Agitazione e la Propaganda*.¹⁴

Orwell continua illustrando l'utilità delle abbreviazioni. Spiega che queste ultime, essendo parole molto brevi e di facile memorizzazione, possono essere pronunciate senza pensare, quindi senza che ci si renda realmente conto di ciò che rappresentano. In altre parole, se tali abbreviazioni vengono ripetute meccanicamente, non inducono quasi alcuna associazione mentale: ad esempio, se da un lato la mente indugerebbe su *Internazionale Comunista*, mettendola in relazione con Karl Marx, la fratellanza universale e le bandiere rosse, dall'altro,

¹⁰ *ivi*, p.8.

¹¹ *ivi*, p.315.

¹² *ibidem*

¹³ Rispettivamente: *Polizia Segreta di Stato*, *campo di concentramento* e *Squadre di Protezione*.

¹⁴ In russo rispettivamente: *Комминтерн* per *Коммунистический Интернационал* e *Агитпроп* per *Отдел пропаганды и агитации*.

all'abbreviazione *Comintern* verrebbe associata solo l'idea di un'organizzazione chiusa.

In generale, si può affermare che questa prima caratteristica della neolingua, per quanto possa apparire assurda e a tratti parodica, sia in realtà il grido di denuncia dell'autore contro i regimi totalitari del suo tempo. Eppure, sul legame imprescindibile tra la democrazia e il numero delle parole a disposizione per comunicare, ha riflettuto, ben sessant'anni dopo Orwell, Gustavo Zagrebelsky durante una lezione da lui tenuta il 23 aprile 2009 alla Biennale Democrazia di Torino:

“La democrazia è il regime della circolazione delle opinioni e delle convinzioni, nel rispetto reciproco. Lo strumento di questa circolazione sono le parole. [...] Il numero di parole conosciute e usate è direttamente proporzionale al grado di sviluppo della democrazia e dell'uguaglianza delle possibilità. Poche parole e poche idee, poche possibilità e poca democrazia; più sono le parole che si conoscono, più ricca è la discussione politica e, con essa, la vita democratica”.¹⁵

Mettendo a confronto l'anno di pubblicazione di *1984* e l'anno in cui Zagrebelsky ha tenuto la sua lezione, è facilmente intuibile quanto la critica orwelliana sia stata ieri, e sia ancora oggi, un cruciale spunto di

¹⁵ La trascrizione della lezione tenuta da Gustavo Zagrebelsky il 23 aprile 2009 alla Biennale Democrazia di Torino (Torino, 22-26 aprile 2009) è consultabile all'indirizzo web: http://2009.biennaledemocrazia.it/pdf/lezione_zagrebelsky.pdf

riflessione comune, tanto dal punto di vista politico, quanto sociale, linguistico e psicologico.

L'idea di partenza di Orwell è che se non si conoscono le parole per esprimere un concetto, allora è impossibile persino pensare quel dato concetto: semplicemente, se l'idea di un reato non è formulabile, quel reato non può essere compiuto. Può essere interessante analizzare come questo sia possibile dal punto di vista delle scienze cognitive e della linguistica, attraverso una digressione sul fenomeno dell'ipocognizione e sulla Teoria della Relatività Linguistica.

I.1.a. L'ipocognizione

Per ipocognizione si intende il fenomeno per cui le persone non riescono a rappresentare cognitivamente o linguisticamente determinati concetti, categorie o idee,¹⁶ ossia non conoscono le parole per descrivere, e quindi capire e interpretare, alcune caratteristiche del proprio mondo interiore e di quello circostante.

Il concetto di ipocognizione venne elaborato e spiegato dall'antropologo Robert Levy¹⁷ negli anni Cinquanta. Levy si recò a Tahiti per scoprire il motivo per cui la percentuale di suicidi tra i tahitiani fosse molto alta. Scoprì che nella loro lingua non esistevano termini per indicare il dolore psichico associato alla perdita di un proprio caro; le uniche parole con cui potevano esprimere la propria sofferenza erano *strano* e *malato*. Questo faceva sì che non riuscissero a identificare, comprendere,

¹⁶ K. Wu e D. Dunning, *Hypocognition: Making Sense of the Landscape beyond One's Conceptual Reach*, in *Review of General Psychology*, 22 (2018), p. 25-35. Consultabile all'indirizzo web: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1037/gpr0000126>

¹⁷ R. Levy, *Tahitians: Mind and experience in the Society Islands*, University of Chicago Press, Chicago, 1975.

esprimere ed elaborare il proprio dolore, arrivando ad una frustrazione da cui riuscivano a sottrarsi solo attraverso la morte.

Similarmente, come spiega Carofiglio,¹⁸ è stato dimostrato che i ragazzi più violenti hanno scarsi strumenti linguistici e, di conseguenza, non sono in grado di raccontare storie o di descrivere la dinamica e la successione degli eventi; tuttavia, l'aspetto più grave è che non sono in grado di esprimere la propria rabbia, tristezza e frustrazione, che riescono a sfogare solo attraverso atti di violenza fisica.

Occorre sottolineare che l'ipocognizione non riguarda unicamente la vita interiore delle persone, ma può manifestarsi anche in relazione al mondo fisico. Infatti, come illustrato da Kaidi Wu e David Dunning,¹⁹ se mostrando una mela ad una persona americana, questa associa subito al frutto le rappresentazioni linguistiche e cognitive della dolcezza, degli alberi su cui cresce e delle torte di mele, mostrando alla stessa persona un frutto esotico a lei sconosciuto, come il durian, non solo non è in grado di dirne il nome, ma non riesce ad associare ad esso nessun tipo di conoscenza concettuale per riuscire a identificarlo e catalogarlo.

In sintesi, non riuscire a dare un nome alle cose porta le persone a non essere in grado di riconoscerle, quindi di esprimerle o descriverle; si tratta di un fattore piuttosto rilevante se si considera che potrebbe essere sfruttato da qualche regime politico – come quello del Grande Fratello – per imporre una forma di pensiero unico.

¹⁸ G. Carofiglio, *op. cit.*, p. 18-19.

¹⁹ K. Wu e D. Dunning, *Hypocognitive Mind: How Lack of Conceptual Knowledge Confines What People See And Remember*, University of Michigan. Consultabile all'indirizzo web: <https://psyarxiv.com/29ryz/download?format=pdf>

I.1.b. La Teoria della Relatività Linguistica

La Teoria della Relatività Linguistica o Ipotesi di Sapir-Whorf (dal nome dei linguisti che l'hanno elaborata) afferma che esiste una stretta dipendenza tra linguaggio e pensiero, tanto che il modo in cui ci esprimiamo influenza il modo in cui pensiamo.

Whorf affermò:

“Noi dissezioniamo la natura lungo linee tracciate dalle nostre lingue madri. Le categorie e le tipologie che isoliamo dal mondo dei fenomeni non le troviamo lì in quanto esse guardano dritto in faccia ogni osservatore; al contrario, il mondo viene presentato in un flusso caleidoscopico di impressioni che deve essere organizzato dalle nostre menti; vale a dire, in gran parte dai sistemi linguistici presenti nelle nostre menti”.²⁰

Da ciò si evince che, secondo Whorf,²¹ se è vero che descriviamo le nostre esperienze attraverso il linguaggio, lo strumento fondamentale con cui conosciamo e cataloghiamo tali esperienze è proprio il linguaggio; di conseguenza, riusciamo a cogliere solo ciò che riusciamo a esprimere e pensare con le parole.

²⁰ B. L. Whorf, *Language, Thought, and Reality: Selected Writings of Benjamin Lee Whorf*, a cura di John Carroll, MIT Press, New York-London, 1956, p. 212-213.

²¹ R. Benetti, *Pensiero, linguaggio ed esperienza – brevissimo studio sull'ipotesi di Sapir-Whorf*, consultabile all'indirizzo web:

https://www.academia.edu/9908241/Pensiero_linguaggio_ed_esperienza_brevissimo_studio_sullipotesi_di_Sapir_Whorf

Questo è un punto cruciale per lo sviluppo di questa tesi: premesso che l'uomo non sia neppure in grado di prendere coscienza di qualcosa che esiste o accade attorno a lui se non possiede le parole per descriverlo, allora è facile intuire la portata dell'intuizione di Orwell nell'elaborazione della neolingua, oltre che la rilevanza della sua denuncia.

I.2. Il bipensiero

Altro fattore sfruttato dal regime del Grande Fratello per controllare le masse è il bipensiero, ovvero la capacità di accettare contemporaneamente due idee contraddittorie. In base a questo principio, può essere vero tutto e l'opposto di tutto; il regime può affermare e far credere alle persone ciò che vuole e quando vuole senza il rischio che qualcuno noti le contraddizioni, inizi a ragionare autonomamente e, così, a criticarlo e ribellarsi.

È lampante il modo in cui il Partito insinui il bipensiero tra la popolazione di Oceania già a partire dai nomi dei Ministeri di Stato: il Ministero della Verità, che diffonde le notizie manipolate dal regime, il Ministero della Pace, che si occupa della guerra, il Ministero dell'Abbondanza, che gestisce le scarse risorse economiche, e il Ministero dell'Amore, dove vengono torturati tutti coloro che non si allineano ai principi e alle regole del regime.

L'accettazione delle contraddizioni viene forzata anche attraverso la ripetizione continua di tre slogan:

“LA GUERRA È PACE

LA LIBERTÀ È SCHIAVITÀ

L'IGNORANZA È FORZA”²²

Vale la pena sottolineare come, ancora una volta, Orwell voglia denunciare i totalitarismi del XX secolo attraverso *1984*: infatti, questi tre slogan richiamano alla mente la prima frase che leggevano i deportati quando arrivavano ad Auschwitz: “ARBEIT MACHT FREI”.²³



Figura 2: Frame dal film *Nel 2000 non sorge il sole* (titolo originale *1984*) di Michael Anderson (1956).



Figura 3: Ingresso al campo di concentramento di Auschwitz.

La contraddizione evidente di tali affermazioni viene resa ancora più d'impatto dall'utilizzo delle lettere maiuscole: come analizza Mozaffor Hossain,²⁴ riprendendo l'analisi di Alice Robb,²⁵ le lettere maiuscole vengono utilizzate da sempre dagli uomini di potere per affermare la

²² G. Orwell, *op. cit.*, p.8.

²³ Il lavoro rende liberi.

²⁴ M. Hossain, *Language as the Device for Psychological Manipulation in George Orwell's Nineteen Eighty-Four: a psycholinguistic analysis*, in *European Journal of Language and Linguistics Research*, 5 (2017), p. 25-31, consultabile all'indirizzo web:

<http://www.eajournals.org/wp-content/uploads/Language-as-the-Device-for-Psychological-Manipulation-in-George-Orwell%E2%80%99s-Nineteen-Eighty-Four-A-Psycholinguistic-Analysis.pdf>

²⁵ A. Robb, *How Capital Letters Became Internet Code for Yelling*, in *The New Republic*, 17 aprile 2014, consultabile all'indirizzo web:

<https://newrepublic.com/article/117390/netiquette-capitalization-how-caps-became-code-yelling> (visitato il 2 settembre 2020).

propria grandezza e per incutere soggezione e paura nel lettore; da ricordare che già gli imperatori Romani facevano incidere in lettere maiuscole i propri nomi e le proprie gesta sui monumenti commemorativi a loro dedicati.

Inoltre, è interessante soffermarsi sull'analisi esposta da Gustavo Zagrebelsky durante la sua sopracitata lezione alla Biennale Democrazia di Torino del 2009. Egli ha evidenziato che un altro dittatore che non si fece scrupoli a contraddirsi davanti al popolo fu Benito Mussolini. Appena preso il potere, infatti, egli aveva dichiarato: “Ho orrore dei dogmi. Non potrebbe esservi un dogma nel Partito fascista”; eppure, si impegnò successivamente a creare uno *Stato etico*, ossia uno Stato in cui le azioni di tutti gli individui sono rivolte al bene dello Stato stesso, e in cui è il regime a stabilire come devono vivere e comportarsi le persone.

Infine, occorre tenere presente che, ancora oggi, si sentono molto spesso espressioni contraddittorie analoghe a *LA GUERRA È PACE*: espressioni come *guerra di pace* e *missili peacekeeper*,²⁶ a cui ormai non si fa molto caso poiché sono entrate a far parte della lingua comune, ma che ribadiscono quanto l'opera orwelliana sia attuale.

Proprio in relazione all'attualità possono essere fatte numerose considerazioni riguardo agli esponenti politici contemporanei; considerazioni che verranno elaborate nei prossimi capitoli di questa tesi.

I.3. La riscrittura della storia

“Chi controlla il passato controlla il futuro. Chi controlla il presente controlla il passato”.²⁷

²⁶ Letteralmente: *missili che mantengono la pace*.

²⁷ G. Orwell, *op. cit.*, p. 37.

Si tratta di un altro degli slogan del Socing, che mette in evidenza uno degli aspetti più pericolosi della politica del Grande Fratello: la manipolazione della storia attraverso la manipolazione della narrazione degli eventi. In Oceania, è il Ministero della Verità ad occuparsi di diffondere i fatti in base alle volontà del Partito, e di modificare documenti, libri e giornali del passato che possano smentire o essere in contrasto con la nuova versione della storia fornita.

Si tratta di una strategia in grado di inibire totalmente le capacità di giudizio e decisione del popolo. *Historia magistra vitae*, come diceva Cicerone, ma se la storia raccontata è falsa, allora non vi è possibilità di fare paragoni, ragionare e riuscire a discernere il vero dal falso, il giusto dallo sbagliato, il lecito dall'illecito. Di nuovo, è stato Zagrebelsky ad analizzare la questione in maniera puntuale durante la sua lezione alla Biennale Democrazia:

“Sono dittature ideologiche i regimi che disprezzano i fatti, li travisano o addirittura li creano o li ricreano *ad hoc*. Sono l'estrema violenza nei confronti degli esclusi dal potere che, almeno, potrebbero invocare i fatti, se anche questi non venissero loro sottratti. Non c'è manifestazione d'arbitrio maggiore che la storia scritta e riscritta dal potere.”

È un metodo per aumentare la distanza e la dipendenza degli oppressi rispetto agli oppressori, di chi esegue rispetto a chi comanda, di chi è in basso rispetto a chi è in alto; è una strategia di manipolazione del

linguaggio volta a manipolare le menti ed eliminare ogni possibilità di contestazione.

Inoltre, se il falso può diventare vero, nessuno può ritenersi al sicuro: non si tratta solo del fatto che uno Stato oggi alleato domani sarà nemico, o che i dati di ieri sulle razioni di cioccolato vengano modificati per far sembrare che le razioni di oggi siano aumentate. La vastità e gravità di un potere tale nelle mani di qualcuno sta nel fatto che l'innocente può diventare ladro, assassino o ribelle solo con la riscrittura di un articolo di giornale.

Si tratta di una riflessione che non può lasciare indifferente la società moderna, poiché il fatto che molte testate giornalistiche abbiano uno schieramento politico le porta a diffondere le notizie in maniera faziosa, influenzando il giudizio dei lettori. In più, non sono da sottovalutare i social network, una terra di nessuno in cui la libertà di parola viene spesso usata come scusa contro il dovere etico di tutti – politici, giornalisti e cittadini comuni – di non diffondere menzogne, calunnie o mezze verità che possano ledere l'immagine o la dignità di altre persone, oppure che possano convincere del falso i lettori.

Una riflessione di spessore sulla riscrittura della storia è del poeta polacco Czeslaw Milosz. Quando gli venne conferito il Premio Nobel per la letteratura nel 1980, pronunciò un discorso nel quale dichiarò:

“Siamo circondati oggi da falsità sul passato contrarie al buon senso e a una percezione elementare del bene e del male. Come ha recentemente affermato il *Los Angeles Times*, il numero di libri in varie lingue che negano che l'Olocausto sia mai avvenuto e che

affermano che sia stato inventato dalla propaganda ebraica ha superato il centinaio”.²⁸

Alla luce di quanto spiegato finora, è evidente la gravità della negazione di un tale evento storico.

I.3.a. La potenza delle parole

Come dimostra *1984*, la realtà può essere manipolata e le persone possono essere influenzate attraverso la dichiarazione e la diffusione del falso; eppure, c'è un altro modo per far sì che la realtà appaia diversa: scegliere con accuratezza le parole da usare. Infatti, in virtù del principio secondo cui ogni parola può suscitare nell'ascoltatore immagini e idee differenti in base alla sua sfumatura di significato, è possibile influire su come le persone percepiscano un dato evento.

Lo ha dimostrato la psicologa Elizabeth Loftus²⁹ con un esperimento su cui ha riflettuto anche Gianrico Carofiglio.³⁰ Per prima cosa, venne mostrato il video di un incidente d'auto a un gruppo di volontari. Successivamente, questi vennero divisi in due gruppi: a quelli del primo, venne chiesto a quale velocità andassero le auto quando si erano **scontrate**; a quelli del secondo, a quale velocità andassero le auto quando si erano **schiantate**. Chi apparteneva al primo gruppo indicò velocità molto inferiori rispetto a chi apparteneva al secondo.

²⁸ C. Milosz, *Nobel Lecture* consultabile all'indirizzo web: <https://www.nobelprize.org/prizes/literature/1980/milosz/lecture/> (visitato il 7 settembre 2020)

²⁹ E. F. Loftus, *Eye-witness Testimony*, Harvard University Press, Cambridge, 1979.

³⁰ G. Carofiglio, *op. cit.*, p. 27-28.

Una settimana dopo, venne chiesto agli stessi volontari se avessero notato vetri rotti nel video dell'incidente: tra le persone che ne avevano visti, quelle del primo gruppo erano la metà di quelle del secondo. La realtà era che di vetri rotti non ce ne fossero.

Questo esperimento dimostra quanto siano potenti le parole, ma anche quanto possano essere pericolose se utilizzate con l'intento di manipolare e portare le persone a pensare ciò che si desidera.

È indispensabile fare attenzione a ciò che viene detto e a come viene detto; assicurarsi che chi è al potere e chi diffonde le informazioni non travisi platealmente e palesemente i fatti attraverso le menzogne, e che non utilizzi tecniche subdole per influenzare il giudizio e la percezione di ascoltatori e lettori.

I.4. L'intento di Orwell

Enzo Golino ha affermato:

“Orwell condensa in *1984* il suo interesse per le relazioni tra linguaggio e politica, e ancora oggi il romanzo è la metafora letteraria più riuscita di quel che il fascismo, il nazismo, lo stalinismo avrebbero voluto ottenere con le rispettive politiche di educazione linguistica”.³¹

³¹ E. Golino, *Parola di Duce: il linguaggio totalitario del fascismo e del nazismo – Come si manipola una Nazione*, BUR Rizzoli, Milano, 2011, p. 26.

La denuncia di Orwell, quindi, è fondamentale per comprendere il pericolo che sta dietro alla manipolazione del linguaggio, specie se volta alla manipolazione di interi popoli.

Nonostante questo, non sono mancate le critiche al romanzo, considerato eccessivo e irrealistico. Ovviamente, queste critiche vengono rivolte non tenendo conto che *1984* vuole essere una distopia, ossia la rappresentazione della peggiore delle possibili realtà future. Inoltre, Andrea Porcheddu³² invita alla riflessione illustrando che, negli anni Settanta e Ottanta, quella che in Occidente veniva letta come un'esagerazione, dai dissidenti dell'Unione Sovietica veniva letta "come un'analisi realistica e circostanziata dei meccanismi di potere".³³

Alla luce di queste affermazioni, nel prossimo capitolo di questa tesi verranno analizzate più approfonditamente le analogie tra il regime totalitario del Grande Fratello, il regime di Mussolini e quello di Hitler.

³² A. Porcheddu, *Linguaggio e potere nella prospettiva della teoria degli atti linguistici*, Università Vita-Salute San Raffaele, A.A. 2010-2011.

³³ S. Forti, *Il Totalitarismo*, Laterza, Bari, 2001, p.59.

II. Il linguaggio dei regimi totalitari

La manipolazione del linguaggio è stato lo strumento principale con cui i dittatori del XX secolo hanno fomentato le folle, diffuso gli ideali di regime e mantenuto forte il proprio potere. Si tratta di un mezzo molto più efficace dell'uso della violenza, poiché si insinua in maniera subdola, non reprime, quindi non provoca ribellioni; al contrario, adula le masse, le convince ad affidarsi, e le rassicura, individuando un nemico esterno da incolpare dei problemi del Paese.

La manipolazione delle menti per mezzo del linguaggio è stata attuata dalle fondamenta, con la trasformazione dello Stato in *Stato totalitario*, ossia uno Stato in cui un unico partito controlla tutti gli aspetti della vita pubblica e privata, dalla politica all'economia, dall'intrattenimento alla cultura, e in cui il fine ultimo dell'esistenza delle persone deve essere il bene dello Stato stesso. Da questo punto di vista, è interessante notare che la definizione di *Dottrina del fascismo* nell'*Enciclopedia Italiana*, approvata da Mussolini stesso, era proprio:

“Tutto è nello Stato, e nulla di umano o spirituale esiste, e tanto meno ha valore, fuor dallo Stato. In tal senso il fascismo è totalitario e lo Stato fascista, sintesi e unità di ogni valore, interpreta, sviluppa e potenzia tutta la vita del popolo”.³⁴

³⁴ E. Golino, *op. cit.*, p. 28-29.

O ancora, Victor Klemperer ha sottolineato come il regime nazista in Germania si fosse insinuato in ogni momento della vita delle persone proprio attraverso la lingua:

“*Mein Kampf*, la Bibbia del nazismo, uscì per la prima volta nel 1925 e con esso la lingua del nazismo fu letteralmente fissata in tutti i suoi caratteri fondamentali. Con la ‘presa del potere’ da parte del partito, nel 1933, da lingua di un gruppo divenne lingua di un popolo, si impossessò cioè di tutti gli ambiti della vita [...] (Una lingua di gruppo dovrebbe abbracciare solo quegli ambiti a cui il gruppo si riferisce, non la totalità della vita)”.³⁵

Come osserva Golino,³⁶ in Germania, l’intento di penetrare in ogni aspetto della vita del popolo a volte prese delle pieghe ridicole, a partire dalle svastiche sulle confezioni di dentifricio, fino alla pubblicizzazione di sali a base di fosfato di sodio con lo slogan: “*Mein Kampf* contro le flatulenze”.

Eppure, lo strumento principale per insinuarsi in tutti gli aspetti del vivere dei cittadini è stata la propaganda. Nei prossimi paragrafi, verrà approfondito lo studio della lingua propagandistica, con l’obiettivo di comprendere in che modo Hitler e Mussolini siano riusciti ad ottenere quel potere che ha loro permesso di instaurare una dittatura nei rispettivi Paesi, diffondere la follia e portare in guerra due popoli interi.

³⁵ V. Klemperer, *LTI – La lingua del Terzo Reich, Taccuino di un filologo*, Giuntina, Firenze, 2019, p.36.

³⁶ E. Golino, op. cit, p.160.

II.1. La propaganda

Prima di affrontare nello specifico le caratteristiche della propaganda di Hitler e Mussolini, è importante chiarire in cosa essa consista e quale sia il suo obiettivo:

“Generalmente, la propaganda promuove una ideologia particolare e a volte può anche ledere gli interessi di una parte del pubblico, e di conseguenza, viene associata al fenomeno della manipolazione, intesa quale meccanismo di influenzamento degli atteggiamenti, dei comportamenti, delle idee della popolazione votante. La manipolazione presuppone la dissimulazione delle intenzioni, lasciando intendere l'impressione della libertà di azione”.³⁷

Da ciò si evince che il termine *propaganda* abbia di per sé una accezione negativa che implica l'intento di convincere l'ascoltatore per mezzo della manipolazione e dell'inganno. Se si considera la natura intrinsecamente manipolatrice della propaganda, fa riflettere che Hitler abbia istituito un Ministero della Propaganda alla luce del sole e senza generare opposizioni.

Il fattore che ha determinato il successo della propaganda nazista e fascista è stato il suo riuscire ad appropriarsi della lingua comune prima che delle menti. Un chiaro esempio di quanto il linguaggio nazista avesse

³⁷ A. D. Aioanei, *Tecniche di Manipolazione Linguistica*, in *Journal of Romanian Literary Studies*, 8 (2016), p. 114-122, consultabile all'indirizzo web: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=457361>

influenzato la lingua tedesca ce lo fornisce Klemperer,³⁸ che ha spiegato come, durante il periodo della guerra, degli stermini e delle deportazioni, gli stessi ebrei avessero cominciato, senza neppure accorgersene, ad esprimersi con il lessico e la sintassi introdotte dal partito di Hitler.

Questo è stato possibile grazie a dei continui “bombardamenti” linguistici: infatti, i discorsi del *Führer* venivano diffusi per le strade e nelle fabbriche per mezzo di megafoni. Inoltre, il Ministero della Propaganda distribuiva settimanalmente i *Wochensprüche*, ossia piccoli manifesti illustrati che riportavano motti e citazioni di Hitler o di altri esponenti del partito nazista. A volte, venivano anche citati i testi di alcuni autori selezionati che rispecchiavano i canoni artistici accettati dal nazionalsocialismo.³⁹

Tuttavia, occorre tenere presente che l’espressione orale fosse considerata molto più adatta a conseguire gli scopi della propaganda, perciò vale la pena approfondire il tema dell’oralità.

II.2. L’oralità

Elemento fondamentale della propaganda fascista e nazista era l’oralità. Come ampiamente illustrato da Golino,⁴⁰ lo stesso Hitler aveva affermato che non è la lingua scritta, bensì la lingua parlata, ad avere il potere di influenzare le masse. È per questo che, come egli stesso aveva dichiarato nel *Mein Kampf*, si era impegnato a migliorare le proprie arti oratorie, aveva appreso quali fossero i gesti che dovevano accompagnare le sue parole e aveva perfezionato alcune tecniche di manipolazione

³⁸ V. Klemperer, *op. cit.*, p. 28.

³⁹ E. Golino, *op. cit.*, p. 154-156.

⁴⁰ *ivi*, p.157-159.

linguistica. Una tra queste consisteva nel citare le possibili obiezioni alle sue parole e dimostrarne l'infondatezza ancor prima che tali obiezioni venissero rivolte, con lo scopo di ottenere immediatamente la fiducia del pubblico.

Come ha osservato Klemperer,⁴¹ l'efficacia dei discorsi dei due dittatori dipendeva tanto dalle parole che utilizzavano quanto dal loro atteggiamento e dalla loro gestualità. Il filologo ha messo a confronto il Duce e il *Führer* proprio sotto questo aspetto: ha osservato che Mussolini era solito pronunciare frasi semplici e brevi caricandole di energia con un evidente sforzo fisico che, però, non gli deformava mai il volto. Al contrario, Hitler gridava spasmodicamente e non riusciva a mantenere l'autocontrollo e l'armonia né sul proprio volto né nella propria voce, che sforzava fino a incrinare.

Probabilmente, l'arma vincente di Hitler non è stata tanto la sua arte oratoria, quanto la capacità di inventare slogan che facevano presa sulla popolazione.

II.3. Gli slogan

Rispetto alla propaganda, Hitler ha affermato:

“I suoi effetti devono sempre essere rivolti al sentimento, e solo limitatamente alla cosiddetta ragione. [...] La ricettività della grande massa è molto limitata, la sua intelligenza mediocre, e grande la sua smemoratezza. Da ciò ne segue che una propaganda

⁴¹ V. Klemperer, *op. cit.*, p. 75-76.

efficace deve limitarsi a pochissimi punti, ma questi deve poi ribatterli continuamente, finché anche i più tapini siano capaci di raffigurarsi, mediante quelle parole implacabilmente ripetute, i concetti che si voleva restassero loro impressi".⁴²

Da queste parole si evincono gli elementi fondamentali della lingua della propaganda totalitaria. Prima di tutto, affinché i discorsi potessero essere accessibili a tutti, il registro utilizzato doveva essere basso, il lessico e la sintassi dovevano essere semplici e lineari, senza pomposità o giri di parole, le affermazioni dovevano essere brevi e ripetute costantemente per essere memorizzate, dovevano fare riferimenti a concetti concreti e suscitare immagini vivide.

Le ripetizioni svolgevano un ruolo fondamentale, poiché, oltre ad essere facilmente memorizzabili, alla lunga suscitavano noia negli ascoltatori: questo elemento non è affatto negativo, dal momento che la noia faceva sì che le parole non venissero più ascoltate attentamente e analizzate dall'intelletto, ma che venissero assorbite inconsciamente, al punto che le persone si convincevano che le idee da esse espresse fossero le proprie.⁴³

Parlare di frasi brevi ripetute all'infinito significa parlare di slogan. Come spiega Golino,⁴⁴ Mussolini fu un grande amante di slogan basati sulle assonanze, le allitterazioni, le inversioni e le iperboli. Alcuni esempi di famosi slogan fascisti sono:

⁴² A. Hitler, *Mein Kampf*, parte I; trad. it. *Hitler, La mia vita*, Milano, Bompiani, 1939, p. 195-196.

⁴³ V. Klemperer, *op. cit.*, p.73.

⁴⁴ E. Golino, *op. cit.*, p. 46-47.

- “Il bello è venuto e più ancora verrà”;
- “Credere, obbedire, combattere”;
- “Chi mi ama mi segua”;
- “È l’aratro che traccia il solco, ma è la spada che lo difende”;
- “Si tiene duro e si dura”;
- “Noi tireremo diritto”.

Ancora oggi, tutti i partiti politici fanno largo uso degli slogan, soprattutto durante le campagne elettorali. Come nota Golino, è perfino possibile cogliere una somiglianza tra il *si tiene duro e si dura* mussoliniano, e il più recente, ma sicuramente anche più volgare, *la lega ce l’ha duro* bossiano. A quest’analisi, si può aggiungere anche un altro parallelismo con i tempi moderni: infatti, la formula leghista *noi andiamo avanti*, che è possibile leggere e sentire molto spesso ultimamente, sembra quasi una riformulazione del mussoliniano *noi tireremo diritto*.

Come anticipato dalle sopracitate parole di Hitler, gli effetti della propaganda “devono sempre essere rivolti al sentimento, e solo limitatamente alla cosiddetta ragione”. A questo principio si è opposto Zagrebelsky durante la sua lezione alla già nominata Biennale Democrazia 2009. Egli ha affermato che, affinché lo scambio sia onesto, le parole devono essere precise e dirette, non parlare alle emozioni e non essere utilizzate con significato metaforico; infatti, ha proseguito spiegando che:

"Uno dei pericoli maggiori delle parole per la democrazia è il linguaggio ipnotico che seduce le folle, ne scatena la violenza e le muove verso

obbiettivi che apparirebbero facilmente irrazionali, se solo i demagoghi non li avvolgessero in parole grondanti di retorica”.

Inoltre, come sostenuto da Maria Teresa Gentile⁴⁵, le immagini prive di significato e le espressioni metaforiche di Mussolini ostacolavano lo sviluppo intellettuale ed emotivo delle persone a tal punto che queste rimanevano ad uno stadio psicologico infantile.

Un altro fattore che emerge dalle sopracitate parole di Hitler è che, per quanto durante i suoi discorsi esaltasse la massa, in realtà, la considerava “molto limitata, la sua intelligenza mediocre, e grande la sua smemoratezza”. Come spiega Golino⁴⁶, Mussolini aveva espresso un’opinione simile attraverso la voce dei personaggi del suo romanzo *L’amante del Cardinale. Claudia Particella*. Nell’opera, si possono leggere frasi come: “Il popolo è sempre bestia e non mancherà di curvarsi a un altro dominatore”, “Il popolo è cieco come tutti gli ingenui”, “Il popolo è l’eterno fanciullo che chiede le cose impossibili”. Ovviamente, sia Hitler che Mussolini, dopo l’ascesa al potere, hanno smesso di esprimere pubblicamente tali idee, ma è innegabile che, almeno in parte, avessero ragione sulla smemoratezza delle masse.

E probabilmente è stato in virtù della smemoratezza delle persone che il partito italiano Lega Nord – abbreviazione del nome *Lega Nord per l’Indipendenza della Padania*, – dopo aver denigrato per anni i cittadini meridionali, e aver espresso la propria volontà di separare il Nord Italia dal resto del Paese, da qualche anno si faccia chiamare semplicemente *Lega* e dichiararsi di voler difendere l’Italia e gli italiani.

⁴⁵ M. T. Gentile, *Educazione linguistica e crisi di libertà*, Armando, Roma, 1966.

⁴⁶ E. Golino, *op. cit.*, p.61.

II.4. La manipolazione delle parole nei regimi totalitari

Proprio come in 1984, la manipolazione della lingua da parte delle due dittature è iniziata con la ripetizione di alcune parole apparentemente innocue, ma caricate di significati simbolici che servivano agli interessi del partito. Ne sono un esempio le parole *ideale, fede, missione, lavoro, popolo, audacia, guerra e famiglia*, che indicavano i valori del partito fascista; e ne sono un esempio anche *Familie* (famiglia), *Krieg* (guerra), *Arbeit* (lavoro), *Ehre* (onore), *Volk* (popolo), *Rasse* (razza), *Sippe* (stirpe), *Mythus* (mito) e *Wehrmacht* (forze armate): termini che, in Germania, hanno contribuito alla creazione e al consolidamento del *mito della razza*, che ha portato alle estreme conseguenze che oggi tutti conoscono⁴⁷.

Tuttavia, i regimi totalitari del secolo scorso non si sono limitati a conferire alle parole un significato a loro conveniente, ma, talvolta, ne hanno anche cambiato il senso. Il contributo di Klemperer aiuta a comprendere il perché di questa strategia di manipolazione:

“Le parole possono essere come minime dosi di arsenico: ingerite senza saperlo sembrano non avere alcun effetto, ma dopo qualche tempo ecco rivelarsi l’effetto tossico. Se per un tempo sufficientemente lungo al posto di *eroico* e *virtuoso* si dice *fanatico*, alla fine si crederà veramente che un fanatico sia un eroe pieno di virtù e che non possa esserci un eroe senza fanatismo”⁴⁸.

⁴⁷ E. Golino, *op. cit.*, p. 163-164.

⁴⁸ V. Klemperer, *op. cit.*, p.32.

Enzo Golino⁴⁹ riporta alcuni esempi di parole che nella Germania nazista hanno visto corrotto il proprio significato:

- La *Demokratie* (democrazia), non veniva più intesa come *governo del popolo*, ma come “sinonimo di caos e corruzione” che devastava l’Occidente, dove regnava l’ebraismo. Alla classica *Demokratie* si opponeva la *Führerdemokratie* (la democrazia del *Führer*), basata sull’autorità assoluta del capo. È così che Hitler iniziò a parlare di *politicantismo da burla*, *parlamentarismo da bifolchi*, *bruchi parlamentari e iene dei partiti*;

- Lo *Jude* (ebreo) diventò il nemico da combattere e umiliare, ed è per questo che si diffusero termini come *Judenbastarde* (ebrei bastardi), *Judenkrummbeinige* (ebrei storpi) e *jüdisch* (ebraico, con accezione spregiativa);

- L’*Intellekt* (intelletto) diventò un elemento disgregatore da cui guardarsi bene;

- La *Objektivität* (obiettività) iniziò ad essere considerata come una debolezza, specie nei confronti dei magistrati che volevano applicare correttamente il diritto, poiché la giustizia doveva essere totalmente subordinata al popolo;

- *ficken* (copulare, volgare) veniva utilizzato in espressioni come *copulare per la patria* per affermare la propria devozione al nazismo;

- *kämpferisch* (di animo combattivo) assunse il significato di *combattivo in guerra*;

- *Asphalt* (asfalto) acquisì una connotazione fortemente negativa, contrapponendosi a *brillante* e *trasparente*. È così che vennero coniate una serie di denigranti parole composte che contenevano questo termine,

⁴⁹ E. Golino, *op. cit.*, p. 164-179.

come *Asphaltpresse* (la stampa ebraica) e *Asphaltiliteratur* (letteratura ebraica, bolscevica e democratica in genere);

- *Arier* (ariano), che in origine indicava solo le popolazioni iraniche e indiane di origine indoeuropea, venne esteso a tutti i popoli di lingua indoeuropea e utilizzato per sottolineare la purezza dei germanici;

- L'*Arbeit* (lavoro) divenne una missione compiuta per il bene del popolo e venne usato per screditare gli ebrei, che invece, a detta di Hitler, lo concepivano come mezzo per sfruttare gli altri popoli e fare i propri interessi.

Vale la pena soffermarsi sull'osservazione di Raffaella Benetti⁵⁰ riguardo al modo in cui le percezioni delle persone vengono influenzate ancora oggi attraverso l'attribuzione di nuovi significati e nuove connotazioni alle parole. In particolare, Benetti ha preso in analisi il termine *pressione fiscale*: la pressione fiscale altro non è che il reddito prelevato dallo Stato attraverso le tasse, perciò definirlo una *pressione* fa sì che gli venga attribuito un valore negativo, che influenza, inevitabilmente, la percezione che di tale prelievo hanno le persone.

II.5. Il *Lagerjargon*

Una realtà a parte, tutta tedesca, che merita certamente di essere approfondita, è quella del *Lagerjargon*, ossia il gergo parlato all'interno dei *Lager*. Come osserva Golino,⁵¹ i termini di tale gergo erano studiati affinché potessero distruggere psicologicamente, prima che fisicamente, i prigionieri nei campi di concentramento. Inoltre, si trattava spesso di eufemismi che venivano utilizzati dai soldati tedeschi per prendersi gioco

⁵⁰ R. Benetti, *op. cit.*

⁵¹ E. Golino, *op. cit.*, p. 130-139.

delle loro vittime; di fatto, i soldati trovavano molto divertente che i prigionieri non capissero il vero significato di quelle parole.

Alcuni esempi di termini utilizzati in maniera eufemistica all'interno dei *Lager* sono:

- *Bäckerei* (panetteria), che indicava il forno crematorio;
- *Hundzelle* (canile), che, nel campo di concentramento di Dachau, era una cella molto piccola in cui il prigioniero era costretto a stare rannicchiato e abbaiare;
- *Tee* (tè), che, a Buchenwald, era il tè mischiato a sostanze soporifere che veniva somministrato ai malati destinati a morire con un'iniezione di veleno;
- *Baderäume* (bagni), ossia le camere a gas;
- *Dolmetscher* (interprete), che indicava il nerbo di gomma con cui venivano percossi i prigionieri che chiedevano un interprete perché non capivano il tedesco;
- *Galanterie* (con significato raro: ninnolo, chincaglieria), che veniva utilizzato a Treblinka per indicare i bambini.

Inoltre, è interessante osservare che il regime nazista si è avvalso di termini eufemistici per indicare alcuni progetti di sterminio: ne sono un esempio *Euthanasie* (eutanasia), che indicava l'eliminazione di tutti i malati incurabili nei manicomi e nelle cliniche, e *Endlösung* (soluzione finale), ovvero il piano di annientamento della popolazione ebraica.

II.6. La censura

Volendo continuare l'analisi dei parallelismi tra 1984 e le dittature del XX secolo, occorre soffermarsi sulla censura. Infatti, così come il

Grande Fratello, anche Hitler e Mussolini avevano stabilito che tutte le notizie dovessero essere approvate dal regime prima di essere pubblicate. In Italia, si diffuse la pratica della *velina*,⁵² ossia la riscrittura da parte degli organi di stampa dei testi forniti dal governo; mentre, grazie a Klemperer,⁵³ è noto che in Germania tutti dovevano uniformarsi alla *Reichsschrifttumskammer* (Camera delle pubblicazioni del Reich), e la stampa poteva al massimo abbellire i testi distribuiti dal governo.

Ciò avveniva sia per far sì che circolassero solo le informazioni convenienti ai due regimi, sia per assicurarsi che la lingua con cui le informazioni venivano espresse si adattasse a quella del partito. La necessità di uniformare al contempo forma e contenuto dei testi scritti corrisponde, di nuovo, alla volontà di controllare i pensieri delle persone. Come spiega Klemperer, infatti:

“La LTI⁵⁴ era povera, non solo perché ognuno era obbligato a seguire lo stesso modello, ma soprattutto perché nella sua limitatezza autoimposta, poteva esprimere solo un lato della natura umana. [...] La LTI rivolge tutti i suoi sforzi a privare il singolo della sua natura di individuo, ad anestetizzare la sua personalità, a renderlo un elemento del gregge senza pensiero né volontà, spinto con violenza in una determinata direzione [...]”.⁵⁵

⁵² Il termine deriva dal fatto che i testi distribuiti dal governo venivano scritti su carta velina.

⁵³ V. Klemperer, *op. cit.*, p. 39.

⁵⁴ *Lingua Tertii Imperii* (Lingua del Terzo Impero), il modo in cui Klemperer definisce la lingua del Terzo Reich.

⁵⁵ V. Klemperer, *op. cit.*, p. 40.

Occorre ricordare che la censura che colpiva i giornali veniva applicata anche a testi scolastici, documenti ufficiali e opere poetiche e letterarie. Durante il già citato discorso alla consegna del Premio Nobel del 1980, Czeslaw Milosz toccò il tema della censura dei poeti durante il periodo della guerra, dell'uniformità linguistica imposta e della loro reazione emotiva a tali costrizioni:

“Solo se si presuppone che un poeta si sforzi costantemente di liberarsi da stili prestabiliti alla ricerca della realtà, è pericoloso. In una stanza dove le persone mantengono all'unanimità una cospirazione basata sul silenzio, una parola di verità suona come un colpo di pistola. E, ahimè, la tentazione di pronunciarla, simile a un prurito intenso, diventa un'ossessione che non permette di pensare ad altro. Ecco perché un poeta sceglie l'esilio interiore o esteriore”.⁵⁶

Occorre sempre ricordare che quella della censura è una strategia altamente pericolosa, poiché impedisce alle persone di esprimersi e, allo stesso tempo, di riuscire ad avere una visione veritiera della realtà. Bisogna sempre guardarsi bene da chi vuole impedire che certe informazioni vengano rese note o cerca di mistificare i fatti, poiché dimostra di essere fortemente antidemocratico e di voler privare i cittadini del diritto all'informazione e della libertà di manifestazione del pensiero.

⁵⁶ Discorso consultabile all'indirizzo web:

<https://www.nobelprize.org/prizes/literature/1980/milosz/lecture/> (visitato il 7 settembre 2020).

II.7. Il lessico religioso

Caratteristica interessante del linguaggio fascista e nazista è l'utilizzo del lessico religioso con lo scopo di affascinare l'uditorio ed elevare i due dittatori a nuovi Messia salvatori della Nazione. Ad esempio, Hitler parlava di *giuramenti di fedeltà* al Partito e, addirittura, concluse un suo discorso il 10 febbraio 1932 con la parola *Amen*.⁵⁷

Dal canto suo, il Duce – che prima di salire al potere parlava di *casta sacerdotale* e *chiesa socialista* – capì che, per ottenere il consenso dei cattolici, doveva avvalersi di termini tipici della religione, come *ideale, fede, spirito, martirio, comunione*. Inoltre, è interessante notare che il giornale *Corriere*, per parlare della cosiddetta *battaglia del grano*, aprì una rubrica chiamata *Pane nostro*, un chiaro richiamo al *Padre nostro*.⁵⁸

A sottolineare la sacralità delle parole dei due dittatori era la loro posizione rispetto al pubblico: parlavano sempre da un podio o da un balcone, in altri termini, dall'alto. In questo modo, affermavano il loro dominio sulla folla, e quest'ultima aveva l'impressione che le loro parole avessero una natura divina e che discendessero direttamente dal cielo.⁵⁹

Inoltre, altra strategia adottata da Mussolini era di fare riferimento a quelli che dovevano essere i pensieri dell'uditorio per accentuare la presunta comunione degli spiriti tra lui e la folla. Così facendo, l'animo delle persone si caricava di eccitazione, che lui poteva incanalare a suo piacimento.⁶⁰

⁵⁷ E. Golino, *op. cit.*, p. 182.

⁵⁸ *ivi*, p. 53.

⁵⁹ *ivi*, p.40.

⁶⁰ *ibidem*.

Perfino la Chiesa arrivò a contestare l'utilizzo del linguaggio cattolico del Duce. Infatti, in un articolo pubblicato il 22 febbraio 1940 dal quotidiano della Città del Vaticano *L'Osservatore romano*, si leggeva:

“Si potrà dire mistico tutto quello che è serio, che è religioso, che è compreso e fatto con senso profondo di responsabilità; ma non idolatriamo ciò che è umano e non umanizziamo ciò che è divino, nemmeno per abuso di linguaggio che porta confusione nelle coscienze; anche se nessuno pensa a dire cose non vere”.⁶¹

I riferimenti religiosi vengono utilizzati ancora oggi da diversi esponenti politici proprio per guadagnarsi la simpatia degli elettori di fede cattolica. È per questo che, in un Paese dichiaratamente laico, è possibile vedere uomini della politica giurare sul Vangelo o mostrare il crocifisso in occasioni in cui non vestono semplicemente i panni di cittadini della Repubblica Italiana, ma sono presenti in virtù del ruolo politico e istituzionale che ricoprono.

In più, oltre ai gesti simbolici, è possibile individuare nella storia recente un caso che richiama il parallelismo tra il *Padre nostro* e il *Pane nostro*: il *Credo laico di Forza Italia*,⁶² ossia una sorta di discorso con cui l'ex partito Forza Italia dichiarava i propri principi e valori.

⁶¹ *ivi*, p.77.

⁶² Consultabile all'indirizzo web: <http://www.forzaitalia.it/speciali/credolaico.pdf> (visitato il 10 settembre 2020).

Tale discorso richiama la preghiera cattolica *Credo* sia nel nome che nello stile. Infatti, entrambi i casi presentano un'anafora⁶³ all'inizio di ogni strofa: le strofe del *Credo* cattolico iniziano con la parola *credo*, quelle del *Credo laico* con *noi crediamo*. Inoltre, in entrambi i casi, ogni strofa è di per sé conclusiva, in quanto espone uno dei principi fondamentali della rispettiva “dottrina”.

In aggiunta, nel *Credo laico di Forza Italia* sono presenti due strofe con riferimenti evidenti a insegnamenti della religione cristiana:

“Noi crediamo nei valori della nostra tradizione cristiana, / nei valori irrinunciabili della vita, / del bene comune, / della libertà di educazione e di apprendimento, / della pace, / della solidarietà, / della giustizia, / della tolleranza, verso tutti, a cominciare / dagli avversari. // E crediamo soprattutto nel rispetto e nell'amore / verso chi è più debole, primi fra tutti / i malati, i bambini, gli anziani e gli emarginati”.

È importante rendersi conto quando la politica sfrutta il linguaggio e gli insegnamenti della religione per accaparrarsi il consenso degli elettori; e, soprattutto, occorre tenere a mente che il linguaggio religioso non dovrebbe entrare a far parte dei discorsi politici, poiché si rivolge alla sfera spirituale e alle emozioni delle persone, non al vivere comune, che invece necessita di essere gestito attraverso analisi razionali della realtà.

⁶³ La ripetizione della stessa parola o gruppo di parole all'inizio di versi o strofe successive.

II.8. Riflessione sull'omicidio di Willy Monteiro Duarte

Willy Monteiro Duarte, italiano di origini capoverdiane, è stato ucciso a calci e pugni la notte tra il 5 e il 6 settembre 2020, a Colleferro, vicino Roma. Al di là di chi siano i responsabili e di quale fosse il motivo con cui hanno agito – la giustizia farà il suo corso, oltre al fatto che questa tesi non vuole e non può essere né un tribunale né una gogna pubblica – vale la pena fare una riflessione sulla reazione dell'opinione pubblica riguardo l'accaduto.

Se da un lato sia esponenti di tutti gli schieramenti politici che cittadini comuni hanno espresso il proprio cordoglio per la morte del giovane ventunenne, e si augurano che giustizia venga fatta, dall'altro lato alcune persone hanno dato sfogo a forme di razzismo nei confronti di Willy, che era nero. Nell'edizione delle 20:00 del TG LA7 del giorno 8 settembre 2020,⁶⁴ è stato mostrato che una persona ha pubblicato sul proprio profilo Facebook il post:

“Come godo che avete tolto di mezzo quello
scimpanzé, siete degli eroi”.

E ancora, un'altra persona ha voluto commentare la vicenda soffermandosi sul fatto che Willy non poteva essere considerato italiano:

“Nato in Italia ventuno anni fa, non immigrato?
Per me sempre immigrato sei se sei nero, perché in
Italia non esistono persone nere, esistono persone

⁶⁴ È possibile vedere l'edizione delle 20:00 del TG LA7 del giorno 8 settembre 2020 all'indirizzo web: <https://tg.la7.it/repliche-tgla7?id=338553> (visitato il 9 settembre 2020).

nera immigrata. Per me rimarrai sempre un immigrato, puoi avere la cittadinanza italiana, ma sempre un immigrato sei. Per me sei italiano quando tu sei bianco, perché così dice la geopolitica”.

In base a quanto riportato da *Il Giornale*,⁶⁵ gli stessi familiari degli indagati avrebbero sminuito l'accaduto affermando:

“In fin dei conti cos’hanno fatto? Niente. Hanno solo ucciso un extracomunitario”.

I nomi di chi ha pronunciato tali frasi sono superflui, ma è importante riflettere sulle loro parole. Sono parole di intolleranza, che fanno emergere una visione del mondo basata sull’idea che ci sono vite che valgono meno di altre; una visione del mondo che, quantomeno, richiama alla mente quella dei fascisti e dei nazisti. Non si intende dire che le persone che le hanno pronunciate siano fasciste o naziste, ma, sicuramente, frasi simili alle loro sono state pronunciate spesso nel corso delle dittature del XX secolo, e sarebbe sbagliato non denunciarne la gravità.

Come finora dimostrato da questa tesi, le parole hanno un potere molto forte, e se queste parole vengono caricate di messaggi sbagliati e vengono ripetute impunemente, allora il rischio è che altre persone si convincano che c’è da gioire se un nero muore, solo perché è nero, anche se ucciso a botte, anche se indifeso, anche se troppo giovane per morire.

⁶⁵ V. Dardari, *Fraseshock dalla famiglia delle bestie su Willy: "Era solo un immigrato"*, in *Il Giornale online*, pubblicato l’8 settembre 2020, consultabile all’indirizzo web: <https://www.ilgiornale.it/news/cronache/i-familiari-dei-killer-era-solo-immigrato-1888384.html> (visitato il 9 settembre 2020).

Forse, le persone che hanno pronunciato quelle frasi, lo hanno fatto perché le hanno sentite dire da qualcun altro, e le hanno ripetute senza analizzarne il significato; nella peggiore delle ipotesi, lo hanno fatto perché credono davvero che se sei italiano vieni prima degli altri. Questo non è vero, come non era vero che italiani e tedeschi venissero prima di ebrei, omosessuali, comunisti, diversamente abili, rom e così via.

È fondamentale che tutti meditino su quello che dicono e su ciò che accettano che venga detto. La libertà di parola non può essere lo scudo con cui giustificare chi afferma che se uccidi un nero sei un eroe, che quel nero non era italiano perché i veri italiani sono bianchi, e che non è così grave se è stato ucciso, visto che era un extracomunitario (o sei convinto che fosse un extracomunitario).

Va tenuto a mente che deportazioni e stermini non sono iniziati appena Mussolini e Hitler sono saliti al potere, ma che la follia dilagante ha portato pian piano a quelle estreme conseguenze. E se da un lato è praticamente ovvio che in Europa non si ripresenterà una realtà del genere, dall'altro è fondamentale saper riconoscere il germe dell'intolleranza e dell'odio, denunciarlo e fare di tutto per estirparlo.

Concludendo, il messaggio è: meditate, meditiamo.

III. La manipolazione del linguaggio attuata dalla politica moderna

La presente tesi ha finora dimostrato che è possibile individuare delle similitudini tra le tecniche di manipolazione linguistica applicate dai regimi totalitari di Hitler e Mussolini, e quelle applicate oggi da partiti ed esponenti politici di tutti gli schieramenti.

In questo capitolo verranno approfondite le modalità con cui oggi la lingua venga manipolata per generare consenso, ottenere voti e con essi potere. Tuttavia, è importante tenere a mente che, sia le considerazioni emerse finora, che quelle che seguiranno, non intendono insinuare che personaggi politici contemporanei siano o aspirino a diventare dei dittatori al pari di Hitler e Mussolini, né tantomeno che siano fascisti o nazisti. D'altronde, come ha affermato Gianrico Carofiglio:

“Il totalitarismo della lingua non va sempre e necessariamente insieme al totalitarismo della forma di governo”.⁶⁶

L'analisi di questa tesi ha semplicemente lo scopo di individuare il modo in cui la mente delle persone venga manipolata attraverso il linguaggio e le formule utilizzate, e di permettere ai lettori di rimanere vigili ed essere in grado di capire se e quando qualcuno stia cercando di manipolarli.

⁶⁶ G. Carofiglio, *op. cit.*, p.42.

III.1. La manipolazione delle parole

La manipolazione del significato delle parole, del cui obiettivo si è già ampiamente parlato nei capitoli precedenti, è una strategia di manipolazione del pensiero ancora oggi ampiamente diffusa, ed è per questo che vale la pena analizzarne gli esempi più eclatanti.

III.1.a. Il termine *amore*

Il termine *amore* è stato utilizzato in Italia per parlare alla sfera prerazionale delle persone, quindi fare leva sui loro sentimenti e istinti, affinché diventassero più facilmente manipolabili – proprio come avviene nei regimi totalitari.

Il caso del Partito dell'Amore, fondato nel 1991, è il più eclatante: come spiegato da Gianrico Carofiglio,⁶⁷ se da un lato il nome faceva riferimento ad un sentimento che suscita pensieri positivi negli elettori – oltre a richiamare la religione, che si basa, appunto, sull'amore verso il prossimo – dall'altro lato, il suo fondatore ha più volte offeso i propri avversari, mostrando uno spirito ben poco amorevole:

- “Veltroni è un coglione” (03/09/1995);
- “Il centro-sinistra? Mentecatti, miserabili alla canna del gas” (04/04/2000);
- “Giuliano Amato, l'utile idiota che siede a Palazzo Chigi” (21/04/2000).

⁶⁷ *ivi*, p. 52-53.

Inoltre, riprendendo i richiami alla religione, è interessante soffermarsi sulla sua dichiarazione:

“Sono in politica perché il Bene prevalga sul Male. Se la sinistra andasse al governo, l’esito sarebbe questo: miseria, terrore, morte”.⁶⁸

La contrapposizione tra bene e male è, di fatti, un tema ricorrente in tutte le religioni del mondo, mentre non ha – o non dovrebbe avere – nulla a che vedere con la politica, che dovrebbe fare riferimento unicamente alla giustizia stabilita dalla Costituzione e dalle leggi.

Inoltre, Silvio Berlusconi si è avvalso del termine *amore*, contrapponendolo al termine *odio*: infatti, lo utilizzò per dare il titolo al libro *L’amore vince sempre sull’invidia e sull’odio*, in cui ha raccolto tutti i messaggi di sostegno che gli erano stati mandati in seguito all’aggressione subita a Milano nel 2009.⁶⁹

In un’intervista a *La Repubblica*, Carofiglio, parlando di Berlusconi, ha dichiarato:

“Prende parole importanti, le svuota, le usa come armi da scagliare contro gli avversari o contro chi, semplicemente, non accetta di pensarla come lui. [...] (Un esempio è) la parola amore che lui, alludendo al suo partito privato, adopera con grande facilità ma con una mimica facciale, un linguaggio del corpo che evocano odio per l’avversario, voglia rabbiosa di

⁶⁸ *ibidem*.

⁶⁹ *ivi*, p. 49.

annientarlo. La parola amore diventa una mazza ferrata”.⁷⁰

Inoltre, Umberto Galimberti ha fortemente contestato i riferimenti ai sentimenti e alle emozioni di cui si avvalgono i politici per ottenere consenso:

“Un potere che si regge su basi emotive è un potere che regredisce alla logica primitiva dell'amico/nemico, da cui la cultura occidentale ha cercato di emanciparsi proprio attraverso la politica, intesa come gestione razionale di interessi contrastanti e non come tifoseria da stadio, dove l'amore per la propria squadra e l'odio per l'avversario sono impermeabili a qualsiasi giudizio critico. Se la democrazia funziona per argomenti, competenze, scelte ponderate, obiezioni critiche, un potere che si regge su basi emotive è molto pericoloso, perché ha già oltrepassato la linea di demarcazione della democrazia”.⁷¹

⁷⁰ L. Milella, *Berlusconi è un ladro di parole indifferente alle macerie del Paese*, intervista a G. Carofiglio in *la Repubblica*, articolo del 13 marzo 2010 consultabile all'indirizzo web: <https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2010/03/13/berlusconi-un-ladro-di-parole-indifferente-alle.html> (visitato il 13 settembre 2020).

⁷¹ U. Galimberti, *Quando vince l'irrazionale* in *la Repubblica*, articolo del 25 marzo 2010 consultabile all'indirizzo web: <https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2010/03/25/quando-vince-irrazionale.html> (visitato il 13 settembre 2020).

Con questa affermazione, Galimberti ribadisce quanto finora affermato da questa tesi, e introduce un altro termine oggi fortemente manipolato: *democrazia*.

III.1.b. Il termine *democrazia*

Tradizionalmente, la democrazia viene intesa come “forma di governo in cui il potere risiede nel popolo, che esercita la sua sovranità attraverso istituti politici diversi [...]”.⁷² Perciò si può affermare che per *democrazia* si intende *governo del popolo*.

Durante la sopracitata lezione alla Biennale Democrazia di Torino, Zagrebelsky ha analizzato il modo in cui questo termine sia stato strumentalizzato e snaturato agli inizi del Novecento; infatti, si parlava di *democrazia cristiana*, ossia “l’impegno cattolico **per** il popolo, avente come scopo il conforto e l’elevamento delle classi inferiori”.

Cambiando una semplice preposizione è stato possibile modificare il significato del termine *democrazia* in maniera sostanziale, poiché qualunque governo che abbia dichiarato di agire per il popolo ha potuto definirsi democratico, inclusi il fascismo, che dichiarava di essere al servizio della Nazione (quindi di agire **per** la Nazione), e il regime sovietico, che indicava come democratico “tutto ciò che serve agli interessi del popolo” (quindi tutto ciò che viene fatto **per** il popolo).

Se si considera che anche i regimi dittatoriali hanno potuto legittimare le proprie azioni avvalendosi del termine *democrazia*, diventa chiaro il contributo di Giovanni Sartori, che ha affermato:

⁷² Definizione del termine *democrazia* consultabile in *Vocabolario Online Treccani* all’indirizzo web: <https://www.treccani.it/vocabolario/democrazia/> (visitato il 16 settembre 2020).

“Viviamo nell’età della confusione democratica, della ‘democrazia confusa’. [...] Se uno stesso vocabolo può nobilitare pratiche tanto opposte e ripugnanti, è chiaro che quel nome non significa più nulla, e che non sappiamo di cosa stiamo parlando”.⁷³

Nonostante il significato di *democrazia* possa essere considerato quantomeno nebuloso, Zagrebelsky ha proseguito la propria lezione osservando che tutti i politici, ancora oggi, dichiarano di credere fermamente nei valori della democrazia, e lo fanno solo perché nella mentalità comune si tratta dell’unica forma di governo accettabile; quindi, si dichiarano democratici per ottenere il consenso dell’elettorato, non perché ne riconoscano l’effettiva l’importanza.

Un concetto interessante riguardo l’ambiguità del termine in analisi era stato espresso anche da George Orwell:

“Nel caso di una parola come *democrazia* non solo non esiste una definizione condivisa ma il tentativo di costruirne una trova resistenze da ogni parte. È sentimento quasi universale che quando definiamo “democratica” una nazione la stiamo lodando: di conseguenza i difensori di qualunque regime proclamano che esso è una democrazia e temono che dovrebbero smettere di usare questa parola se le fosse dato un significato univoco”.⁷⁴

⁷³ G. Sartori, *Democrazia e definizioni*, il Mulino, Bologna, 1972, p. 10-11.

⁷⁴ G. Orwell, *Politics and the English Language*, in *Horizon*, 13 (1946), p.252-265, trad. e ed. it. di U. Mesina, 2009, consultabile all’indirizzo web:

In altre parole, se tutti pensano che la democrazia sia positiva, ma ognuno ha la propria idea su cosa essa sia, dichiararsi democratici, senza specificare cosa questo significhi, fa sì che tutti diano a tale affermazione il significato che loro stessi gli attribuiscono, e che, quindi, simpatizzino automaticamente per chi la pronuncia.

Pertanto, attraverso queste considerazioni, è possibile intuire il motivo per cui Berlusconi, nel 1999, abbia accusato la sinistra di voler impedire “una vera democrazia”;⁷⁵ o anche il motivo per cui oggi in Italia esista un partito il cui nome è proprio Partito Democratico.

III.1.c. Il termine *parola d'ordine*

Come osserva Carofiglio,⁷⁶ la sinistra italiana ha spesso utilizzato l'espressione *le parole d'ordine della sinistra* per riferirsi ai valori che sono alla base del proprio schieramento politico.

Tuttavia, tale locuzione rappresenta un paradosso: infatti, una parola d'ordine è un termine per natura segreto, che viene utilizzato da una cerchia ristretta per superare un controllo e accedere a luoghi o informazioni private, che possono essere fisiche o virtuali (nel caso, ad esempio, dei social media).

Inoltre, sono parole svuotate del loro significato: dovendo semplicemente permettere l'accesso a informazioni nascoste, infatti, non c'è bisogno che trasmettano alcun messaggio, né che siano pertinenti all'ambito in cui vengono utilizzate.

https://initaliano.files.wordpress.com/2009/09/orwell_it_politics-and-the-english-language4.pdf (visitato il 16 settembre 2020).

⁷⁵ G. Carofiglio, *op. cit.*, p. 45.

⁷⁶ *ivi*, p. 57-58.

Da tali premesse, si evince che è improprio definire i termini *uguaglianza*, *giustizia* e *lavoro* come *le parole d'ordine* di uno schieramento politico, poiché significa privarle del loro significato tanto importante, renderle poco inclusive e ripeterle come semplici slogan.

III.1.d. Il termine *lodo*

Lodo è un termine della lingua del diritto che indica una “formula di transazione o di compromesso in una controversia, proposta da una persona di riconosciute imparzialità e autorevolezza”.⁷⁷

Come spiega Carofiglio,⁷⁸ questa definizione è fondamentale per comprendere il modo in cui il termine *lodo* sia stato manipolato per ottenere l’approvazione, nel 2003, della legge numero 140, chiamata *lodo Schifani*. Tale legge prevedeva l’immunità e la sospensione dei processi in corso del Presidente della Repubblica, del Capo del Governo, dei Presidenti di Camera e Senato e del Presidente della Consulta; venne dichiarata incostituzionale nel 2004.

Analizzando la definizione sopra riportata, è possibile comprendere i motivi per cui denominare la legge 140 *lodo* fosse fuorviante e ne alterasse la natura: *in primis*, occorre notare che utilizzare il termine *lodo* per indicare un provvedimento che ha valore ed efficacia di legge è errato, poiché il *lodo* è semplicemente un documento compromissorio. Inoltre, il *lodo Schifani* non venne proposto per risolvere una controversia, ma per garantire l’immunità a Silvio Berlusconi, che all’epoca era Capo del Governo, nonché imputato di corruzione in atti giudiziari nel processo

⁷⁷ G. Devoto e G. C. Oli, *Il Devoto-Oli. Vocabolario della lingua italiana. 2011*, Le Monnier, Milano, 2010, p. 1587.

⁷⁸ G. Carofiglio, *op. cit.*, p. 78-80.

SME. Infine, Schifani, che lo aveva formulato, non era “una persona di riconosciuta imparzialità,” bensì un forte simpatizzante di Berlusconi, dal momento che faceva parte del partito Forza Italia, di cui l’ex Premier era presidente (a onor del vero, Schifani è ancora oggi membro del partito di Berlusconi).

È evidente che la scelta del termine *lodo* non sia stata casuale, ma mirasse a far passare l’idea che la legge 140 fosse un compromesso imparziale il cui scopo era di risolvere una controversia, e non un atto incostituzionale che, per proteggere un individuo, violava il principio secondo cui la legge è uguale per tutti.

III.1.e. Il termine *prescrizione*

Per capire il modo in cui il termine *prescrizione* sia stato manipolato nella storia recente, occorre, prima di tutto, avere chiaro di cosa si tratti:

“La prescrizione del reato (artt. 157-161 c.p.) determina l’estinzione dello stesso sul presupposto del trascorrere di un determinato periodo di tempo. La ratio di questo istituto risiede nel fatto che, a distanza di molto tempo, viene meno l’interesse dello Stato sia a punire un comportamento penalmente rilevante, sia a tentare il reinserimento sociale del reo”.⁷⁹

⁷⁹ Definizione del termine *prescrizione* consultabile in *Enciclopedia Online Treccani* all’indirizzo web <https://www.treccani.it/enciclopedia/prescrizione-diritto-penale/> (visitato il 17 settembre 2020).

Da ciò si evince che, quando un reato cade in prescrizione, gli imputati vengono riconosciuti colpevoli di aver compiuto quel dato reato, ma non scontano la pena.

Il significato di *prescrizione* diventa fondamentale all'interno della vicenda del Processo Mills, iniziato nel 2007 e concluso nel 2012. Gli imputati erano l'avvocato inglese David Mills e Silvio Berlusconi, accusati di corruzione in atti giudiziari.

Nel 2009, Mills venne riconosciuto responsabile del reato di corruzione per aver accettato denaro da parte di Berlusconi in cambio di dichiarare il falso nei processi per le tangenti alla Guardia di Finanza e All Iberian; tuttavia, non scontò la pena, poiché il reato cadde in prescrizione. Lo stesso accadde tre anni dopo a Berlusconi: il reato sussisteva ma scattò la prescrizione.⁸⁰

Ebbene, il 26 febbraio 2010 andò in onda la quotidiana edizione del TG1 delle ore 13:30, in cui venne dichiarato che Mills era stato assolto.

A questo punto, occorre chiarire che l'assoluzione consiste nel "proscioglimento dell'imputato nel dibattimento processuale per motivi che riguardano la sua responsabilità: *sentenza, verdetto di a.; formula di a.; a. per non aver commesso il fatto, perché il fatto non sussiste o non costituisce reato*".⁸¹ Questo significa che l'imputato viene assolto perché non viene considerato colpevole.

⁸⁰ *La cronologia del caso Mills*, in *La Stampa*, 25 febbraio 2012, consultabile all'indirizzo web:

<https://www.lastampa.it/politica/2012/02/25/news/la-cronologia-del-caso-mills-1.36502828>
(visitato il 17 settembre 2020).

⁸¹ Definizione del termine *assoluzione* consultabile in *Vocabolario Online Treccani* all'indirizzo web:

[https://www.treccani.it/vocabolario/assoluzione/#:~:text=%E2%80%93%20L%27atto%20de%20il%27assolvere,o%20non%20costituisce%20reato%20\(a.&text=da%20ogni%20imputazione](https://www.treccani.it/vocabolario/assoluzione/#:~:text=%E2%80%93%20L%27atto%20de%20il%27assolvere,o%20non%20costituisce%20reato%20(a.&text=da%20ogni%20imputazione)
(visitato il 17 settembre 2020).

Attraverso la definizione di *prescrizione* e quella di *assoluzione*, è possibile capire che è totalmente sbagliato e fuorviante utilizzare il secondo termine al posto del primo, ed è per questo che in molti si opposero a quanto accaduto: ad esempio, la Società Pannunzio per la libertà d'informazione scrisse una lettera a Bruno Tucci, ex Presidente dell'Ordine dei giornalisti di Roma, in cui affermò:

"Dato che non possiamo immaginare che un Direttore e un'intera redazione non conoscano la differenza tra assoluzione e prescrizione di un reato accertato e sanzionato in due gradi di giudizio e confermato dalla stessa Corte di Cassazione; dato che non possiamo immaginare che il TG1 e il suo Direttore non sappiano quale responsabilità e potere essi abbiano sulla formazione dell'opinione pubblica italiana, riteniamo che sia stato compiuto non un involontario errore (che peraltro non è stato seguito da alcuna rettifica) ma, dolosamente, una gravissima lesione della deontologia professionale [...]".⁸²

Infatti, dovere dei giornalisti è quello di riportare notizie vere, per permettere alle persone di giudicare i fatti in maniera oggettiva. Come ha finora dimostrato questa tesi, sostituire il termine *prescrizione* con *assoluzione* modifica completamente la realtà dei fatti e riscrive la storia.

⁸² C. Saviano, "Dal Tg1 notizie false sul caso Mills"
appello a Rai e Ordine da migliaia di cittadini, in *la Repubblica*, 28 febbraio 2010, consultabile all'indirizzo web: https://www.repubblica.it/politica/2010/02/28/news/appello_tg1-2460213/ (visitato il 17 settembre 2020).

Inoltre, confonde le persone e le rende manipolabili, dal momento che crea un grave precedente: infatti, chi non è esperto di diritto penale potrebbe convincersi che i due termini siano sinonimi, e avere automaticamente una visione distorta della realtà ogni volta che vengono pronunciati.

III.2. Contraddizioni nelle affermazioni dei politici

Come già analizzato, il regime del Grande Fratello in 1984 si avvaleva del bipensiero, per potersi contraddire palesemente senza che il popolo se ne rendesse conto.

Ebbene, le contraddizioni non costituiscono unicamente una strategia di manipolazione caratteristica della realtà distopica di Orwell; bensì, sono un espediente che, al giorno d'oggi, permette a molti politici di affermare tutto e il contrario di tutto nell'arco di pochi giorni e senza che molte persone se ne rendano conto.

Non serve tornare troppo indietro nel tempo per individuare il primo esempio di un politico che ha smentito se stesso: Matteo Renzi, all'epoca dell'accaduto Capo del Governo e Segretario del Partito Democratico, aveva più volte dichiarato che, se il referendum del 2016 fosse stato bocciato dagli italiani, avrebbe lasciato la politica:

- “Nel caso in cui perdessi il referendum, considererei conclusa la mia esperienza politica” (*La Repubblica*, 20 gennaio 2016).⁸³

⁸³ F. Giovannetti (video di), *Senato, Renzi: "Se perdo referendum si conclude la mia esperienza politica"*, in *La Repubblica*, 20 gennaio 2016. Consultabile all'indirizzo web: <https://video.repubblica.it/dossier/governo-renzi/senato-renzi-se-perdo-referendum-si-conclude-la-mia-esperienza-politica/225574/224837> (visitato il 22 settembre 2020).

- “Il referendum è su questo. Se lo vinciamo, l’Italia diventerà un Paese più semplice e più stabile. Se lo perdiamo, vado a casa. Per serietà. Non resto aggrappato alla poltrona. Questa è personalizzazione? No. Questa è serietà” (*L’Eco di Bergamo*, 21 maggio 2016).⁸⁴
- “Se il referendum andrà male continuerò a seguire la politica come cittadino libero e informato, ma cambierò mestiere. Vuole uno slogan semplice? O cambio l’Italia o cambio mestiere” (*Il Foglio*, 2 giugno 2016).⁸⁵

Renzi ha evidentemente contraddetto se stesso quando, alla vittoria del *No* al referendum, non ha abbandonato la politica, ma ha solo rassegnato le dimissioni come Presidente del Consiglio; nel 2019, ha addirittura fondato un nuovo partito, Italia Viva.

Ovviamente, le contraddizioni non sono prerogativa di un unico schieramento politico; anzi, è possibile individuarne anche tra le fila degli altri partiti: ad esempio, nel luglio 2019, l’allora Vicepresidente del Consiglio Luigi Di Maio aveva dichiarato durante un’intervista a *Uno Mattina* su *Rai 1*:

⁸⁴ G. Gandola, *L’Eco intervista il premier Renzi “Voglio ridurre i costi e poltrone”*, in *L’Eco di Bergamo*, 21 maggio 2016. Articolo consultabile all’indirizzo web: https://www.ecodibergamo.it/stories/bergamo-citta/leco-intervista-il-premier-renzi-voglio-ridurre-i-costi-e-pure-i-posti_1183734_11/ (visitato il 21 settembre 2020).

⁸⁵ C. Cerasa, “*O cambio l’Italia o cambio mestiere*” in *Il Foglio*, 2 giugno 2016. Articolo consultabile all’indirizzo web: <https://www.ilfoglio.it/politica/2016/06/02/news/o-cambio-litalia-o-cambio-mestiere-intervista-a-renzi-96813/> (visitato il 21 settembre 2020).

“Io col partito di Bibbiano non voglio averci nulla a che fare. Col partito che in Emilia-Romagna toglieva alle famiglie i bambini con l’elettroshock per venderseli, io non voglio avere nulla a che fare”.⁸⁶

Eppure, in seguito alla crisi di governo del mese di agosto, a settembre 2019 è nato il governo Conte II, composto dalla coalizione di Movimento 5 Stelle, Partito Democratico (il “Partito di Bibbiano”), Italia Viva e Liberi e Uguali. Ciò che è rilevante è che, con il nuovo governo, Di Maio abbia assunto la carica di Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, un ruolo che certamente non gli avrebbe permesso di non avere nulla a che fare con il PD.

O ancora, in merito al Coronavirus, Matteo Salvini ha dichiarato in una diretta Facebook del 21 febbraio 2020:

“Blindiamo, sigilliamo i nostri confini”.⁸⁷

Tuttavia, il 27 febbraio 2020, ha lanciato un appello ai turisti di tutto il mondo attraverso un’altra diretta:

⁸⁶ Di Maio al Pd: “Mai col partito di Bibbiano che toglie bimbi a famiglie”. I dem: “Quereliamo”, in *Il Fatto Quotidiano*, 18 luglio 2019. Articolo consultabile all’indirizzo web: <https://www.ilfattoquotidiano.it/2019/07/18/di-maio-al-pd-m5s-mai-col-partito-di-bibbiano-i-dem-accostamento-demenziale-quereliamo/5335304/> (visitato il 21 settembre 2020).

⁸⁷ Diretta Facebook sul profilo di Matteo Salvini all’indirizzo web: https://www.facebook.com/watch/live/?v=1290455067810243&ref=watch_permalink (visitato il 22 settembre 2020).

“L’Italia è il Paese più bello del mondo, veniteci se siete all’estero, senza nessuna paura”.⁸⁸

È da considerare quantomeno contraddittorio invocare la chiusura dei confini per poi invitare i turisti esteri in Italia, poiché, oltre al fatto che sono prese di posizione totalmente opposte, l’esistenza di una pandemia mondiale implica che, indipendentemente dallo Stato o dal continente da cui si provenga, si possa essere veicolo della malattia in questione.

Si potrebbe continuare all’infinito con l’analisi di simili contraddizioni, ma vale la pena proseguire lo studio della propaganda politica moderna, e osservare il modo in cui oggi le campagne elettorali si avvalgano delle medesime strategie comunicative delle campagne pubblicitarie.

⁸⁸ Diretta Facebook sul profilo di Matteo Salvini all’indirizzo web: <https://www.facebook.com/252306033154/videos/1285250491671628> (visitato il 22 settembre 2020).

IV. Analogie tra il linguaggio politico e il linguaggio pubblicitario

Come anticipato, al giorno d'oggi le campagne elettorali vengono portate avanti come se fossero delle campagne pubblicitarie, a partire dalla struttura dei manifesti fino ad arrivare al linguaggio utilizzato. Infatti, in entrambi i casi vengono sfruttate ampiamente le cosiddette *implicature conversazionali*, ossia concetti che non vengono dichiarati esplicitamente, ma che vengono lasciati intendere direttamente al lettore o ascoltatore, e che, se oculatamente usati, permettono di convincerlo di qualunque cosa si voglia.

L'efficacia delle implicature è assicurata dal Principio di Cooperazione e dalle Massime Conversazionali, elaborate dal filosofo inglese Herbert Paul Grice nel XIX secolo. Vale la pena fare una digressione su tale principio prima di proseguire con l'analisi di specifici manifesti politici e pubblicitari.

IV.1. Il Principio Di Cooperazione, le Massime Conversazionali e le implicature

Il Principio di Cooperazione prevede che ciascun partecipante a una conversazione si impegni a perseguire lo scopo della conversazione stessa, assicurandosi che il proprio contributo sia pertinente e che venga fornito al momento giusto.⁸⁹ Si tratta di un tacito accordo tra interlocutori che si basa su quattro norme, le Massime Conversazionali:

⁸⁹ E. Lombardi Vallauri, *op. cit.*, p. 43-44.

1. **Massima della Quantità:** occorre fornire tutte e solo le informazioni necessarie.

Questo significa che non bisogna dare né troppe né troppo poche informazioni: ad esempio, di fronte alla domanda: “Cosa hai mangiato a colazione?”, rispondere: “Cibo” significherebbe dare una quantità di informazioni insufficiente; rispondere: “Una fetta di pane bianco con i bordi leggermente bruciacchiati, con dieci grammi di marmellata di more e una tazza di latte di mucca scremato e riscaldato a trenta gradi centigradi” significherebbe dare fin troppe informazioni; mentre rispondere: “Una fetta di pane e marmellata e una tazza di latte” corrisponde al fornire all’altra persona la quantità di informazioni che si aspettava per soddisfare la sua domanda.

2. **Massima della Qualità:** è bene non dire ciò che si crede essere falso o per cui non si hanno prove adeguate.

Evidentemente, alla domanda: “Che tempo fa oggi?”, non è cooperativo rispondere: “C’è il sole” se si ha la certezza che stia piovendo o se non si ha prima verificato che ci sia effettivamente il sole. Un’informazione falsa, infatti, fa sì che l’obiettivo primario dell’atto comunicativo – in questo caso, scoprire il meteo della giornata – venga meno.

3. **Massima della Relazione:** bisogna essere pertinenti.

Ciò significa che, ad esempio, alla domanda: “Quale sport fai?” non si possa rispondere con un’affermazione totalmente discordante, come: “Oggi c’era molto traffico”, poiché non avrebbe senso. Tutto quello che viene detto deve essere attinente a ciò di cui si sta parlando, e ogni cosa a cui si fa riferimento deve riguardare gli interlocutori, o almeno essere conosciuta da tutti. Inoltre, il dialogo deve apparire logico e appropriato al contesto.

4. **Massima del Modo:** è fondamentale essere chiari.

Con questa massima, Grice non fa riferimento a cosa viene detto, ma a come viene detto: suggerisce di procedere in modo ordinato evitando l'oscurità di espressione, l'ambiguità e la prolissità non necessaria. Per capire l'importanza del procedere con ordine è sufficiente osservare le seguenti affermazioni:

- Il cavaliere solitario saltò sul suo cavallo e cavalcò contro il tramonto;

- Il cavaliere solitario cavalcò contro il tramonto e saltò sul suo cavallo.

È evidente che la seconda affermazione sia ambigua, e che possa creare un'immagine confusa nella testa del destinatario.

Senza esserne consapevoli, tutti si attengono al Principio di Cooperazione di Grice, e si aspettano che i propri interlocutori facciano lo stesso. È così che, se un enunciato non espone esplicitamente le informazioni richieste o pertinenti allo scopo dell'atto comunicativo, queste ultime vengono dedotte automaticamente, e prendono il nome di *implicature conversazionali*. Ad esempio, in questa conversazione:

A: “Vuoi un gelato?”

B: “Ho già mangiato un panino.”

B non sta rispondendo esplicitamente ad A che non vuole un gelato perché è sazio, ma tale informazione viene dedotta da A, poiché dà per scontato che B abbia voluto dare una risposta pertinente alla sua domanda.

O ancora:

A: “Lucia è a casa?”

B: “C’è una busta della spesa in cucina.”

Anche in questo caso, B non sta dando una risposta esplicita ad A, ma A deduce che Lucia sia andata e tornata dal supermercato o, in alternativa, sapendo già che fosse andata a fare la spesa, deduce che ormai sia tornata.

Da tali esempi si evince che le persone cercano sempre di dare un senso a quello che viene detto loro, perciò, quando apparentemente alcune affermazioni risultano non cooperative, ne estrapolano il contenuto implicito – ossia le implicature – in base al contesto o alle loro conoscenze pregresse.

IV.2. Le implicature conversazionali nei manifesti pubblicitari

È possibile individuare numerosi esempi di sfruttamento delle implicature conversazionali nei manifesti pubblicitari, utilizzate con lo scopo di convincere i potenziali acquirenti che il prodotto promosso sia il migliore nel suo genere.

Ad esempio, Vallauri⁹⁰ ha osservato come lo slogan sul manifesto dei biscotti Plasmon “Sano come un Plasmon” (fig.4) abbia il potere di convincere le persone che i biscotti di tale



Figura 1: *Sano come un Plasmon.*

⁹⁰ *ivi*, p. 52.

marca siano i più sani in circolazione; infatti, dal momento che il biscotto *Plasmon* viene utilizzato come elemento di comparazione, l'implicatura che se ne ricava è che sia l'esempio emblematico di cibo sano.

Ovviamente, asserire che i biscotti Plasmon siano l'alimento più sano che esiste sarebbe un'esagerazione che verrebbe di sicuro criticata dai destinatari di tale slogan; al contrario, non esprimere tale concetto esplicitamente, ma farlo intendere, rende le persone molto più inclini ad accettarlo, soprattutto perché si tratta di una conclusione a cui – apparentemente – arrivano in autonomia.

Ulteriore esempio di slogan che mirava ad esaltare la qualità del prodotto proposto è quello dei succhi di frutta Santál: “Frutta da bere”



Figura 5: *Frutta da bere*.

(fig.5). È noto che i consumatori preferiscano i succhi di frutta ottenuti dalla lavorazione della frutta fresca e non dalla diluizione dei concentrati con l'aggiunta di sostanze artificiali, perciò, per convincerli a scegliere il proprio prodotto, l'azienda Santál ha

optato per uno slogan in grado di esprimere l'implicatura: “Questo succo è del tutto naturale, realizzato utilizzando il 100% di frutta, senza l'aggiunta di dolcificanti o altri ingredienti chimici”. Esprimere lo stesso concetto in maniera esplicita sarebbe stato ben poco accattivante e, in più, avrebbe risvegliato lo spirito critico dei potenziali acquirenti, portandoli a dubitare della veridicità di tale affermazione.

Altra tecnica utilizzata per trasmettere implicature conversazionali consiste nell'accostare un enunciato al nome del prodotto pubblicizzato, per far sì che si crei l'implicatura secondo cui l'affermazione sia riferita proprio al prodotto (per la Massima della Relazione). Ne è un esempio la

pubblicità dell'Audi 80, che presenta l'enunciato: "Più comodi sono gli interni e il bagagliaio, più comodi sono i passeggeri e i bagagli. Nuova Audi 80, una logica stringente" (fig.6). Come afferma Vallauri,⁹¹ la prima affermazione può essere valida per qualunque automobile, perciò



Figura 6: Più comodi sono gli interni e il bagagliaio, più comodi sono i passeggeri e il bagaglio. Nuova Audi 80, una logica stringente.

dichiarare che valga più per l'Audi 80 che per le altre auto in commercio non sarebbe convincente. Al contrario, accostare il nome dell'auto pubblicizzata a quell'enunciato fa sì che venga trasmessa l'implicatura secondo cui l'Audi 80 possa essere considerata un esempio di comodità.

In altri casi può capitare che le pubblicità si avvalgano di stereotipi, in quanto facilitano la trasmissione delle implicature: ad esempio, è noto che il cioccolato svizzero sia di alta qualità, perciò lo slogan del 2014 della pubblicità del cioccolato italiano Novi: "È svizzero? No, Novi!" (fig.7 e 8) aiuta a trasmettere il messaggio che il cioccolato Novi sia di pari, se non migliore, qualità rispetto al famoso corrispettivo svizzero.



Figure 7 e 8: È svizzero? No, Novi.

⁹¹ *ivi*, p.57.

In questo caso, l'implicatura è dovuta al fatto che non avrebbe senso rispondere fornendo il nome della marca di cioccolato se questo non fosse sinonimo di specialità.

Altro esempio di implicatura presente in uno spot pubblicitario basato su un botta e risposta è quello del detersivo per capi in lana Perlana, datato 1981 (fig.9). Lo spot recita: “È nuovo? No, lavato con



Figura 9: È nuovo? No, lavato con Perlana.

Perlana”; il contenuto implicito trasmesso è che il prodotto pubblicizzato sia così delicato che i capi continuino ad apparire come appena acquistati anche dopo molti lavaggi. Di nuovo, tale implicatura viene dedotta poiché, per la Massima della Relazione, non avrebbe senso dare una tale risposta se non si volesse intendere che esiste un legame tra il detersivo utilizzato e l'aspetto del maglione.

Come analizzato finora, in pubblicità vengono prevalentemente sfruttate le implicature dovute alla Massima della Relazione, ma occorre sottolineare che la loro efficacia sia dovuta per lo più alla distrazione con cui i potenziali acquirenti ascoltano o leggono le pubblicità. Può risultare interessante approfondire questo aspetto.

IV.2.a. Il ruolo della scarsa attenzione del destinatario

Come accennato, l'efficacia delle pubblicità è dovuta al fatto che le implicature vengono accolte acriticamente dai potenziali acquirenti, poiché questi ultimi non prestano attenzione agli slogan presentati dalle pubblicità stesse.

Un esperimento descritto da Wänke e Reutner⁹² mostra come tale distrazione possa rendere le persone inclini ad accettare qualunque cosa.

Ad un gruppo di soggetti venne chiesto di scegliere tra una crema corpo semplice e una senza recitina; ad un altro gruppo venne chiesto di scegliere tra una crema corpo semplice e una con recitina. I soggetti del primo gruppo preferirono la versione che non la conteneva, quelli del secondo, la versione che la conteneva.

Nel primo caso, l'implicatura ricavabile era che la recitina fosse una sostanza nociva, poiché, se non lo fosse stata, per la Massima della Relazione, non avrebbe avuto senso specificare che una delle due creme ne fosse priva.

Analogamente, nel secondo caso, se non si fosse trattato di una sostanza desiderabile, non avrebbe avuto senso specificare che una delle due creme la contenesse.

Questo esperimento ha provato che, quando l'informazione necessaria per dare senso al messaggio è assente, sono le persone stesse a ricavarla tramite implicatura conversazionale. Allo stesso tempo, ha dimostrato che tutto ciò che viene assunto tramite implicatura non viene vagliato criticamente: infatti, se i soggetti di entrambi i gruppi si fossero soffermati meglio sulla scelta, avrebbero scoperto che la recitina, in realtà, non esiste. Le persone hanno semplicemente dato per scontato che la sua presenza o assenza fosse rilevante.

⁹² M. Wänke e L. Reutner, *Pragmatic Persuasion: How Communicative Processes Make Information Appear Persuasive in The Psychology of Attitudes and Attitude Change* a cura di J.P. Forgas, J. Cooper e W.D. Crano, Psychology Press, New York, p. 183-197.

IV.3. Le implicature conversazionali nei discorsi politici dovute alla Massima della Relazione

In politica, si fa largo uso delle implicature conversazionali, poiché queste permettono di trasmettere qualunque messaggio senza esprimerlo esplicitamente. Come afferma Edoardo Lombardi Vallauri:

“Questo assume una particolare importanza se il contenuto dell’implicatura è qualcosa di discutibile o addirittura di falso. In questo caso, il vantaggio a fini persuasivi è che l’emittente non si espone del tutto come la fonte di contenuti che, se asseriti esplicitamente, sarebbero facilmente riconosciuti poco veritieri; è invece il destinatario che li integra ‘di sua iniziativa’, e quindi è meno portato a metterli in discussione”.⁹³

Il manifesto del partito Fratelli d’Italia (fig.10) sfrutta questa strategia: infatti, dichiarare che l’Italia auspicata dal partito sia un’Italia “libera, forte e coraggiosa” comunica implicitamente che gli altri partiti politici non abbiano lo stesso obiettivo.



Figura 10: *LIBERA, FORTE, CORAGGIOSA. L'ITALIA CHE VOGLIAMO.*

⁹³ E. Lombardi Vallauri, *op. cit.*, p. 49.

Questo slogan è stato adattato per i manifesti elettorali realizzati in vista delle elezioni regionali del 20 e 21 settembre 2020 (fig.11 e 12). In questo modo, il messaggio comunicato è che i candidati dei partiti avversari non abbiano intenzione di rendere “libera, forte e coraggiosa” la regione della quale aspirano a diventare governatori; infatti, per la Massima della Relazione, viene dato per scontato che lo slogan voglia dare un’informazione nuova, ma, soprattutto, pertinente e utile agli elettori nella scelta del governatore. Difatti, sarebbe inutile comunicare di avere un’intenzione che, in realtà, è comune a tutti gli altri partiti.



Figura 11: *LIBERA, FORTE E CORAGGIOSA. LA LIGURIA CHE VOGLIAMO.*



Figura 12: *LIBERA, FORTE E CORAGGIOSA. LA CAMPANIA CHE VOGLIAMO.*

In maniera analoga, i manifesti di Nicola Zingaretti della campagna di comunicazione PD-SiamoEuropei (fig.13, 14, 15,16), realizzata in vista delle elezioni europee di maggio 2019, portavano gli elettori a pensare che gli avversari politici di Zingaretti volessero diffondere la paura, costruire muri, causare la recessione e difendere chi voleva distruggere l’ambiente – a discapito degli investimenti nella scuola, della speranza dei cittadini, dello sviluppo economico e del pianeta. Ovviamente, tali idee non avrebbero potuto essere espresse esplicitamente, poiché molti le avrebbero percepite come esagerazioni e, di sicuro, gli altri candidati avrebbero accusato il PD di diffamazione.



Figura 13: *INVESTIAMO NELLA SCUOLA, NON NELLA PAURA.*



Figura 14: *VOGLIAMO INVESTIMENTI E SVILUPPO, NON RECESSIONE.*



Figura 15: *COSTRUIAMO SPERANZE, NON MURI.*



Figura 16: *DIFENDIAMO IL PIANETA, NON CHI LO DISTRUGGE.*

La seguente considerazione di Vallauri, emersa dall'analisi dei manifesti realizzati da Forza Italia per le elezioni del 2006 (fig.17 e 18), ma applicabile anche ai manifesti già osservati di Fratelli d'Italia e del Partito Democratico, spiega il motivo per cui i partiti politici si avvalgono delle implicature conversazionali:

“Il lavoro sporco, consistente nel gettare accuse approssimative sull'altra parte politica, veniva compiuto proprio dall'elettore che traeva l'implicatura, e che quindi era assai poco indotto a mettere quel contenuto in discussione, o ad accorgersi

degli elementi di falsità o di esagerazione che vi erano associati”.⁹⁴



Figura 17: *FERMIAMO LE GRANDI OPERE? NO, GRAZIE.*



Figura 18: *PIÙ TASSE SUI TUOI RISPARMI? NO, GRAZIE.*

Infatti, nel caso specifico dei manifesti di Forza Italia, gli elettori erano portati a dedurre – nel rispetto della Massima della Relazione – che gli altri candidati, se eletti, avrebbero aumentato le tasse sui risparmi e fermato le grandi opere: senza questa chiave di lettura, le affermazioni sui manifesti non avrebbero avuto motivo di esistere.



Figura 19: *GIÙ LE MANI DALLA FAMIGLIA. NO A MATRIMONI OMOSESSUALI.*

È stato ancora Vallauri⁹⁵ ad analizzare l'efficacia delle implicature conversazionali nella propaganda politica della Lega Nord: il manifesto del partito contro le Unioni Civili era costituito da due affermazioni apparentemente senza legame alcuno: “Giù le mani dalla famiglia” e “No a matrimoni omosessuali” (fig.19). Eppure, per la Massima della Relazione, non avrebbe avuto senso accostare due enunciati privi di nesso logico, così gli elettori erano indotti a crearlo da

solli: concludevano che i matrimoni omosessuali rappresentano una

⁹⁴ *ivi*, p. 62.

⁹⁵ *ivi*, p. 63-64.

minaccia alla famiglia considerata *legittima*, cioè formata dall'unione di un uomo e una donna, e che le coppie omosessuali non sono vere famiglie.

Le implicature conversazionali estrapolate in base alla Massima della Relazione vengono sfruttate anche nella formulazione di liste tendenziose. Lo dimostra il *tweet* pubblicato il 17 giugno 2015 da Beppe Grillo:

“Elezioni per Roma il prima possibile! Prima che la città venga sommersa dai topi, dalla spazzatura e dai clandestini. #Marinodimettiti”.

Come osservato da Vallauri⁹⁶, l'accostamento di topi, spazzatura e clandestini genera l'idea che questi tre fattori debbano essere necessariamente accomunati da qualcosa: di certo, i primi due elementi della lista vengono percepiti come negativi, pertanto anche il terzo verrà avvertito come tale. Più nello specifico, topi e spazzatura possono essere associati alla sporcizia, alla diffusione di malattie o a problemi da eliminare, e così anche al termine *clandestini* verrà accostata una di tali caratteristiche.

È interessante osservare che lo scopo delle liste tendenziose non è quello di comunicare la stessa implicatura a tutti, ma di far sì che a determinati fattori o realtà venga attribuita una qualunque connotazione negativa. Inoltre, le liste non esplicitano l'elemento che determina tale visione negativa per far sì che ognuno individui quello che si adatta di più al proprio modo di pensare e vedere il mondo, e che risulti quindi più credibile e valido ai suoi occhi.

⁹⁶ *ivi*, p. 77-78.

Una lista dello stesso stampo è quella pubblicata il 16 settembre 2020 da Matteo Salvini sul suo account Twitter:

“Spaccio, degrado, violenza e clandestini fuori controllo nei quartieri delle nostre città, soggiorno sulle navi da crociera per chi sbarca. Tutto a danno e spese degli italiani e dei tanti immigrati regolari e integrati”.

Anche in questo caso, i clandestini vengono associati ad elementi con una connotazione fortemente negativa, quali lo spaccio, il degrado e la violenza. Le implicature che potrebbero sorgere sono, ad esempio: “Sono quattro realtà negative”, “Sono quattro realtà da eliminare” o “I clandestini sono la causa di spaccio, degrado e violenza”; in particolare, quest’ultima implicatura si basa sia sulla Massima della Relazione – questi quattro elementi vengono associati perché sono interconnessi, altrimenti non avrebbe senso farlo – e sulla Massima della Quantità – si fa riferimento solo ai clandestini per parlare di spaccio, degrado e violenza, perché sono gli unici ad esserne responsabili; se non fosse così, verrebbe tirato in causa anche qualcun altro.

Occorre tenere presente che l’efficacia delle implicature contenute nelle liste non sia assicurata solo dal fatto che le persone si aspettano che le Massime Conversazionali vengano rispettate da tutti, ma anche dall’esistenza del cosiddetto *common topic*, – di cui ha parlato Robin Lakoff⁹⁷ – ossia un tratto semantico che è presente in tutte le liste e che costituisce il fattore che accomuna tutti gli elementi della lista stessa: se

⁹⁷ R. Lakoff, «If»’s, «and»’s, and «but»’s about Conjunction, in *Studies in Linguistic Semantics* a cura di C. Fillmore e T. D. Langendoen, Holt, Reinhart & Winston, New York, p. 115-150.

tutti danno per scontato che esiste, si impegnano a individuarne uno anche quando non viene espresso esplicitamente.

IV.4. Le implicature conversazionali nei discorsi politici dovute alla Massima della Quantità

Finora sono state analizzate le implicature derivate dalla Massima della Relazione, ma, come accennato nel commento sul *tweet* di Salvini, è possibile individuare dei casi in cui le implicature siano dovute alla Massima della Quantità.

Molto spesso si leggono titoli di giornale che riportano notizie del tipo:

- “Nigeriano armato d’ascia aggredisce un passante per strada e lo ferisce, poi si scaglia contro i carabinieri: arrestato” (*Il Messaggero*, 17 febbraio 2020);⁹⁸
- “Ragazzo ucciso alla fermata del bus: arrestato un 19enne egiziano, caccia ai due complici” (*Il Mattino*, 21 luglio 2020);⁹⁹
- “Prete ucciso in strada a Como: è stato accoltellato da un tunisino” (*Il Giornale*, 15 settembre 2020).¹⁰⁰

⁹⁸ Articolo consultabile all’indirizzo web:

https://www.ilmessaggero.it/italia/nigeriano_ascia_aggredisce_passante_carabinieri_castiglione_delle_stiviere_mantova_ultime_notizie-5057417.html (visitato il 19 settembre 2020).

⁹⁹ Articolo consultabile all’indirizzo web:

www.ilmattino.it/primopiano/cronaca/ragazzo_ucciso_fermata_bus_arrestato_un_19enne_egiziano_caccia_ai_complici-5359146.html (visitato il 19 settembre 2020).

¹⁰⁰ Articolo consultabile all’indirizzo web:

Come osserva Vallauri,¹⁰¹ nei casi in cui viene specificata la nazionalità di chi commette un crimine, l'implicatura che può essere ricavata è che si tratti di un'informazione necessaria. Per la Massima della Quantità, infatti, l'emittente di un messaggio deve comunicare solo ciò che sia utile e permetta al destinatario di avere un quadro completo ed esaustivo della situazione; da ciò deriva che conoscere la nazionalità di chi commette un crimine e sapere che si tratta di un immigrato siano informazioni rilevanti.

Questo modo di fare informazione strizza l'occhio alla politica anti-migratoria di certi partiti politici, infatti:

“L'effetto è di far implicare che vi sia un forte legame di causa-effetto fra l'essere un immigrato e il perpetrare aggressioni”.¹⁰²

A conferma di ciò, basta leggere alcuni dei commenti lasciati sotto alle sopracitate notizie e verificabili agli stessi indirizzi web:

- “Quanti ancora dovranno essere uccisi da clandestini pericolosi prima che le autorità si accorgano del problema e del pericolo che affligge il nostro Paese con le politiche folli di questi anni? A quando il prossimo morto sgozzato?”

<https://www.ilgiornale.it/news/cronache/como-prete-ucciso-coltellate-immigrato-1890163.html> (visitato il 19 settembre 2020).

¹⁰¹ E. Lombardi Vallauri, *op. cit.*, p. 69.

¹⁰² *ibidem.*

- “I grandi pensatori dei nostri tempi dovrebbero spiegarci come mai questi immigrati cosiddetti psicolabili girano sempre con qualche arma in tasca”;
- “Tutta brava gente che viene in Italia per lavorare onestamente!”
- “Ma tutti qui debbono venire? Grazie sinistrati e Francesco¹⁰³ per questi regali... non graditi”.

La Massima della Quantità viene sfruttata anche in campagna elettorale, per far credere agli elettori che ciò che viene dichiarato dai diversi politici sia tutto ciò che hanno bisogno di sapere per votare consapevolmente: questa implicatura deriva, di nuovo, dal fatto che le persone diano per scontato che ognuno rispetti la Massima della Quantità e fornisca tutte le informazioni utili.

Come osservato da Vallauri,¹⁰⁴ un esempio di omissione di parte della verità, attuata per ottenere consenso, sono i manifesti realizzati dal governo Renzi per convincere gli elettori a votare *Sì* al referendum del 2016:

¹⁰³ Si intende: sostenitori dei partiti di sinistra e Papa Francesco.

¹⁰⁴ E. Lombardi Vallauri, *op. cit.*, p. 74-76.



Figura 20: *CARA ITALIA, VUOI RIDURRE I COSTI DELLE REGIONI? BASTA UN SÌ.*



Figura 21: *CARA ITALIA, VUOI DIMINUIRE IL NUMERO DEI POLITICI? BASTA UN SÌ.*



Figura 22: *CARA ITALIA, HAI VOGLIA DI CAMBIARE DAVVERO? BASTA UN SÌ.*



Figura 23: *CARA ITALIA, VUOI LEGGI PIÙ SEMPLICI? BASTA UN SÌ.*

In virtù della Massima della Quantità, sarebbe stato logico pensare che il *Sì* al referendum avrebbe comportato unicamente la semplificazione delle leggi e la riduzione del numero dei politici e dei costi delle regioni. In realtà, altre conseguenze della vittoria del *Sì* sarebbero state un aumento del potere del Governo e una diminuzione di quello del Parlamento, oltre alla riduzione dell'indipendenza del Presidente della Repubblica e all'accentramento nelle mani dello Stato di molte funzioni delle regioni.

Un esempio più recente dell'applicazione della medesima strategia è il *tweet* di Luigi Di Maio, pubblicato il 23 agosto 2020, riguardante il

referendum di settembre 2020 sulla diminuzione del numero dei parlamentari:

“Oggi chi dice no al taglio dei parlamentari, dice no a un risparmio di quasi mezzo miliardo di euro a legislatura e a un sistema più efficiente”.

In questo caso, l'esponente del Movimento 5 Stelle ha omesso delle informazioni – violando la Massima della Quantità – ma ha trasmesso l'implicatura che le uniche cose da sapere per votare consapevolmente fossero quelle citate nel *tweet*: infatti, ha omesso che il taglio lineare ai parlamentari andrebbe ad intaccare l'adeguata rappresentanza delle regioni più piccole – questione sollevata, invece, da coloro che si oppongono alla vittoria del Sì: ad esempio, mentre i senatori del Veneto diminuirebbero del 33%, quelli della Basilicata del 57%. In più, non ha parlato del fatto che la riduzione dei parlamentari renderebbe il numero dei rappresentanti dei partiti più piccoli di gran lunga più basso rispetto a quello dei rappresentanti dei partiti più forti.¹⁰⁵

Inoltre, Di Maio ha evitato di specificare che il risparmio ammontante a quasi 500 milioni di euro a legislatura è stato calcolato al lordo delle imposte e dei contributi pagati dai parlamentari allo Stato; in realtà, dovrebbe essere calcolato al netto di imposte e contributi e, rifacendo i calcoli con le cifre giuste, ammonterebbe a 285 milioni a

¹⁰⁵ R. Benedetto, *Referendum costituzionale del 2020 sul taglio dei parlamentari: come funziona e le ragioni del Sì e del No*, in *Il Corriere*, 4 settembre 2020, consultabile all'indirizzo web:

<https://www.corriere.it/elezioni/referendum-2020/notizie/referendum-costituzionale-2020-taglio-numero-parlamentari-e12e0e1e-edee-11ea-8e1d-a2467c523c28.shtml> (visitato il 20 settembre).

legislatura, ossia circa allo 0,007% della spesa pubblica italiana.¹⁰⁶ In questo caso, oltre a violare la Massima della Quantità omettendo che il risparmio da lui dichiarato era stato calcolato al lordo delle imposte, ha anche violato la Massima della Qualità, creando l'implicatura che la percentuale di denaro risparmiata sarebbe stata piuttosto rilevante.

Come emerso finora, le implicature conversazionali favoriscono i politici poiché non vengono vagliate criticamente dagli ascoltatori. Ma perché ciò avviene? Per rispondere a questa domanda occorre analizzare cosa succede dal punto di vista cognitivo.

IV.5. Il ruolo dell'*egocentric bias* nella manipolazione linguistica

Come osservato da Anne Reboul:

“La comunicazione implicita si è evoluta per facilitare la manipolazione, permettendo agli emittenti di coprire le loro intenzioni (manipolative). Nascondendo in parte l'intenzione dell'emittente di produrre un atto comunicativo, gli impliciti 'aggirano' il giudizio critico su contenuti rilevanti”.¹⁰⁷

¹⁰⁶ E. Frattola, *Quanto si risparmia davvero con il taglio del numero dei parlamentari?*, in *La Repubblica*, 24 luglio 2019, consultabile all'indirizzo web: https://www.repubblica.it/economia/2019/07/24/news/quanto_si_risparmia_davvero_con_il_taglio_del_numero_dei_parlamentari_-231936717/ (visitato il 20 settembre 2020).

¹⁰⁷ A. Reboul, *A Relevance-Theoretic Account of the Evolution of Implicit Communication*, in *Studies in Pragmatics*, 13 (2011), p. 1-19.

Questo è possibile grazie all'*egocentric bias*, ossia la *propensione egocentrica*. In base a questo principio, le persone preferiscono sempre le proprie convinzioni, pertanto sono anche più propense ad accettare i concetti che estrapolano da sole dagli enunciati. D'altro canto, l'acriticità con cui le convinzioni dedotte in autonomia vengono accolte è dovuta al fatto che:

“Le persone sono degli ‘ottimisti cognitivi’ quasi incorreggibili. Danno per scontato che i loro processi cognitivi spontanei siano altamente affidabili, e che il risultato di questi processi non necessiti di essere controllato”.¹⁰⁸

Da ciò si evince che tutte le conclusioni a cui le persone giungono tramite implicature conversazionali vengono accettate così come sono e, a differenza dei concetti che vengono espressi da terze parti, non vengono sottoposte ad ulteriori analisi o critiche.

Di conseguenza, è molto più conveniente – tanto per le pubblicità, quanto per i politici – non dichiarare esplicitamente le idee di cui vorrebbero convincere i lettori o ascoltatori, ma lasciarle intendere tramite implicature conversazionali; in questo modo, possono convincere le persone di ciò che vogliono, mantenendo celate le proprie intenzioni: possono, dunque, manipolarle facilmente attraverso il linguaggio utilizzato e le parole che scelgono di dire o non dire.¹⁰⁹

¹⁰⁸ D. Sperber, F. Cara e V. Girotto, *Relevance Theory Explains the Selection Task*, in *Cognition*, 57 (1995), p. 31-95.

¹⁰⁹ *ibidem*.

Conclusioni

Come dimostrato da questa tesi, esistono numerose strategie di manipolazione del linguaggio che sono state e sono tutt'oggi sfruttate per manipolare le menti delle persone, e quindi le loro azioni.

A partire dalla distopia di George Orwell, sono emerse tutte le strategie utilizzate e utilizzabili da qualunque regime totalitario per affermare la propria supremazia e controllare la popolazione. Si è passato allo studio delle analogie tra i metodi di manipolazione linguistica in *1984* e quelli applicati dai dittatori Hitler e Mussolini per ammaliare i popoli e legittimare la strage di milioni di esseri umani di cui sono stati i mandanti durante la Seconda Guerra Mondiale. Infine, è stata approfondita l'analisi delle tecniche di manipolazione linguistica utilizzate al giorno d'oggi dai politici di tutti gli schieramenti; prima di tutto, sono stati individuati i principali fattori che accomunano il linguaggio politico moderno con quello dei regimi totalitari del XX secolo, e poi si è passato allo studio delle analogie tra la manipolazione politica e pubblicitaria, attuata per mezzo delle implicature linguistiche.

Lo scopo di questa tesi è di rendere le persone maggiormente consapevoli delle tecniche di manipolazione linguistica che vengono adottate quotidianamente dai politici per manipolarle e inculcare nelle loro menti qualunque idea, senza che si rendano conto che, in realtà, si tratta di convinzioni insinuate attraverso strategie che, per lo più, sfruttano le scienze cognitive.

Se ne potrebbe fare un discorso di etica professionale, e iniziare a pretendere che i politici non sfruttino più tali strategie di manipolazione, ma, fino a quel momento, è fondamentale che tutti siano in grado di capire come e quando qualcuno stia cercando di manipolarli, poiché la

consapevolezza è il primo passo per poter scegliere in autonomia ciò che si pensa essere meglio per se stessi e la società. E, a sua volta, la possibilità di scelta indipendente è il fondamento della libertà individuale e collettiva.



English section

Introduction

Communicate means *to impart information, to give or transmit a quality or feeling to another*. It comes from the Latin *communicatus*, past participle of *communicare*, that is *to share, communicate, impart, inform*, literally *to make common*; it is related to *communis*, i.e. *common, public, general*.¹

Since childhood, everyone strives to communicate their needs, fears, desires, and ideas. People communicate constantly since they are born and do so through spoken and unspoken language.

Spoken language is one of the main differences between humans and animals. By pronouncing words, it is possible to build social relationships, give rise to or solve misunderstandings and conflicts, make things happen, and shape reality. Regarding this last point, Gianrico Carofiglio² explains that if a man declares at the altar, “Yes, I want to take you as my lawful wife”, not only is he saying some words, but he is also changing reality, and he is, to all intents and purposes, performing the action of marrying a woman.

The power of language³ to shape reality is no small thing, since it implies that words can become extraordinarily strong and dangerous weapons. Already Plato, in the dialogue *Sophist*, criticized the rhetoric of the Sophists, because he claimed that they could distort reality and make

¹ Definition of the verb *communicate* from the *Online Etymology Dictionary* available on the website: <https://www.etymonline.com/word/communicate> (visited on October 2nd, 2020).

² G. Carofiglio, *La manomissione delle parole*, edited by M. Losacco, BUR Rizzoli Libri, Milano, 2017, p. 26-27; all the quotes from this and other books are my translations (except those from the novel *1984*).

³ For simplicity's sake, from now on the term *language* will be used to refer to spoken language only.

the false appear true through words, especially in the eyes of young people, notoriously more naive and easy-to-deceive.

One should remember that not only are words potential weapons, but that they have actually been used as such. History teaches that they have been manipulated by the people whose aim was to gain power and the total subjugation of entire nations, and that is not all!

Even today a great number of linguistic manipulation strategies are adopted in the most different fields (politics, mass media, advertising, sales) with the aim of manipulating people and convincing them to make the decisions wanted by the manipulators, without them realizing their intentions and, sometimes, without them realizing that such manipulators exist.

As Edoardo Lombardi Vallauri says,

"Therefore, it is necessary to raise awareness on the factors that limit the power of choice; among these factors, there are also linguistic phenomena [...]. This is not an impossible task, it is very concretely feasible; and effective, because where one can no longer freely abuse of the language, manipulating becomes much more difficult to do".⁴

Linguistic manipulation is a very wide and complex subject, which spans among different fields: from psycholinguistics to sociology, from anthropology to philosophy.

⁴ E. Lombardi Vallauri, *La lingua disonesta - Contenuti impliciti e strategie di persuasione*, il Mulino, Bologna, 2019, p.258.

This thesis aims at analyzing the linguistic manipulation strategies that have been implemented, yesterday and also as of today, to manipulate the masses, and at identifying the principles and concepts of pragmatics, linguistics, and psychology on which these strategies are based. It does so by starting from the analysis of the dystopia presented by George Orwell in *1984*, an emblematic work that allows people to understand the effects that the linguistic manipulation, taken to the extreme, can have on the society.

The analogies between Orwell's fictitious reality and the situation in Italy and Germany under Mussolini and Hitler, as well as the linguistic manipulation techniques used in modern politics, will be examined.

I. Newspeak in 1984

1984 by George Orwell (pseudonym of Eric Arthur Blair) is a dystopian novel in which the world is pictured as it could be in the future,⁵ in 1984 to be exact.

Orwell writes about a world divided into three superstates – Oceania, Eurasia, and Eastasia – at constant war with each other. In particular, the people of Oceania are subjected to a totalitarian government represented by the Big Brother, a man whom no one has ever seen in person, but who controls everything and everyone. On the very first page of the novel, the reader learns of the existence of posters with a portrait of the dictator followed by the words, “BIG BROTHER IS WATCHING YOU”.⁶

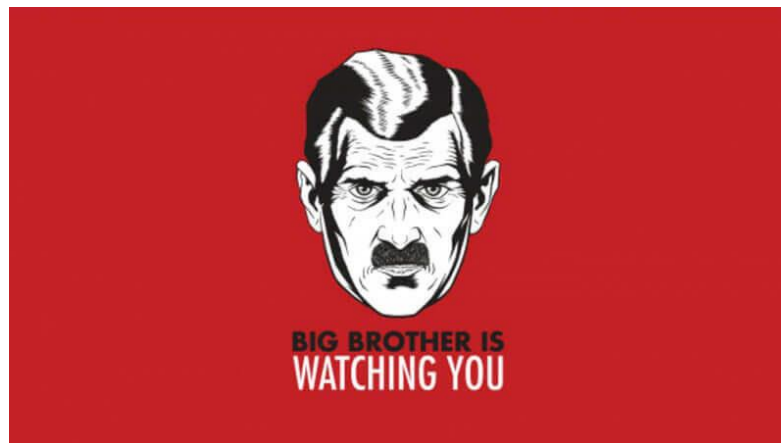


Figure 1: *BIG BROTHER IS WATCHING YOU.*

To prevent anyone from rebelling against its impositions, the regime exploits fear and – theme of interest for the aim of this thesis – linguistic manipulation. This manipulation is carried out through the development of a new language which will replace the *Oldspeak* by 2050, i.e. the

⁵ Obviously, in the future with respect to the year of publication of the novel, 1949.

⁶ G. Orwell, *1984*, p. 3, available at <https://www.planetebook.com/free-ebooks/1984.pdf>

standard language spoken in Oceania at the time of the events narrated in the novel. As explained by Orwell in the appendix to his novel,

“The purpose of Newspeak was not only to provide a medium of expression for the world-view and mental habits proper to the devotees of Ingsoc,⁷ but to make all other modes of thought impossible. It was intended that when Newspeak had been adopted once and for all and Oldspeak forgotten, a heretical thought—that is, a thought diverging from the principles of Ingsoc—should be literally unthinkable, at least so far as thought is dependent on words”.⁸

Starting from these assumptions, the characteristics of the Newspeak will be extensively analyzed in the next paragraphs.

I.1. Lack of words

First and fundamental characteristic of the Newspeak is poverty, i.e. lack of words. The regime ruled by the Big Brother is determined to cut language to the bone, starting from the elimination of terms - and with them, ideas - that may pose a threat to its power, such as those related to freedom of thought and expression, reason and science. In fact,

“Countless other words such as *honor, justice, morality, internationalism, democracy, science,* and

⁷ Ingsoc is the English Socialist Party that governs in Oceania.

⁸ G. Orwell, *cit*, p. 376-377.

religion had simply ceased to exist. A few blanket words covered them, and, in covering them, abolished them. All words grouping themselves round the concepts of liberty and equality, for instance, were contained in the single word *crimethink*, while all words grouping themselves round the concepts of objectivity and rationalism were contained in the single word *oldthink*".⁹

Another interesting aspect of the Newspeak is the lack of synonyms and polysemic terms; in fact, if on the one hand, the elimination of nuances of meaning inhibits the ability to interpret and judge reality, on the other hand, the elimination of the "useless" meanings of words inhibits the ability of people to reason. Reasoning is exactly what frightens the Big Brother. The Oceania regime, like all the totalitarian regimes of history, wants to prevent people from criticizing it and rebelling against it, so not only does it censor what is written and said, but it somehow also manages to censor what is merely thought.

In general, one can affirm that this first characteristic of the Newspeak, albeit absurd and, at times, parodic as it may seem, is the author's denunciation against the totalitarian regimes of his time. Yet, sixty years after Orwell, Gustavo Zagrebelsky, reflecting on the permanent bond between democracy and the number of words available to communicate, said in a lecture at the Biennale Democrazia¹⁰ in Turin (April 23rd, 2009),

⁹*ivi*, p. 384.

¹⁰ The Biennale Democrazia is a cultural event promoted by the city of Turin and organized by the Fondazione per la Cultura Torino (the Foundation for Culture of Turin).

“Democracy is the system of exchange of opinions and beliefs, in mutual respect. Words are the instrument for this exchange. [...] The number of words known and used is directly proportional to the degree of development of a democracy and equal opportunities. Few words and few ideas mean few opportunities and little democracy; the more words one knows, the richer is the political debate and, with it, democratic life”.¹¹

Taking into consideration the year in which *1984* was published and the year in which Zagrebelsky gave his lecture, one can easily understand how much the Orwellian work was, and still is, important food for thought for everybody at a political, as well as social, linguistic, and psychological level.

Orwell bases his work on the principle according to which if people do not know the words to express a concept, then they cannot even think about that concept. In simple terms, if a crime cannot be conceived, then it cannot be committed either.

I.2. Doublethink

Another principle through which the Big Brother’s regime controls the masses, is Doublethink, i.e. the ability of people to accept two

¹¹ The transcript of the lecture given by Gustavo Zagrebelsky on April 23rd, 2009 at the Biennale Democrazia (Turin, April 22nd-26th, 2009) is available on the website: http://2009.biennaledemocrazia.it/pdf/lezione_zagrebelsky.pdf; my translation.

contradictory ideas at the same time. According to this principle, everything and its opposite can be accepted as true; the regime can affirm and make people believe whatever it wants whenever it wants, without anyone noticing the contradictions, beginning to think autonomously and, thus, criticizing the party and rebelling against it.

The way in which the regime exploits Doublethink is clearly shown by the names of the Ministries of State: the Ministry of Truth, that spreads information manipulated by the regime, the Ministry of Peace, that deals with war, the Ministry of Plenty, that manages the scarce economic resources, and the Ministry of Love, where all those who do not align themselves with the principles and rules of the regime are tortured.

The acceptance of contradictions is also forced through the continuous repetition of three slogans:

“WAR IS PEACE
FREEDOM IS SLAVERY
IGNORANCE IS STRENGTH”¹²

It is worth pointing out again that, through *1984*, Orwell wants to denounce the totalitarianism of the 20th century; in fact, these three slogans recall the first words that the deportees read when they arrived at the Auschwitz concentration camp: “ARBEIT MACHT FREI”.¹³

¹² G. Orwell, *cit*, p.6.

¹³ Work sets one free.



Figure 2: Frame from the movie *1984* by Michael Anderson (1956).



Figure 3: Gate at the Auschwitz Concentration Camp.

The evident contradiction of these statements is made even more effective through the use of capital letters; as Mozaffor Hossain analyzes,¹⁴ resuming Alice Robb's study,¹⁵ capital letters have always been used by powerful people to affirm their greatness and to intimidate and frighten readers. It is worth remembering that Roman emperors already had their names and deeds engraved in capital letters on their commemorative monuments.

In addition, it might be interesting to dwell on the considerations made by Gustavo Zagrebelsky during his above-mentioned lecture at the 2009 Biennale Democrazia in Turin. He pointed out that another dictator, who had no qualms about contradicting himself in front of people, was Benito Mussolini. In fact, as soon as he took power, he declared, “I am

¹⁴ M. Hossain, *Language as the Device for Psychological Manipulation in George Orwell's Nineteen Eighty-Four: a psycholinguistic analysis*, in *European Journal of Language and Linguistics Research*, 5 (2017), p. 25-31, available on the website:

<http://www.eajournals.org/wp-content/uploads/Language-as-the-Device-for-Psychological-Manipulation-in-George-Orwell%E2%80%99s-Nineteen-Eighty-Four-A-Psycholinguistic-Analysis.pdf>

¹⁵ A. Robb, *How Capital Letters Became Internet Code for Yelling*, in *The New Republic*, April 17th, 2014, available on the website:

<https://newrepublic.com/article/117390/netiquette-capitalization-how-caps-became-code-yelling> (visited on September 2nd, 2020).

horrified by dogmas. There could be no dogma in the Fascist Party,” and yet, he later created an *ethical State*, that is a State in which the actions of all individuals are aimed at the good of the State itself, and in which the regime decides how people must live and behave.

Finally, it is necessary to highlight that contradictory expressions that recall *WAR IS PEACE*, such as *peace war* and *peacekeeper missiles*, are still quite common today; although nobody really pays attention to them, because they are now part of the common language, they show how modern the Orwellian novel is.

In this regard, a lot of considerations about contemporary politicians can and will be developed in the next chapters of this thesis.

II. The language of totalitarian regimes

Linguistic manipulation was the main tool used by the dictators of the 20th century to instigate the crowds, spread the ideals of the regime, and keep their power strong. It is a much more effective means than the use of violence, since it is a deceitful method and does not imply the repression of people, so it does not cause rebellions; on the contrary, it flatters the masses, convinces them to trust in the regime, and reassures them identifying an external enemy to blame for the Country's problems.

The manipulation of minds through language was implemented by turning the State into a totalitarian State, i.e. a State in which a single party controls all aspects of public and private life, from politics to economy, from entertainment to culture, and in which the ultimate goal of people's lives is contributing to the good of the State. From this point of view, it is worth underlining that the definition of *Doctrine of Fascism* in the *Italian Encyclopedia*, which was approved by Mussolini himself, was,

“Everything is in the State, and nothing human or spiritual exists, let alone has value, other than the State. In this sense, Fascism is totalitarian, and the Fascist State, synthesis and unity of all values, interprets, develops, and strengthens the entire life of the people”.¹⁶

¹⁶ E. Golino, *cit*, p. 28-29.

In addition, Victor Klemperer pointed out that the Nazi regime in Germany had used language to insinuate itself into every moment of people's lives,

“*Mein Kampf*, the Bible of Nazism, was first published in 1925 and set the fundamental features of the language of Nazism. After the party's ‘takeover’ in 1933, the language of a group became the language of a people, so it became the language used for all aspects of life [...] (The language of a group should encompass only those aspects in which the group is interested, not the entire life)”.¹⁷

As Golino¹⁸ observes, in Germany, the intent to penetrate every aspect of people's lives sometimes took some ridiculous turns, starting from the swastikas on toothpaste packets, and ending with the advertising of sodium phosphate-based salts with the slogan: “*Mein Kampf* against flatulence”.

And yet, the main tool through which Nazism insinuated itself into all aspects of citizens’ lives was propaganda. In the next paragraphs, propaganda language will be analyzed in depth, with the objective of understanding how Hitler and Mussolini managed to gain the power that allowed them to establish dictatorships in their respective Countries, spread madness, and bring two entire populations to war.

¹⁷ V. Klemperer, *LTI – La lingua del Terzo Reich, Taccuino di un filologo*, Giuntina, Firenze, 2019, p.36.

¹⁸ E. Golino, *cit*, p.160.

II.1. Slogans

With respect to propaganda, Hitler said,

“It must always be directed to feelings, and only partially to the so-called reason. [...] The receptiveness of the great mass is extremely limited, its intelligence mediocre, and its forgetfulness great. Therefore, an effective propaganda must have very few points, but they must be continuously repeated until even the most miserable will be able to think, through those implacably repeated words, the concepts that had to remain impressed in their minds”.¹⁹

One can deduce the fundamental elements of the language of the totalitarian propaganda from these words. First, in order for the speeches to be understood by everyone, the language, vocabulary and syntax used had to be simple and unambiguous, avoid pomposity and go straight to the point, the statements had to be short and constantly repeated to be memorized, refer to concrete concepts and evoke vivid images.

Repetitions played a fundamental role, since – besides being easily memorized – they bored listeners in the long run. This was not negative at all, because when bored, people did not listen nor analyze words carefully.

¹⁹ A. Hitler, *Mein Kampf*, part I; it. transl. *Hitler, La mia vita*, Milano, Bompiani, 1939, p. 195-196.

They absorbed them unconsciously, to the point that they were convinced that the ideas behind them were their own ideas.²⁰

Talking about short phrases repeated endlessly means talking about slogans. As Golino²¹ explains, Mussolini made extensive use of slogans based on assonances, alliterations, inversions, and hyperboles. Some examples of famous fascist slogans are:

- “The best is here and is still yet to come”.
- “Believe, obey, fight”.
- “Those who love me will follow me”.
- “The plow traces the furrow, but the sword defends it”.
- “Hang in there and endure”.
- “We will keep going”.

Even today, all political parties make extensive use of slogans, especially during election campaigns. As Golino underlines, it is even possible to find a similarity between Mussolini’s slogan, “Hang in there and endure”, and the most recent, but certainly more vulgar slogan, “The Lega Party has it hard”,²² which was said by the Italian politician Umberto Bossi. Another parallelism with modern times can be added to this analysis; in fact, the new slogan of the Lega party, “We will go on”, which is said quite often lately, almost seems a reformulation of Mussolini’s “We will keep going”.

²⁰ V. Klemperer, *cit*, p.73.

²¹ E. Golino, *cit*, p. 46-47.

²² In Italian, the verb *durare* means *to last*, the expression *tenere duro* means *to hang in there*, and the adjective *duro* means *hard*, which also has a sexual meaning.

II.2. The manipulation of words under totalitarian regimes

Like in 1984, the linguistic manipulation carried out by the two dictatorships, began with the repetition of apparently innocent words that were loaded with symbolic meanings serving the interests of the party. Some examples are the words: *ideal, faith, mission, work, people, courage, war, and family*, which indicated the values of the Fascist party. Similar examples are: *Familie* (family), *Krieg* (war), *Arbeit* (work), *Ehre* (honor), *Volk* (people), *Rasse* (race), *Sippe* (ancestry), *Mythus* (myth), and *Wehrmacht* (armed forces), terms that, in Germany, contributed to the creation and consolidation of the myth of the race, which has led to the extreme consequences that everyone knows.

However, not only did the totalitarian regimes of the last century give to words meanings that were convenient for their propaganda, but sometimes they also changed the meaning of some terms. Klemperer's words contribute to understanding why this strategy of manipulation works,

“Words can be like minimal doses of arsenic, ingested without knowing it, they seem to have no consequences, but after some time their toxic effect is revealed. If, for a sufficiently long time, *heroic* and *virtuous* are replaced by *fanatic*, eventually people will believe that a fanatic is a hero of all virtues and that there can be no hero without fanaticism”.²³

²³V. Klemperer, *cit*, p.32.

Enzo Golino²⁴ provides some examples of words whose meaning changed during Nazism in Germany:

- *Demokratie* (democracy) was no longer understood as the government of the people, but as the “synonym of chaos and corruption” that devastated Western Europe, where Judaism reigned. The classic *Demokratie* was opposed to the *Führerdemokratie* (the *Führer's* democracy), based on the absolute authority of the leader. That is why Hitler used to speak of *ridiculous politics, parliamentarianism of hillbillies, caterpillars of the Parliament, and hyenas of the parties.*

- *Juden* (Jews) became enemies to fight and humiliate, and that is why some terms, such as *Judenbastarde* (Jewish bastards), *Judenkrummbeinige* (crippled Jews) and *jüdisch* (Jewish, with derogatory meaning), were commonly used.

- *Intellekt* (intellect) became a disruptive element to distrust.

- *Objektivität* (objectivity) was considered as a weakness, especially for those magistrates who wanted to apply the law fairly, because justice had to be totally subordinate to the people.

- *ficken* (to have intercourse, vulgar) was used in expressions such as *copulating for your Country* to affirm devotion to Nazism.

- *kämpferisch* (of combative spirit) gained the meaning of *fighter at war.*

- *Asphalt* (asphalt) acquired a strongly negative connotation in contrast with *bright* and *transparent*. Accordingly, a series of disparaging compound words containing this term were created, such as *Asphaltpresse*

²⁴ E. Golino, *cit*, p. 164-179.

(the Jewish press) and *Asphaltliteratur* (Jewish, Bolshevik, and democratic literature in general).

- *Arier* (Aryan), which originally indicated only the Iranian and Indian populations of Indo-European origin, was later used for all Indo-European-speaking people and to emphasize the purity of the Germanic people.

- *Arbeit* (work) referred to tasks carried out only for the good of the nation and was used to discredit the Jews, who, in Hitler's words, conceived it as a means to exploit other people and pursue their own interests.

It is worth mentioning Raffaella Benetti's remarks²⁵ about the way people's perceptions are still influenced today through the attribution of new meanings and connotations to words. Benetti focused on the term *tax burden*, which refers to the income collected by the State through taxes. She underlines that defining it as a *burden* implies that it is something negative, which inevitably influences people's perception of this collection.

²⁵ R. Benetti, *Pensiero, linguaggio ed esperienza – brevissimo studio sull'ipotesi di Sapir-Whorf*, available on the website:
https://www.academia.edu/9908241/Pensiero_linguaggio_ed_esperienza_brevissimo_studio_sullipotesi_di_Sapir_Whorf

III. Linguistic manipulation in modern politics

So far, this thesis has shown that it is possible to find similarities between the techniques of linguistic manipulation applied by the totalitarian regimes of Hitler and Mussolini, and those applied today by any party and politician.

This chapter will be an in-depth study on how the language is manipulated today to build consensus, get votes, and, with them, power. However, it is important to keep in mind that the considerations made so far, as well as those that will follow, are not intended to imply that contemporary politicians are, or aspire to become, dictators on a par with Hitler and Mussolini, nor that they are fascists or Nazis. On the other hand, as Gianrico Carofiglio said,

“The totalitarianism of language does not always
and necessarily go together with the totalitarianism of
the form of government”.²⁶

The analysis of this thesis simply aims at identifying the methods used to manipulate people’s minds through language and formulas, and so enabling readers to be aware and understand if and when someone is trying to manipulate them.

²⁶ G. Carofiglio, *cit*, p.42.

III.1. Word manipulation

The manipulation of the meaning of words – the objective of which has already been discussed extensively in the previous chapters – is a strategy of thought manipulation that is still widely used today, so it is worth analyzing the most striking examples of its implementation.

III.1.a. The term *watchword*

As Carofiglio²⁷ points out, the Italian left-wing has often used the expression, *the watchwords of the left*, to refer to its fundamental values.

However, it is a paradox; in fact, a watchword is a term that is secret by nature, used by a restricted circle to get through checkpoints and obtain access to private places or information, which can be physical or virtual (in the case, for example, of passwords in social media).

Moreover, they are words deprived of their meaning. Since they simply have to allow access to hidden information, there is no need for them to convey any message, nor to be relevant to the field in which they are used.

On the base of such premises, defining the terms *equality*, *justice*, and *work* as the *passwords* of a political group is inappropriate, because it means to deprive them of their important meaning, make them not very inclusive and repeat them as simple slogans.

²⁷*ivi*, p. 57-58.

III.1.b. The term *arbitration award*

Arbitration award is a legal term that indicates a “settlement or compromise that solves litigation provided by a person of recognized impartiality and authoritativeness”.²⁸

As Carofiglio²⁹ explains, this definition is fundamental to understand the way in which the term *arbitration award* was manipulated to obtain the approval, in 2003, of law number 140, called Schifani Arbitration Award. This law provided for the immunity and suspension of the ongoing trials against the President of the Republic, the Prime Minister, the Presidents of the Chamber and Senate, and the President of the Constitutional Court; it was declared unconstitutional in 2004.

Analyzing the above definition, it is possible to understand the reasons why naming Law 140 *arbitration award* was misleading and altered its nature. First, it should be stressed that using the term *arbitration award* to indicate a measure that has the value and effectiveness of laws is wrong, since an arbitration award is simply a compromising measure. Moreover, the Schifani Arbitration Award was not proposed to resolve litigation, but to grant immunity to Silvio Berlusconi, who was Prime Minister and accused of corruption in the SME trial at the time. Finally, Schifani, who had formulated it, was not “a person of recognized impartiality,” but a strong sympathizer of Berlusconi, since he was a member of the Forza Italia party, of which the former Prime Minister was President (actually, Schifani is a member of Berlusconi's party still today).

²⁸ G. Devoto e G. C. Oli, *Il Devoto-Oli. Vocabolario della lingua italiana. 2011*, Le Monnier, Milano, 2010, p. 1587.

²⁹ G. Carofiglio, *cit*, p. 78-80.

Evidently, the choice of the term *arbitration award* was not coincidental, but aimed at putting over the idea that Law 140 was an impartial compromise that had the purpose of resolving litigation, and not an unconstitutional act that, in order to protect an individual, violated the principle that all are equal before the law.

III.2. Contradictions in the statements of politicians

As already analyzed, the Big Brother regime in 1984 made use of Doublethink to contradict itself without anyone realizing it.

However, not only are contradictions a manipulative strategy applied in Orwell's dystopian novel, but they are also an expedient that allows many politicians to assert everything, and its opposite, within a few days and without many people realizing it.

It is sufficient to go back a few years ago to identify the first example of a politician who contradicted himself. In fact, in 2016, Matteo Renzi, at the time Prime Minister and Secretary of the Democratic Party (PD), stated several times that, if the 2016 referendum had not been approved by Italians, he would have left politics:

- “Should I lose the referendum, I would consider my political experience as concluded.” (newspaper *La Repubblica*, January 20th, 2016).³⁰

³⁰ F. Giovannetti (video by), *Senato, Renzi: "Se perdo referendum si conclude la mia esperienza politica"*, in *La Repubblica*, January 20th, 2016. Available on the website: <https://video.repubblica.it/dossier/governo-renzi/senato-renzi-se-perdo-referendum-si-conclude-la-mia-esperienza-politica/225574/224837> (visited on September 22nd, 2020).

- “The referendum is about this. If we win it, Italy will become an easier and more stable Country. If we lose it, I will quit. For professionalism. I will not stay for the money. Is this personalization? No. This is professionalism.” (newspaper *L’Eco di Bergamo*, May 21st, 2016).³¹
- “If the referendum fails, I will continue to follow politics as a free and informed citizen, but I will change my job. Do you want a simple slogan? Either I change Italy, or I change my job.” (newspaper *Il Foglio*, June 2nd, 2016).³²

Later, Renzi evidently contradicted himself, because he did not abandon politics at the defeat of the referendum, he just resigned as Prime Minister. In 2019, he even founded a new party, Italia Viva.

Obviously, contradictions do not characterize only a single political group; in fact, it is possible to find some examples among the ranks of other parties too. For instance, in July 2019, during an interview at the tv program *Uno Mattina* on channel *Rai 1*, the then deputy Prime Minister Luigi Di Maio said,

“I do not want anything to do with the party involved in the scandal of Bibbiano. I do not want anything to do with the party that, in Emilia-

³¹ G. Gandola, *L’Eco intervista il premier Renzi “Voglio ridurre i costi e poltrone”*, in *L’Eco di Bergamo*, May 21st, 2016. Article available on the website:

https://www.ecodibergamo.it/stories/bergamo-citta/leco-intervista-il-premier-renzi-voglio-ridurre-i-costi-e-pure-i-posti_1183734_11/ (visited on September 21st, 2020).

³² C. Cerasa, “*O cambio l’Italia o cambio mestiere*” in *Il Foglio*, June 2nd, 2016. Article available on the website:

<https://www.ilfoglio.it/politica/2016/06/02/news/o-cambio-litalia-o-cambio-mestiere-intervista-a-renzi-96813/> (visited on September 21st, 2020).

Romagna, took children away from their families using electroshock to sell them”.³³

However, after the government crisis of August, in September 2019 the second government led by Giuseppe Conte was born, and it was formed by the coalition of the Five Star Movement, the Democratic Party (the "Bibbiano Party"), Italia Viva party and Liberi e Uguali party. What is relevant is that, in the new government, Di Maio took up the position of Minister of Foreign Affairs and International Cooperation, a role that certainly would not have allowed him to have anything to do with the PD.

Besides, during a Facebook live on February 21st, 2020, Matteo Salvini, while talking about Coronavirus, said,

“Let’s secure, let’s seal our boundaries”.³⁴

However, during a Facebook live on February 27th, 2020, he made an appeal to tourists from all over the world,

“Italy is the most beautiful Country in the world, come if you are abroad, without any fear”.³⁵

³³ *Di Maio al Pd: “Mai col partito di Bibbiano che toglie bimbi a famiglie”. I dem: “Quereliamo”, in Il Fatto Quotidiano, 18 luglio 2019. Article available on the website: <https://www.ilfattoquotidiano.it/2019/07/18/di-maio-al-pd-m5s-mai-col-partito-di-bibbiano-i-dem-accostamento-demenziale-quereliamo/5335304/> (visited on September 21st, 2020).*

³⁴ Facebook live on Matteo Salvini’s profile on the website: https://www.facebook.com/watch/live/?v=1290455067810243&ref=watch_permalink (visited on September 22nd, 2020).

³⁵ Facebook live on Matteo Salvini’s profile on the website: <https://www.facebook.com/252306033154/videos/1285250491671628> (visited on September 22nd, 2020).

Invoking closed borders and then inviting foreign tourists in Italy is contradictory; first, because they are totally opposite positions, and second, because an on-going world pandemic implies that anyone could be a carrier of the disease, regardless of the Country or continent from which they come from.

The analysis of such contradictions could be endless, but it is worth continuing the study of modern political propaganda and observing how modern election campaigns use the same communication strategies as advertising campaigns.

IV. Analogies between political language and advertising language

As anticipated, nowadays election campaigns are carried out as if they were advertising campaigns, starting from the design of the posters up to the language used. In fact, in both cases, the so-called *conversational implicatures* are widely exploited, i.e. concepts that are not explicitly stated, but that are directly understood by readers or listeners, and that, if wisely used, allow one to convince them of whatever one wishes.

The effectiveness of implicatures is ensured by the Principle of Cooperation and the Conversational Maxims, elaborated by the English philosopher Herbert Paul Grice in the 19th century. It is worth concentrating on this principle before continuing with the analysis of specific political and advertising posters.

IV.1. The Principle of Cooperation, Conversational Maxims, and implicatures

The Principle of Cooperation states that each participant in a conversation commits himself, or herself, to the purpose of the conversation, ensuring that his or her contribution is relevant and that it is provided at the right time. This is an unspoken agreement between interlocutors which is based on four rules, the Conversational Maxims:

1. **Maxim of Quantity:** provide all and only the necessary information.

2. **Maxim of Quality:** do not say what you believe to be false or what you do not have adequate evidence for.
3. **Maxim of Relation:** be relevant.
4. **Maxim of Manner:** be clear.

Without being aware of it, everyone adheres to Grice's Principle of Cooperation and expects their interlocutors to do the same. Thus, if a statement does not explicitly state the information required, or relevant to the purpose of the communicative act, that information is automatically deduced and is called *conversational implicature*. For example, in this conversation:

A: "Do you want an ice-cream?"

B: "I already have had a sandwich."

B is not explicitly replying to A that he/she does not want an ice-cream because he/she is full, but this information is deduced by A, that assumes that B wanted to give a pertinent answer to his/her question.

This example shows that people always try to make sense out of what they are told, so, when apparently some statements are uncooperative, they extrapolate the implied content - i.e. the implicature - based on the context or their prior knowledge.

VI.2. Conversational implicatures in advertising posters

Advertising posters provide numerous examples of exploitation of conversational implicatures, that are used with the aim of convincing potential buyers that the promoted product is the best of its kind.

For instance, Vallauri³⁶ pointed out that the slogan on the poster of Plasmon cookies “Healthy as a Plasmon” (fig.4) is able to convince people that they



Figure 4: *Healthy as a Plasmon.*

are the healthiest cookies available; in fact, since the Plasmon cookie is used as an element of comparison, the implicature conveyed is that it is the emblematic example of healthy food.

Obviously, claiming that Plasmon cookies are the healthiest food that exists is an exaggeration that would certainly be criticized by the recipients of this slogan; on the contrary, not expressing this concept explicitly, but implying it, makes people much more inclined to accept it, especially because it is a conclusion that, apparently, they reach by themselves.

A further example of a slogan that aimed to enhance the quality of the recommended product is that of Santál fruit juices: “Fruit to drink”



Figure 5: *Fruit to drink.*

(fig.5). It is known that consumers prefer fruit juices obtained by processing fresh fruit, and not by diluting concentrates and adding artificial substances, so, to convince

³⁶ E. Vallauri, *cit*, p. 52.

them to choose its product, the Santál company opted for a slogan capable of expressing the implicature, “This juice is completely natural, made by using 100% fruit, without the addition of sweeteners or other chemical ingredients”. Expressing the same concept explicitly would not have been very captivating and, in addition, would have stimulated the critical thinking of potential buyers, leading them to doubt the truthfulness of this statement.

Another technique used to convey conversational implicatures is putting a statement next to the name of the advertised product, in order to create the implicature that the statement refers to the product itself (according to the Maxim of Relation). An example of this is the advertisement of the Audi



Figure 6: *The more comfortable the interior and trunk, the more comfortable the passengers and luggage. New Audi 80, a persuasive logic.*

80, which includes the statement, “The more comfortable the interior and trunk, the more comfortable the passengers and luggage. New Audi 80, a persuasive logic” (fig.6). As Vallauri³⁷ says, the first utterance can be true for any car, so stating that it is more valid for the Audi 80 than for any other car on the market would not be convincing. On the contrary, placing the name of the advertised car next to that utterance conveys the implicature that the Audi 80 can be considered as an example of comfort.

³⁷ *ivi*, p.57.

In other cases, advertisements use stereotypes, as they facilitate the conveyance of implicatures; for example, it is known that Swiss chocolate is a high-quality product, so the 2014 slogan in the advertisement of the Italian chocolate Novi, “Is it Swiss? No, it’s Novi!” (fig.7 and 8) helps to convey the message that Novi chocolate is of equal, if not better, quality than its famous Swiss counterpart.



Figures 7 and 8: *Is it Swiss? No, it's Novi!*

In this case, the implicature comes from the fact that replying by providing the name of the chocolate brand would make no sense if this were not a quality one.

As analyzed so far, the majority of implicatures used in advertising are related to the Maxim of Relation, but it is necessary to emphasize that their effectiveness is mostly due to the distraction with which potential buyers listen or read advertisements.

IV.3. Conversational implicatures related to the Maxim of Relation in politics

Conversational implicatures are extensively used in politics since they allow to convey any message without explicitly expressing it. As Edoardo Lombardi Vallauri says,

“This is particularly relevant if the content of the implicature is questionable or even false. In this case, the advantage in favor of persuasion is that the sender seems not to be entirely the source of content that, if explicitly stated, would be easily recognized as untrue: instead, it is the recipient who integrates it ‘on his/her own initiative’, and therefore is less inclined to question it”.³⁸

The poster of Fratelli d’Italia party (fig.9) exploits this strategy; in fact, claiming that the party wishes for a “free, strong, and brave” Italy implicitly communicates that the other political parties do not have the same objective.



Figure 9: *FREE, STRONG, AND BRAVE. THE ITALY WE WANT.*

This slogan was adapted for the election posters made in view of the regional elections of September 20th and 21st, 2020 (fig.10 and 11). In this way, the message communicated was that the candidates of the opposing parties did not intend to make the region of which they aspired to become governors “free, strong and brave”; in fact, according to the Maxim of Relation, voters assumed that the slogan was intended to provide information that was true, but, above all, relevant and useful in the choice of the governor. As a matter of fact, communicating an intention that is common to all other parties would be useless.

³⁸ *ivi*, p. 49.



Figure 10: *FREE, STRONG, AND BRAVE. THE CAMPANIA WE WANT.*



Figure 11: *FREE, STRONG, AND BRAVE. THE LIGURIA WE WANT.*

The following Vallauri’s consideration, which emerged from the analysis of the posters made by Forza Italia party for the 2006 elections (fig.12 and 13), but also applies to the posters made by Fratelli d'Italia, explains why political parties make use of conversational implicatures,

“The dirty work, consisting in throwing approximate accusations on the other political wing, was done precisely by the voter who drew the implicature and was therefore very little induced to question that content, or to notice the elements of falsehood, or exaggeration, that were associated with it”.³⁹



Figure 12: *STOPPING THE GREAT WORKS? NO, THANKS.*



Figure 13: *MORE TAXES ON YOUR SAVINGS? NO, THANKS.*

³⁹ *ivi*, p. 62.

In fact, in the specific case of Forza Italia posters, voters were led to deduce - in compliance with the Maxim of Relation - that the other candidates, if elected, would have increased taxes on savings and stopped the great works; without this interpretation, the statements on the posters would have had no reason to exist.



Figure 14: HANDS OFF FAMILY. NO TO SAME-SEX MARRIAGES.

Vallauri⁴⁰ also analyzed the effectiveness of conversational implicatures in the political propaganda of the Lega Nord party. The poster of this party against Civil Unions consisted of two apparently unrelated statements: “Hands off family” and “No to same-sex marriages” (fig.14). However, according to the Maxim of Relation, combining two statements with no logical connection would have made no sense, so voters were induced to create it by themselves; they

concluded that same-sex marriages are a threat to families that are considered legitimate, because they are formed by the marriage of a man and a woman, and that homosexual couples are not real families.

⁴⁰ *ivi*, p. 63-64.

Conclusions

As demonstrated by this thesis, numerous linguistic manipulation strategies have been exploited to manipulate people's minds, and thus their actions, throughout history.

Starting with George Orwell's dystopia, most of the strategies adopted, and adoptable, by totalitarian regimes to assert their supremacy and control the population have been analyzed. Besides, some considerations were made on the analogies between the techniques of linguistic manipulation described in *1984*, and those used by the dictators Hitler and Mussolini to bewitch people and legitimize the massacre of millions of human beings that they caused during the Second World War. Finally, an in-depth analysis of the linguistic manipulation techniques adopted today by politicians of all parties was carried out. First, the main analogies between the modern political language and that of the totalitarian regimes of the 20th century were highlighted; then, the analogies between political and advertising manipulation, implemented through conversational implicatures, were studied.

The aim of this thesis is to make people more aware of the techniques of linguistic manipulation that are adopted daily by politicians to manipulate the masses and inculcate in their minds any idea, without them realizing that, in reality, these beliefs are conveyed through strategies that, for the most part, exploit cognitive sciences.

We could talk about lack of work ethics and start demanding politicians that no longer exploit such manipulative strategies. Yet, the most important thing is that everyone may be able to understand how and when someone is trying to manipulate them, because awareness is the first requirement for choosing independently what is best for oneself and its

society. And, in turn, the possibility of independent choice is the foundation of individual and collective freedom.



Deutscher Teil

Einleitung

Kommunizieren leitet sich vom lateinischen *communicare* ab, nämlich *gemeinschaftlich tun*, was sich wiederum vom *communis* ableitet, d. h. *allen oder mehreren gemeinsam, allgemein*. Es bedeutet also *sich verständigen, miteinander sprechen, mitteilen*. Dieser Begriff wird in Ausdrücken wie *mit jemandem kommunizieren, kommunizieren per E-Mail miteinander, Informationen, oder Wissen, oder Fakten kommunizieren* verwendet.¹

Seit der Kindheit ist jeder bestrebt, seine Bedürfnisse, Ängste, Wünsche und Ideen mitzuteilen. Was jeder Mensch seit seiner Geburt ständig tut, ist kommunizieren, und zwar durch verbale Kommunikation und nonverbale Aktionen.

Die verbale Kommunikation ist einer der Hauptunterschiede zwischen Menschen und Tieren. Durch die Aussprache von Wörtern ist es möglich, soziale Beziehungen aufzubauen, Missverständnisse und Konflikte zu führen oder zu lösen, Dinge geschehen zu lassen und die Wirklichkeit zu gestalten. Zu diesem letzten Thema erläutert Gianrico Carofiglio,² dass, wenn ein Mann am Altar erklärt: „Ja, ich will dich zu meiner rechtmäßigen Ehefrau nehmen“, er nicht nur einige Worte sagt, sondern auch die Realität verändert, und er führt in jeder Hinsicht die Handlung aus, eine Frau zu heiraten.

Die Macht der Sprache, die Realität zu gestalten, ist keine Kleinigkeit, denn sie impliziert, dass Worte zu außerordentlich starken

¹ Die Definition des Verbs *kommunizieren* ist im Online-Wörterbuch *Duden* unter <https://www.duden.de/rechtschreibung/kommunizieren> zu finden (besucht am 10. September 2020).

² G. Carofiglio, *La manomissione delle parole*, hg. v. M. Losacco, BUR Rizzoli Libri, Milano, 2017, p. 26-27. Alle Zitate aus diesem und anderen Büchern sind meine Übersetzungen (mit Ausnahme der Zitate aus dem Roman *1984*).

und gefährlichen Waffen werden können. Schon Platon kritisierte im Dialog *Sophist* die Rhetorik der Sophisten, weil er behauptete, sie könnten die Wirklichkeit verzerren und das Falsche durch Worte als wahr erscheinen lassen, vor allem in den Augen junger Menschen, die notorisch naiver und leichter zu täuschen sind.

Man sollte daran denken, dass Worte nicht nur potenzielle Waffen sind, sondern dass sie auch tatsächlich als solche verwendet wurden. Die Geschichte lehrt, dass sie von den Menschen manipuliert wurden, deren Ziel es war, Macht und die totale Unterwerfung ganzer Nationen zu erreichen, und das ist nicht alles!

Auch heute noch werden in den unterschiedlichsten Bereichen (Politik, Massenmedien, Werbung, Verkauf) eine Vielzahl von sprachlichen Manipulationsstrategien angenommen mit dem Ziel, Menschen zu manipulieren und sie davon zu überzeugen, die von den Manipulatoren gewünschten Entscheidungen zu treffen, ohne dass sie ihre Absichten merken und manchmal auch, ohne dass sie merken, dass es solche Manipulatoren gibt.

Wie Edoardo Lombardi Vallauri sagt:

„Deshalb ist es notwendig, auf die Faktoren aufmerksam zu machen, die die Macht der Wahl begrenzen; unter diesen Faktoren gibt es auch sprachliche Phänomene [...]. Dies ist keine unmögliche Aufgabe, sondern sehr konkret ausführbar; und wirksam, denn wo man die Sprache

nicht mehr frei missbrauchen kann, wird die Manipulation viel schwieriger“.³

Die sprachliche Manipulation ist ein sehr breites und komplexes Thema, das verschiedene Bereiche umfasst: von der Psycholinguistik bis hin zur Soziologie, von der Anthropologie bis hin zur Philosophie.

Ziel dieser Diplomarbeit ist es, die sprachlichen Manipulationsstrategien zu analysieren, die in der Vergangenheit und auch heute noch zur Manipulation der Massen umgesetzt werden, sowie die Grundsätze und Konzepte der Pragmatik, Linguistik und Psychologie aufzuzeigen, auf denen diese Strategien beruhen. Dies geschieht, indem sie von der Analyse der Dystopie in George Orwells *1984* ausgeht, einem emblematischen Werk, das es den Menschen ermöglicht, die Auswirkungen zu verstehen, die die bis auf die Spitze getriebene sprachliche Manipulation auf die Gesellschaft haben kann.

Die Analogien zwischen der fiktiven Realität Orwells und der Situation in Italien und Deutschland unter Mussolini und Hitler sowie die sprachlichen Manipulationstechniken der modernen Politik werden hier näher untersucht.

³ E. Lombardi Vallauri, *La lingua disonesta - Contenuti impliciti e strategie di persuasione*, il Mulino, Bologna, 2019, p.258.

I. Neusprech in 1984

1984 von George Orwell (Pseudonym von Eric Arthur Blair) ist ein dystopischer Roman, in dem die Welt so dargestellt wird, wie sie in der Zukunft sein könnte, im Jahr 1984, um genau zu sein.⁴

Orwell schreibt über eine Welt, die in drei Superstaaten – Ozeanien, Eurasien und Ostasien – geteilt ist, die sich in ständigem Krieg miteinander befinden. Insbesondere das Volk von Ozeanien ist einem totalitären Regime unterworfen, das durch den Großen Bruder vertreten wird, einen Mann, den noch nie jemand persönlich getroffen hat, der aber alles und jeden kontrolliert. Schon auf der ersten Seite des Romans erfährt der Leser, dass es Plakate mit einem Porträt des Diktators gibt, gefolgt von den Worten: „DER GROSSE BRUDER SIEHT DICH!“.⁵



Abbildung 1: *DER GROßE BRUDER SIEHT DICH!*

Um zu verhindern, dass sich jemand gegen seine Auferlegung rebelliert, benutzt das Regime die Angst und – ein Thema, das für die

⁴ Natürlich in Zukunft in Bezug auf das Erscheinungsjahr des Romans, 1949.

⁵ G. Orwell, *1984*, p. 10, auf der Website

<https://archive.org/details/gorwell1984de/page/n9/mode/2up> verfügbar.

Entwicklung dieser Arbeit von Interesse ist – die sprachliche Manipulation. Diese Manipulation wird durch die Entwicklung einer neuen Sprache durchgeführt, die bis 2050 die Altsprache ersetzen wird, d. h. die Standardsprache, die in Ozeanien zur Zeit der Ereignisse, die im Roman erzählt werden, gesprochen wird. Wie Orwell im Anhang seines Romans erläutert:

„Neusprech hatte nicht nur den Zweck, ein Ausdrucksmittel für die Weltanschauung und geistige Haltung zu sein, die den Anhängern des Engsoz⁶ allein angemessen war, sondern darüber hinaus jede Art anderen Denkens auszuschalten. Wenn Neusprech erst ein für allemal angenommen und die Altsprache vergessen worden ist (etwa im Jahre 2050), sollte sich ein unorthodoxer – d. h. ein von den Grundsätzen des Engsoz abweichender Gedanke – buchstäblich nicht mehr denken lassen, wenigstens insoweit Denken eine Funktion der Sprache ist“.⁷

Ausgehend von diesen Prämissen werden die Charakteristika der Neusprech in den nächsten Abschnitten eingehend analysiert.

⁶ *Engsoz* ist die englische Sozialistische Partei, die in Ozeanien regiert.

⁷ G. Orwell, *cit*, p. 491.

I.1. Das Doppeldenk

Ein weiterer Faktor, den das Regime des Großen Bruders benutzt, um die Massen zu kontrollieren, ist das Doppeldenk, d. h. die Fähigkeit, zwei entgegengesetzte Ideen gleichzeitig zu akzeptieren. Nach diesem Grundsatz kann alles und das Gegenteil von allem wahr sein. Das Regime kann sagen und glauben machen, was es will und wann es will, ohne Gefahr zu laufen, dass irgendjemand die Widersprüche bemerkt, selbstständig zu denken beginnt und somit kritisiert und rebelliert.

Die Art und Weise, wie das Regime Doppeldenk benutzt, verdeutlichen die Namen der Staatsministerien: das Wahrheitsministerium, das vom Regime manipulierte Informationen verbreitet, das Friedensministerium, das sich mit dem Krieg befasst, das Ministerium für Überfluss, das die knappen wirtschaftlichen Ressourcen verwaltet, und das Ministerium für Liebe, in dem all jene gefoltert werden, die sich nicht an die Grundsätze und Regeln des Regimes halten.

Die Aufnahme von Widersprüchen wird auch durch die ständige Wiederholung von drei Slogans gezwungen:

„KRIEG BEDEUTET FRIEDEN
FREIHEIT IST SKLAVEREI
UNWISSENHEIT IST STÄRKE“⁸

Es ist nochmals darauf hinzuweisen, dass Orwell durch *1984* den Totalitarismus des 20. Jahrhunderts kritisieren will; in der Tat erinnern diese drei Slogans an die ersten Worte, die die Deportierten bei ihrer

⁸ *ivi*, p. 13.

Ankunft im Konzentrationslager Auschwitz lasen: „ARBEIT MACHT FREI“.



Abbildung 2: Einzelbild aus dem Film *Neunzehnhundertvierundachtzig* (Originaltitel: *1984*) von Michael Anderson (1956).



Abbildung 3: Eingang zum Konzentrationslager Auschwitz.

Schließlich ist es notwendig zu betonen, dass widersprüchliche Ausdrücke, die an *KRIEG BEDEUTET FRIEDEN* erinnern, wie z. B. *Frieden Krieg* und *Peacekeeper-Raketen*,⁹ auch heute noch recht häufig sind; obwohl niemand wirklich auf sie achtet, weil sie nun zur gemeinsamen Sprache gehören, zeigen sie, wie modern der Orwellsche Roman ist.

In dieser Hinsicht können und werden in den nächsten Kapiteln dieser Arbeit viele Überlegungen zu zeitgenössischen Politikern entwickelt werden.

⁹ Wörtlich: *Raketen, die Frieden wahren*.

II. Die Sprache von totalitären Regimen

Sprachliche Manipulation war das Hauptinstrument, das die Diktatoren des 20. Jahrhunderts benutzten, um die Massen anzustiften, die Ideale des Regimes zu verbreiten und ihre Macht stark zu halten. Sie ist ein viel wirksameres Mittel als die Gewaltanwendung, da sie eine betrügerische Methode ist und keine Unterdrückung des Volkes verursacht, sodass keine Aufstände ausgelöst werden; im Gegenteil, sie schmeichelt den Massen, überzeugt sie davon, dem Regime zu vertrauen, und beruhigt sie darin, einen äußeren Feind zu finden, der für die Probleme des Staates schuldig ist.

II.1. Die Wortmanipulation in totalitären Regimen

Wie schon 1984 begann die sprachliche Manipulation durch die beiden Diktaturen mit der Wiederholung von scheinbar harmlosen Wörtern, die mit symbolischen Bedeutungen aufgeladen waren und den Interessen der Partei dienten. Einige Beispiele sind die Worte: *Ideal, Glaube, Mission, Arbeit, Volk, Gewagtheit, Krieg* und *Familie*, die die Werte der faschistischen Partei repräsentierten. Ähnliche Beispiele sind *Familie, Krieg, Arbeit, Ehre, Volk, Rasse, Sippe, Mythos* und *Wehrmacht*: die im damaligen Deutschland zur Entstehung und Stärkung des Mythos der Rasse beitrugen, was zu den extremen Folgen führte, die jeder kennt.¹⁰

Die totalitären Regime des letzten Jahrhunderts gaben den Wörtern jedoch nicht nur eine für sie nützliche Bedeutung, sondern manchmal

¹⁰ E. Golino, *Parola di Duce: il linguaggio totalitario del fascismo e del nazismo – Come si manipola una Nazione*, BUR Rizzoli, Milano, 2011, p. 163-164.

änderten sie auch deren Bedeutung. Klemperers Beitrag hilft zu verstehen, warum diese Manipulationsstrategie angewandt wurde:

„Worte können wie minimale Dosen von Arsen sein, die ohne Wissen eingenommen werden, sie scheinen keine Folgen zu haben, aber nach einiger Zeit zeigt sich ihre toxische Wirkung. Wenn *heldenhaft* und *tugendhaft* für eine ausreichend lange Zeit durch *fanatisch* ersetzt werden, werden die Menschen schließlich glauben, dass ein Fanatiker ein Held mit allen Tugenden ist und dass es keinen Helden ohne Fanatismus geben kann“.¹¹

Enzo Golino¹² gibt einige Beispiele für Wörter, deren Bedeutung sich während des Nationalsozialismus in Deutschland veränderte.:

- *Demokratie* bedeutete nicht mehr *Regierung des Volkes*, sondern war "Synonym für Chaos und Korruption", das Westeuropa, wo das Judentum herrschte, verwüstete. Die klassische *Demokratie* stand im Gegensatz zur *Führerdemokratie*, die auf der absoluten Autorität des Führers basierte. Deshalb sprach Hitler immer von *lächerlicher Politik*, *Parlamentarismus der Flegel*, *Raupen des Parlaments* und *Hyänen der Parteien*;

- *Juden* wurden zu bekämpfenden und demütigenden Feinden, deshalb wurden einige Begriffe wie *Judenbastarde*, *Judenkrummbeinige* und *Jüdisch* (mit abwertender Bedeutung) häufig verwendet;

¹¹ V. Klemperer, *LTI – La lingua del Terzo Reich, Taccuino di un filologo*, Giuntina, Firenze, 2019, p.32.

¹² E. Golino, *cit*, p. 164-179.

- *Intellekt* wurde zu einem störenden Element, dem man misstrauen musste;

- *Objektivität* wurde als Schwäche angesehen, vor allem für die Richter, die das Gesetz in gerechter Weise anwenden wollten, da die Gerechtigkeit dem Volk völlig untergeordnet sein musste;

- *ficken* wurde in Ausdrücken wie *für Ihr Heimatland kopulieren* verwendet, um die Hingabe zum Nationalsozialismus zu bekräftigen;

- *kämpferisch* (mit Kampfgeist) bekam die Bedeutung *Kämpfer im Krieg*;

- *Asphalt* erhielt eine stark negative Konnotation im Gegensatz zu *hell* und *durchsichtig*. Dementsprechend wurde eine Reihe von abfälligen zusammengesetzten Wörtern geschaffen, die diesen Begriff enthalten, wie z.B. *Asphaltpresse* (die jüdische Presse) und *Asphaltliteratur* (jüdische, bolschewistische und demokratische Literatur im Allgemeinen);

- *Arier*, das zunächst nur die iranische und indische Bevölkerung indo-europäischen Ursprungs angab, wurde später für alle indo-europäisch sprechenden Menschen und um die Reinheit des germanischen Volkes zu betonen, verwendet;

- *Arbeit* bezog sich auf Aufgaben, die nur zum Wohle der Nation ausgeführt wurden, und diente dazu, die Juden in Verruf zu bringen, die sie, nach Hitlers Worten, als Mittel zur Ausbeutung anderer Menschen und zur Verfolgung ihrer eigenen Interessen betrachteten.

Erwähnenswert sind Raffaella Benettis¹³ Bemerkungen über die Art und Weise, wie die Wahrnehmung der Menschen auch heute noch durch

¹³ R. Benetti, *Pensiero, linguaggio ed esperienza – brevissimo studio sull'ipotesi di Sapir-Whorf*, auf der Website https://www.academia.edu/9908241/Pensiero_linguaggio_ed_esperienza_brevissimo_studio_sullipotesi_di_Sapir_Whorf verfügbar.

die Zuweisung neuer Bedeutungen und Konnotationen von Wörtern beeinflusst wird. Benetti konzentrierte sich auf den Begriff *Steuerbelastung*, der sich auf das vom Staat durch Steuern entzogene Einkommen bezieht. Sie betont, dass sie als *Belastung* zu definieren impliziert, dass es sich um etwas Negatives handelt, was unweigerlich die Wahrnehmung dieses Entzugs durch die Menschen beeinflusst.

III. Sprachliche Manipulation in der modernen Politik

Bisher zeigte diese Arbeit, dass es möglich ist, Ähnlichkeiten zwischen den Techniken der sprachlichen Manipulation zu finden, die von den totalitären Regimen Hitlers und Mussolinis angewandt wurden, und denen, die heute von jeder Partei und jedem Politiker verwendet werden.

Dieses Kapitel wird eine eingehende Studie darüber sein, wie die Sprache heute manipuliert wird, um Konsens herzustellen, Stimmen zu erhalten und damit Macht zu erlangen. Man darf jedoch nicht vergessen, dass die Überlegungen, die bisher angestellt wurden, wie auch die Überlegungen, die noch folgen werden, nicht implizieren wollen, dass die heutigen Politiker Diktatoren auf Augenhöhe mit Hitler und Mussolini sind oder werden möchten, oder dass sie Faschisten oder Nazis sind. Auf der anderen Seite, wie Gianfranco Carofiglio sagte:

„Der Totalitarismus der Sprache geht nicht immer und notwendigerweise mit dem Totalitarismus der Regierungsform einher“.¹⁴

Die Analyse dieser Arbeit zielt lediglich darauf ab, die Methoden zu identifizieren, die verwendet werden, um die Gedanken der Menschen durch Sprache und Ausdrücke zu manipulieren, und die Leser dazu zu befähigen, wachsam zu bleiben und zu verstehen, ob und wann jemand versucht, sie zu manipulieren.

¹⁴ G. Carofiglio, *cit*, p.42.

III.1. Die Manipulation von Worten

Die Manipulation der Bedeutung von Wörtern, deren Ziel bereits in den vorangegangenen Kapiteln ausführlich beschrieben wurde, ist eine auch heute noch weit verbreitete Strategie der Gedankenmanipulation. Deshalb lohnt es sich, die eklatantesten Beispiele zu analysieren.

III.1.a. Das Wort *Passwort*

Wie Carofiglio¹⁵ hervorhebt, hat die italienische Linke oft den Ausdruck, *die Passwörter der Linken*, benutzt, um sich auf ihre Werte zu beziehen.

Es ist jedoch ein Paradoxon; in der Tat ist ein Passwort ein von Natur aus geheimes Wort, das von einem begrenzten Kreis benutzt wird, um durch Kontrollen zu kommen und Zugang zu privaten Orten oder Informationen zu erhalten, die physisch oder virtuell sein können (z.B. im Fall von sozialen Medien).

Außerdem sind sie Worte, die ihrer Bedeutung beraubt sind. Da sie lediglich den Zugang zu versteckten Informationen ermöglichen sollen, müssen sie weder eine Botschaft vermitteln noch für den Bereich, in dem sie verwendet werden, relevant sein.

Auf der Grundlage solcher Voraussetzungen ist es unangemessen, die Worte *Gleichheit*, *Gerechtigkeit* und *Arbeit* als die *Passwörter* einer politischen Fraktion zu definieren. Weil dies bedeutet, sie ihrer wichtigen Bedeutung zu berauben, sie nicht sehr integrativ zu machen und sie als bloße Slogans zu wiederholen.

¹⁵*ivi*, p. 57-58.

III.1.b. Das Wort *Schiedsspruch*

Ein *Schiedsspruch* ist ein juristischer Begriff, der einen „Vergleich oder Kompromiss bezeichnet, der einen Rechtsstreit beilegt und von einer Person von anerkannter Unparteilichkeit und Autorität verfasst wird“.¹⁶

Wie Carofiglio¹⁷ erklärt, ist diese Definition grundlegend, um die Art und Weise zu verstehen, in der der Begriff *Schiedsspruch* manipuliert wurde, um 2003 die Verabschiedung des Gesetzes Nr. 140, genannt Schifani-Schiedsspruch, zu erreichen. Dieses Gesetz sah die Immunität und die Aussetzung der laufenden Verfahren gegen das Staatsoberhaupt, den Premierminister, die Präsidenten der Abgeordnetenkammer und des Senats sowie den Präsidenten des Verfassungsgerichts vor. Es wurde 2004 für verfassungswidrig erklärt.

Wenn man die obige Definition analysiert, ist es möglich, die Gründe zu verstehen, warum die Benennung des *Schiedsspruchs* nach Gesetz 140 irreführend war und seine Natur veränderte. Zunächst sollte betont werden, dass die Verwendung des Begriffs *Schiedsspruch* zur Bezeichnung einer Maßnahme, die den Wert und die Wirksamkeit von Gesetzen hat, falsch ist, da ein Schiedsspruch bloß eine kompromittierende Maßnahme ist. Darüber hinaus wurde der Schifani-Schiedsspruch nicht vorgelegt, um einen Rechtsstreit zu beilegen, sondern um Silvio Berlusconi, der damals Premierminister war und im s.g. SME-Verfahren der Korruption beschuldigt wurde, Immunität zu gewähren. Schließlich war Schifani, der ihn verfasst hatte, nicht „eine Person von anerkannter Unparteilichkeit“, sondern ein starker Sympathisant

¹⁶ G. Devoto e G. C. Oli, *Il Devoto-Oli. Vocabolario della lingua italiana. 2011*, Le Monnier, Milano, 2010, p. 1587.

¹⁷ G. Carofiglio, *cit*, p. 78-80.

Berlusconi, da er Mitglied der Partei Forza Italia war, deren Präsident eben gerade der ehemalige Premierminister war (tatsächlich ist Schifani auch heute noch Mitglied von Berlusconi Partei).

Es ist klar, dass die Wahl des Begriffs *Schiedsspruch* nicht zufällig war, sondern darauf abzielte, den Gedanken zu verbreiten, dass das Gesetz Nr. 140 ein unparteiischer Kompromiss war, der die Beilegung von dem Rechtsstreit zum Ziel hatte, und nicht ein verfassungswidriger Akt, der zum Schutz einer Einzelperson den Grundsatz verletzte, dass alle vor dem Gesetz gleich sind.

III.2. Widersprüche in Aussagen von Politikern

Wie bereits analysiert, bediente sich das Regime des Großen Bruders im Roman *1984* des Doppeldenks, um sich zu widersprechen, ohne dass sich jemand dessen bewusst war.

Widersprüche sind jedoch nicht nur eine manipulative Strategie, die in Orwells dystopischem Roman umgesetzt wird. Sondern sie sind auch ein Mittel, das vielen Politikern erlaubt, innerhalb weniger Tage und ohne dass viele Menschen es merken, alles und das Gegenteil zu behaupten.

Es genügt ein Rückblick auf die jüngsten Jahre, um das erste Beispiel eines Politikers zu entdecken, der sich selbst widersprach. Tatsächlich erklärte Matteo Renzi im Jahr 2016, damals Premierminister und Sekretär der Demokratischen Partei (PD), mehrmals, dass er die Politik verlassen würde, wenn das Referendum 2016 über eine Verfassungsreform von den Italienern nicht bestätigt worden wäre:

„Sollte das Referendum scheitern, werde ich weiterhin als freier und informierter Bürger die

Politik verfolgen, aber ich werde meinen Beruf wechseln. Wollen Sie einen einfachen Slogan? Entweder ich wechsle Italien, oder ich wechsle meinen Beruf. “ (Zeitung *Il Foglio*, 2. Juni 2016).¹⁸

Später widersprach sich Renzi offensichtlich selbst, denn er verließ die Politik nach der Niederlage des Referendums nicht, er legte lediglich das Amt des Premierministers nieder. Im Jahr 2019 gründete er sogar eine neue Partei, Italia Viva.

Natürlich charakterisieren Widersprüche nicht nur eine einzige politische Fraktion; auch in den Reihen der anderen Parteien ist es möglich, einige Beispiele zu finden. So sagte zum Beispiel im Juli 2019 der damalige stellvertretende Premierminister Luigi Di Maio während eines Interviews in der Fernsehsendung *Uno Mattina* auf Kanal Rai 1:

„Ich will nichts mit der Partei zu tun haben, die in den Skandal von Bibbiano verwickelt ist. Ich will nichts mit der Partei zu tun haben, die in der Emilia-Romagna Kinder ihren Familien mit Elektroschocks entführte, um sie zu verkaufen“. ¹⁹

¹⁸ C. Cerasa, “*O cambio l’Italia o cambio mestiere*” in der Zeitung *Il Foglio*, 2. Juni 2016. Zeitungsartikel auf der Website <https://www.ilmfoglio.it/politica/2016/06/02/news/o-cambio-litalia-o-cambio-mestiere-intervista-a-renzi-96813/> verfügbar (besucht am 21. September 2020).

¹⁹ Di Maio al Pd: “*Mai col partito di Bibbiano che toglie bimbi a famiglie*”. I dem: “*Quereliamo*”, in der Zeitung *Il Fatto Quotidiano*, 18. Juli 2019. Zeitungsartikel auf der Website <https://www.iffattoquotidiano.it/2019/07/18/di-maio-al-pd-m5s-mai-col-partito-di-bibbiano-i-dem-accostamento-demenziale-quereliamo/5335304/> verfügbar (besucht am 21. September 2020).

Nach der Regierungskrise vom August 2019 wurde jedoch im September eine zweite Regierung unter der Führung von Giuseppe Conte geboren, die aus der Koalition der Fünf-Sterne-Bewegung, der Demokratischen Partei (die „Bibbiano-Partei“), der Partei Italia Viva und der Partei Liberi e Uguali gebildet wurde. Wichtig ist, dass Di Maio in der neuen Regierung das Amt des Ministers für auswärtige Angelegenheiten und internationale Kooperation übernahm, ein Amt, das es ihm sicherlich nicht erlaubt hätte, mit der PD (Demokratische Partei) nichts zu tun zu haben.

Außerdem sagte Lega-Parteichef Matteo Salvini während eines Facebook-Lives am 21. Februar 2020, als er über Coronavirus sprach:

„Lasst uns sichern, lasst uns unsere Grenzen
verschließen“.²⁰

Während eines Facebook-Lives am 27. Februar 2020 richtete er jedoch einen Appell an Touristen aus der ganzen Welt:

„Italien ist der schönste Staat der Welt, kommen
Sie, wenn Sie im Ausland sind, ohne Angst“.²¹

Sich auf geschlossene Grenzen zu berufen und dann ausländische Touristen nach Italien einzuladen, ist widersprüchlich; erstens, weil es

²⁰ Facebook Live auf das Profil von Matteo Salvini auf der Webadresse: https://www.facebook.com/watch/live/?v=1290455067810243&ref=watch_permalink (besucht am 22. September 2020).

²¹ Facebook Live auf das Profil von Matteo Salvini auf der Webadresse: <https://www.facebook.com/252306033154/videos/1285250491671628> (besucht am 22. September 2020).

sich um völlig entgegengesetzte Positionen handelt, und zweitens, weil eine andauernde weltweite Pandemie impliziert, dass jeder ein Überträger der Krankheit sein könnte, unabhängig davon, aus welchem Staat oder Kontinent er/sie kommt.

Die Analyse solcher Widersprüche könnte endlos sein, aber es lohnt sich, die Erforschung der modernen politischen Propaganda und die Beobachtung von modernen Wahlkämpfen, die die gleichen Kommunikationsstrategien wie Werbekampagnen einsetzen, fortzusetzen.

IV. Ähnlichkeiten zwischen der Sprache der Politik und der Sprache der Werbung

Wie erwartet, werden Wahlkämpfe heute wie Werbekampagnen geführt, beginnend mit der Struktur der Plakate bis hin zur verwendeten Sprache. Tatsächlich werden in beiden Fällen die sogenannten *konversationellen Implikaturen* weit verbreitet genutzt, d. h. Konzepte, die nicht explizit genannt werden, die aber von den Lesern oder Zuhörern direkt verstanden werden und die es, wenn sie schlaue eingesetzt werden, erlauben, die Menschen von was immer man möchte zu überzeugen.

Die Wirksamkeit der Implikaturen wird durch das Kooperationsprinzip und die Konversationsmaximen gewährleistet, die von dem englischen Philosophen Herbert Paul Grice im 19. Jahrhundert entwickelt wurden. Es lohnt sich, sich auf dieses Prinzip zu konzentrieren, bevor man mit der Analyse spezifischer politischer und werblicher Plakate fortfährt.

IV.1. Das Kooperationsprinzip, die Konversationsmaximen und die Implikaturen

Das Kooperationsprinzip besagt, dass sich jeder Gesprächsteilnehmer zum Zweck des Gesprächs verpflichtet und sicherstellt, dass sein Beitrag relevant ist und zum richtigen Zeitpunkt geliefert wird.²² Dabei handelt es sich um eine unausgesprochene

²² E. Lombardi Vallauri, *cit*, p. 43-44.

Vereinbarung zwischen Gesprächspartnern, die auf vier Regeln, den Konversationsmaximen, beruht:

5. **Maxime der Quantität:** man muss alle und nur die notwendigen Informationen geben;
6. **Maxime der Qualität:** man muss nichts sagen, wovon man glaubt, dass es falsch ist; man muss nichts sagen, wofür man keine hinreichenden Anhaltspunkte hat;
7. **Maxime der Relevanz:** man muss nichts sagen, was nicht zum Thema gehört;
8. **Maxime der Modalität:** man muss Unklarheit vermeiden.

Ohne sich dessen bewusst zu sein, halten sich alle an das Kooperationsprinzip von Grice und erwarten von ihren Gesprächspartnern dasselbe. Wenn also in einer Erklärung nicht ausdrücklich die erforderlichen oder für den Zweck des Kommunikationsvorgangs relevanten Informationen genannt werden, werden diese Informationen automatisch abgeleitet und als *konversationelle Implikaturen* bezeichnet. Zum Beispiel in diesem Gespräch:

A: "Möchten Sie ein Eis?"

B: "Ich habe schon ein Sandwich gegessen."

B antwortet A nicht ausdrücklich, dass er/sie kein Eis möchte, weil er/sie satt ist, aber diese Information wird von A abgeleitet, der/die annimmt, dass B eine sachdienliche Antwort auf seine Frage geben wollte.

Dieses Beispiel zeigt, dass Menschen immer versuchen, dem, was ihnen gesagt wird, einen Sinn zu geben. Wenn also einige Aussagen

scheinbar nicht kooperativ sind, ziehen sie den implizierten Inhalt - d. h. die Implikatur - auf der Grundlage des Zusammenhangs oder ihres Vorwissens hoch.

IV.2. Konversationelle Implikaturen in Werbeplakaten

Werbeplakate bieten zahlreiche Beispiele für die Ausnutzung von konversationelle Implikaturen, die mit dem Ziel eingesetzt werden, potenzielle Käufer davon zu überzeugen, dass das beworbene Ware die beste ihrer Art ist.

Vallauri²³ betonte zum Beispiel, dass der Slogan auf dem Plakat von Plasmon-Keksen „Gesund wie ein Plasmon“ (Abb.4) die Menschen davon



Abbildung 4: *Gesund wie ein Plasmon.*

überzeugen kann, dass sie die gesündesten Kekse sind, die es gibt; da der Plasmon-Keks als Vergleichselement verwendet wird, wird damit impliziert, dass er das emblematische Beispiel für gesundes Essen ist.

Offensichtlich wäre die Behauptung, dass Plasmon-Kekse das gesündeste Lebensmittel sind, das es gibt, eine Übertreibung, die von den Empfängern dieses Slogans sicherlich kritisiert werden würde; im Gegenteil, dieses Konzept nicht explizit auszudrücken, sondern zu implizieren, macht die Menschen viel eher dazu geneigt, es zu akzeptieren, insbesondere weil es eine Schlussfolgerung ist, zu der sie anscheinend alleine gelangen.

²³ *ivi*, p. 52.

In anderen Fällen werden in der Werbung Stereotypen verwendet, da sie die Vermittlung von Implikaturen erleichtern; so ist beispielsweise bekannt, dass schweizerische Schokolade ein hochwertiges Produkt ist, so dass der Slogan in der Werbung der italienischen Novi-Schokolade aus dem Jahr 2014 „Ist sie schweizerisch? Nein, sie ist Novi!“ (Abb. 5 und 6) dazu beiträgt, die Aussage zu überbringen, dass die Novi-Schokolade von gleicher, wenn nicht sogar besserer Qualität als ihre berühmte schweizerische Mitbewerberin ist.



Abbildungen 5 und 6: *Ist sie schweizerisch? Nein, sie ist Novi!*

In diesem Fall kommt die Implikatur aus der Tatsache, dass eine Antwort mit der Angabe des Namens der Schokoladenmarke keinen Sinn hätte, wenn dies keine Qualitätsangabe wäre.

Wie bisher analysiert, bezieht sich die Mehrzahl der in der Werbung verwendeten Implikaturen auf die Maxime der Relevanz, aber es muss betont werden, dass ihre Wirksamkeit hauptsächlich auf die Ablenkung zurückzuführen ist, mit der potenzielle Käufer die Werbung hören oder lesen.

IV.3. Konversationelle Implikaturen im Zusammenhang mit der Maxime der Relevanz in der Politik

In der Politik werden konversationelle Implikaturen ausgiebig verwendet, da sie es erlauben, jede beliebige Botschaft zu vermitteln, ohne sie explizit auszudrücken. Wie Edoardo Lombardi Vallauri sagte:

„Dies ist besonders relevant, wenn der Inhalt der Implikatur fragwürdig oder sogar falsch ist. In diesem Fall besteht der Vorteil zugunsten der Überredung darin, dass der Absender nicht ganz die Quelle von Inhalten zu sein scheint, die, wenn sie explizit angegeben würden, als falsch erkannt würden, sondern dass es der Empfänger ist, der sie «aus eigener Initiative» integriert und daher weniger geneigt ist, sie zu hinterfragen“.²⁴

Das Plakat der Partei Fratelli d’Italia (Abb.7) macht sich diese Strategie zunutze; die Behauptung, die Partei wünsche sich ein „freies, starkes und mutiges“ Italien, kommuniziert implizit, dass die anderen politischen Parteien nicht dasselbe Ziel verfolgen.



Abbildung 7: *FREI, STARK, MUTIG. DAS ITALIEN, DAS WIR WOLLEN.*

Dieser Slogan wurde für die Wahlplakate verwendet, die im Hinblick auf die Regionalwahlen vom 20. und 21. September 2020 hergestellt wurden (Abb. 8 und 9). Auf diese Weise wurde die Botschaft vermittelt, dass die Kandidaten der gegnerischen Parteien nicht beabsichtigten, die Region, deren Gouverneur sie zu werden wünschten, „frei, stark und mutig“ zu machen. Tatsächlich dachten die Wähler gemäß der Maxime der Relevanz, dass der Slogan dazu dienen sollte, Informationen zu vermitteln, die zwar wahrheitsgemäß, aber vor allem relevant und nützlich für die Wahl des

²⁴ *ivi*, p. 49.

Gouverneurs waren. Es wäre in der Tat nutzlos, eine Absicht zu vermitteln, die allen anderen Parteien gemeinsam ist.



Abbildung 8: FREI, STARK, MUTIG. DAS LIGURIEN, DAS WIR WOLLEN.



Abbildung 9: FREI, STARK, MUTIG. DAS KAMPANIEN, DAS WIR WOLLEN.



Abbildung 10: HÄNDE WEG VON DER FAMILIE. NEIN ZU GLEICHGESCHLECHTLICHEN EHEN.

Vallauri²⁵ analysierte auch die Wirksamkeit von konversationellen Implikaturen in der politischen Propaganda der Partei Lega Nord. Das Plakat dieser Partei gegen die Gesellschaft bestand aus zwei scheinbar unverbundenen Aussagen: „Hände weg von der Familie“ und „Nein zu gleichgeschlechtlichen Ehen“ (Abb.10). Nach der Maxime der Relevanz hätte es jedoch keinen Sinn gemacht, zwei Aussagen ohne logischen Zusammenhang miteinander zu verbinden, so dass die Wähler veranlasst wurden, ihn selbst zu erstellen; sie kamen zu dem Schluss, dass gleichgeschlechtliche Ehen eine Bedrohung für Familien sind, die als *legitim* angesehen werden, weil sie durch die Ehe eines Mannes und einer Frau gebildet werden, und dass homosexuelle Paare keine echten Familien sind.

²⁵ *ivi*, p. 63-64.

Schlussfolgerungen

Wie diese Arbeit zeigt, sind im Laufe der Geschichte zahlreiche sprachliche Manipulationsstrategien ausgenutzt worden, um die Meinung der Menschen und damit ihre Handlungen zu manipulieren.

Ausgehend von George Orwells Dystopie wurden die meisten Strategien analysiert, die totalitäre Regime anwenden und anwenden könnten, um ihre Vormachtstellung zu behaupten und die Bevölkerung zu kontrollieren. Außerdem wurden einige Überlegungen zu den Analogien zwischen den im Roman 1984 beschriebenen sprachlichen Manipulationstechniken und den von den Diktatoren Hitler und Mussolini verwendeten Techniken angestellt, um die Menschen zu verzaubern und das von ihnen während des Zweiten Weltkriegs verursachten Massaker an Millionen von Menschen zu legitimieren. Schließlich wurde eine eingehende Analyse der sprachlichen Manipulationstechniken durchgeführt, die heute von Politikern aller Parteien angewandt werden. Zuerst wurden die wichtigsten Analogien zwischen der modernen politischen Sprache und der der totalitären Regime des 20. Jahrhunderts hervorgehoben; dann wurden die Analogien zwischen der Manipulation der Politik und der Werbung, die durch konversationelle Implikaturen umgesetzt werden, untersucht.

Das Ziel dieser Arbeit ist es, die Menschen auf die Techniken der sprachlichen Manipulation aufmerksam zu machen, die tagtäglich von Politikern angewandt werden, um die Massen zu manipulieren und ihnen eine Idee einzupflanzen, ohne dass sie sich bewusst sind, dass diese Überzeugungen in Wirklichkeit durch Strategien vermittelt werden, die zum größten Teil die Kognitionswissenschaften ausnutzen.

Man könnte argumentieren, dass es ein Mangel an Arbeitsethik gibt, und folglich zu fordern, dass Politiker solche Manipulationsstrategien nicht mehr ausnutzen. Aber bis dahin sollte jeder in der Lage sein zu verstehen, wie und wann jemand versucht, sie zu manipulieren. Denn Aufmerksamkeit ist die erste Voraussetzung dafür, unabhängig zu wählen, was das Beste für uns selbst und unsere Gesellschaft ist. Und im Gegenzug ist die Möglichkeit einer unabhängigen Wahl die Grundlage der individuellen und kollektiven Freiheit.

Bibliografia

- A. Hitler, *Mein Kampf*, parte I; trad. it. *Hitler, La mia vita*, Milano, Bompiani, 1939;
- A. Porcheddu, *Linguaggio e potere nella prospettiva della teoria degli atti linguistici*, Università Vita-Salute San Raffaele, A.A. 2010-2011;
- A. Reboul, *A Relevance-Theoretic Account of the Evolution of Implicit Communication*, in *Studies in Pragmatics*, 13 (2011), p. 1-19;
- B. L. Whorf, *Language, Thought, and Reality: Selected Writings of Benjamin Lee Whorf*, a cura di John Carroll, MIT Press, New York-London, 1956, p. 212-213;
- D. Aioanei, *Tecniche di Manipolazione Linguistica*, in *Journal of Romanian Literary Studies*, 8 (2016), p. 114-122;
- D. Sperber, F. Cara e V. Girotto, *Relevance Theory Explains the Selection Task*, in *Cognition*, 57 (1995), p. 31-95;
- E. F. Loftus, *Eye-witness Testimony*, Harvard University Press, Cambridge, 1979;
- E. Golino, *Parola di Duce: il linguaggio totalitario del fascismo e del nazismo – Come si manipola una Nazione*, BUR Rizzoli, Milano, 2011;
- E. Lombardi Vallauri, *La lingua disonesta - Contenuti impliciti e strategie di persuasione*, il Mulino, Bologna, 2019;
- G. Carofiglio, *La manomissione delle parole*, a cura di M. Losacco, BUR Rizzoli Libri, Milano, 2017;
- G. Devoto e G. C. Oli, *Il Devoto-Oli. Vocabolario della lingua italiana. 2011*, Le Monnier, Milano, 2010;

- G. Orwell, *1984*, Oscar Mondadori, Milano, 2000;
- G. Orwell, *Politics and the English Language*, in *Horizon*, 13 (1946), p.252-265, trad. e ed. it. di U. Mesina, 2009;
- G. Sartori, *Democrazia e definizioni*, il Mulino, Bologna, 1972;
- K. Wu e D. Dunning, *Hypocognition: Making Sense of the Landscape beyond One's Conceptual Reach*, in *Review of General Psychology*, 22 (2018), p. 25-35;
- K. Wu e D. Dunning, *Hypocognitive Mind: How Lack of Conceptual Knowledge Confines What People See And Remember*, University of Michigan;
- Klemperer, *LTI – La lingua del Terzo Reich, Taccuino di un filologo*, Giuntina, Firenze, 2019;
- M. Hossain, *Language as the Device for Psychological Manipulation in George Orwell's Nineteen Eighty-Four: a psycholinguistic analysis*, in *European Journal of Language and Linguistics Research*, 5 (2017), p. 25-31;
- M. T. Gentile, *Educazione linguistica e crisi di libertà*, Armando, Roma, 1966;
- M. Wänke e L. Reutner, *Pragmatic Persuasion: How Communicative Processes Make Information Appear Persuasive in The Psychology of Attitudes and Attitude Change* a cura di J.P. Forgas, J. Cooper e W.D. Crano, Psychology Press, New York, p. 183-197;
- R. Benetti, *Pensiero, linguaggio ed esperienza – brevissimo studio sull'ipotesi di Sapir-Whorf*;
- R. Lakoff, «If»'s, «and»'s, and «but»'s about Conjunction, in *Studies in Linguistic Semantics* a cura di C. Fillmore e T. D. Langendoen, Holt, Reinhart & Winston, New York, p. 115-150;

- R. Levy, *Tahitians: Mind and experience in the Society Islands*, University of Chicago Press, Chicago, 1975;
- S. Forti, *Il Totalitarismo*, Laterza, Bari, 2001.

Sitografia

•A. Robb, *How Capital Letters Became Internet Code for Yelling*, in *The New Republic*, 17 aprile 2014, consultabile all'indirizzo web: <https://newrepublic.com/article/117390/netiquette-capitalization-how-caps-became-code-yelling>;

•Articolo in *Il Giornale* del 15 settembre 2020 consultabile all'indirizzo web: <https://www.ilgiornale.it/news/cronache/como-prete-ucciso-coltellate-immigrato-1890163.html>;

•Articolo in *Il Mattino* del 21 luglio 2020 consultabile all'indirizzo web: www.ilmattino.it/primopiano/cronaca/ragazzo_ucciso_fermata_bus_arre_stato_un_19enne_egiziano_caccia_ai_complici-5359146.html;

•Articolo in *Il Messaggero* del 17 febbraio 2020 consultabile all'indirizzo web: https://www.ilmessaggero.it/italia/nigeriano_ascia_aggreisce_passante_carabinieri_castiglione_delle_stiviere_mantova_ultime_notizie-5057417.html;

•C. Cerasa, "*O cambio l'Italia o cambio mestiere*" in *Il Foglio*, 2 giugno 2016. Articolo consultabile all'indirizzo web: <https://www.ilmessaggero.it/politica/2016/06/02/news/o-cambio-litalia-o-cambio-mestiere-intervista-a-renzi-96813/>;

•C. Saviano, "*Dal Tg1 notizie false sul caso Mills*" *
appello a Rai e Ordine da migliaia di cittadini*, in *la Repubblica*, 28 febbraio 2010, consultabile all'indirizzo web: https://www.repubblica.it/politica/2010/02/28/news/appello_tg1-2460213/;

•Dardari, *Frase choc dalla famiglia delle bestie su Willy: "Era solo un immigrato"*, in *Il Giornale online*, pubblicato l'8 settembre 2020, consultabile all'indirizzo web: <https://www.ilgiornale.it/news/cronache/i-familiari-dei-killer-era-solo-immigrato-1888384.html>;

•Definizione del termine *assoluzione* consultabile in *Vocabolario Online Treccani* all'indirizzo web: [https://www.treccani.it/vocabolario/assoluzione/#:~:text=%E2%80%93%20L%27atto%20dell%27assolvere,o%20non%20costituisce%20reato%20\(a.&text=da%20ogni%20imputazione](https://www.treccani.it/vocabolario/assoluzione/#:~:text=%E2%80%93%20L%27atto%20dell%27assolvere,o%20non%20costituisce%20reato%20(a.&text=da%20ogni%20imputazione);

•Definizione del termine *democrazia* consultabile in *Vocabolario Online Treccani* all'indirizzo web: <https://www.treccani.it/vocabolario/democrazia/>;

•Definizione del termine *prescrizione* consultabile in *Enciclopedia Online Treccani* all'indirizzo web: <https://www.treccani.it/enciclopedia/prescrizione-diritto-penale/>;

•Definizione del verbo *communicate* (comunicare) dal dizionario online *Online Etymology Dictionary*, consultabile all'indirizzo web: <https://www.etymonline.com/word/communicate>;

•Definizione del verbo *Comunicare* dal *Vocabolario Online Treccani* disponibile all'indirizzo web: <http://www.treccani.it/vocabolario/comunicare/> ;

•Definizione del verbo *kommunizieren* (comunicare) dal dizionario online *Duden*, consultabile all'indirizzo web: <https://www.duden.de/rechtschreibung/kommunizieren>;

•Di Maio al Pd: *"Mai col partito di Bibbiano che toglie bimbi a famiglie"*. *I dem: "Quereliamo"*, in *Il Fatto Quotidiano*, 18 luglio 2019. Articolo consultabile all'indirizzo web:

[https://www.ilfattoquotidiano.it/2019/07/18/di-maio-al-pd-m5s-mai-col-partito-di-bibbiano-i-dem-accostamento-demenziale-quereliamo/5335304/;](https://www.ilfattoquotidiano.it/2019/07/18/di-maio-al-pd-m5s-mai-col-partito-di-bibbiano-i-dem-accostamento-demenziale-quereliamo/5335304/)

•Diretta Facebook del 21 febbraio 2020 sul profilo di Matteo Salvini
all'indirizzo web:

https://www.facebook.com/watch/live/?v=1290455067810243&ref=watch_permalink;

•Diretta Facebook del 27 febbraio 2020 sul profilo di Matteo Salvini
all'indirizzo web:

<https://www.facebook.com/252306033154/videos/1285250491671628;>

•E. Frattola, *Quanto si risparmia davvero con il taglio del numero dei parlamentari?*, in *La Repubblica*, 24 luglio 2019, consultabile
all'indirizzo web:

[https://www.repubblica.it/economia/2019/07/24/news/quanto_si_risparmia_davvero_con_il_taglio_del_numero_dei_parlamentari_-231936717/;](https://www.repubblica.it/economia/2019/07/24/news/quanto_si_risparmia_davvero_con_il_taglio_del_numero_dei_parlamentari_-231936717/)

•F. Giovannetti (video di), *Senato, Renzi: "Se perdo referendum si conclude la mia esperienza politica"*, in *La Repubblica*, 20 gennaio 2016.
Consultabile all'indirizzo web:

<https://video.repubblica.it/dossier/governo-renzi/senato-renzi-se-perdo-referendum-si-conclude-la-mia-esperienza-politica/225574/224837;>

•G. Gandola, *L'Eco intervista il premier Renzi "Voglio ridurre i costi e poltrone"*, in *L'Eco di Bergamo*, 21 maggio 2016. Articolo
consultabile all'indirizzo web:

[https://www.ecodibergamo.it/stories/bergamo-citta/leco-intervista-il-premier-renzi-voglio-ridurre-i-costi-e-pure-i-posti_1183734_11/;](https://www.ecodibergamo.it/stories/bergamo-citta/leco-intervista-il-premier-renzi-voglio-ridurre-i-costi-e-pure-i-posti_1183734_11/)

•G. Orwell, *1984* (in lingua inglese) disponibile all'indirizzo web:
<https://www.planetebook.com/free-ebooks/1984.pdf;>

•G. Orwell, *1984* (in lingua tedesca) disponibile all'indirizzo web:
<https://archive.org/details/gorwell1984de/page/n9/mode/2up>;

•*Il Credo Laico di Forza Italia* è consultabile all'indirizzo web:
<http://www.forzaitalia.it/speciali/credolaico.pdf>;

•Il discorso tenuto da C. Milosz alla consegna del Premio Nobel nel 1980 è consultabile all'indirizzo web:
<https://www.nobelprize.org/prizes/literature/1980/milosz/lecture/>;

•L. Milella, *Berlusconi è un ladro di parole indifferente alle macerie del Paese*, intervista a G. Carofiglio in *la Repubblica*, articolo del 13 marzo 2010 consultabile all'indirizzo web:
<https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2010/03/13/berlusconi-un-ladro-di-parole-indifferente-alle.html>;

•L'edizione delle 20:00 del TG LA7 del giorno 8 settembre 2020 è disponibile all'indirizzo web: <https://tg.la7.it/repliche-tgla7?id=338553>;

•*La cronologia del caso Mills*, in *La Stampa*, 25 febbraio 2012, consultabile all'indirizzo web:
<https://www.lastampa.it/politica/2012/02/25/news/la-cronologia-del-caso-mills-1.36502828>;

•La trascrizione della lezione tenuta da Gustavo Zagrebelsky il 23 aprile 2009 alla Biennale Democrazia di Torino (Torino, 22-26 aprile 2009) è consultabile all'indirizzo web:
http://2009.biennaledemocrazia.it/pdf/lezione_zagrebelsky.pdf;

•R. Benedetto, *Referendum costituzionale del 2020 sul taglio dei parlamentari: come funziona e le ragioni del Sì e del No*, in *Il Corriere*, 4 settembre 2020, consultabile all'indirizzo web:
<https://www.corriere.it/elezioni/referendum-2020/notizie/referendum->

costituzionale-2020-taglio-numero-parlamentari-e12e0e1e-ede-11ea-8e1d-a2467c523c28.shtml;

•U. Galimberti, *Quando vince l'irrazionale in la Repubblica*, articolo del 25 marzo 2010 consultabile all'indirizzo web: <https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2010/03/25/quando-vince-irrazionale.html>;

Ringraziamenti

Grazie ai miei genitori per aver assecondato le mie scelte, per avermi insegnato che un insuccesso è tale solo se neanche ci hai provato e che qualunque risultato è grande se lo raggiungi con le tue forze. Grazie per starmi accanto nonostante io sia molto intransigente e molto poco paziente.

Grazie a mio fratello Cristiano per avermi sempre protetta e supportata. Sono molto fiera di te e incredibilmente fortunata a poter dire che sei mio fratello. “Siamo una squadra fortissimi”.

Grazie a mia nonna per essere un esempio di forza e determinazione. Spero di riuscire ad averne anche solo un quarto di quanta ne hai avuta tu nella vita.

Grazie a Giorgio per starmi sempre accanto, aiutarmi, ascoltarmi e, quando serve, consolarmi. Grazie per assecondare ogni mia idea e progetto, ma, soprattutto, grazie per farmi prendere la vita con leggerezza quando io mi scordo di farlo.

Grazie ai miei compagni di studi per aver riempito di risate anche i momenti di massima disperazione e procrastinazione. Martina, grazie per tutti i tuoi: “Non ho fatto un cazzo manco io”. Chiara, grazie per tutto il South Africa, il biochetasi e il delirio. Valerio, grazie per i caffè e i bagnetti psicologici (che comunque pretendo ancora, perché l’università è finita, ma gli scazzi non finiscono mai).

Grazie ai Genau per essere i pazzi che sono. Dresda sarebbe stata decisamente più noiosa senza di voi e, ad oggi, sono felicissima di vedervi raggiungere i vostri obiettivi. Siete per me ciò che i cuor di mela sono per Eric. Direi che mi sono spiegata.