

PINO DE STEFANO

IL LINGUAGGIO DELLA POLITICA

Estratto da « IMPEGNO E DIALOGO / 8 »

Biblioteca Diocesana S. Paolino

Seminario - Nola

Incontri Culturali 1990-91

Scuola Tipo-Litografica « Istituto Anselmi »
Marigliano (Napoli) - Tel. 081/841.11.76

IL LINGUAGGIO DELLA POLITICA *

PINO DE STEFANO

Linguaggio e politica

« Ridotto all'essenziale il lavoro politico è un lavoro sulle parole poiché anche le parole contribuiscono a fare il mondo sociale...

Mettere una parola al posto di un'altra significa cambiare la visione del mondo sociale e, a partire da questo, contribuire a trasformarlo »¹.

Perciò in politica non c'è nulla di più realistico delle "querelles" sulle parole.

Se è così, continua P. Bourdieu, il linguaggio dovrebbe essere al centro di qualunque analisi della politica.

Del resto la storia stessa di tutto il pensiero politico può essere considerata storia del discorso politico².

Naturalmente l'analisi del linguaggio politico implica una serie di problemi, complessi e aperti ancora oggi.

Non si tratta solo del problema del significato o delle forme del linguaggio politico; neppure solo delle strategie retoriche del linguaggio stesso. Nella nostra « società dell'informazione »³, inoltre, lo studio del linguaggio politico non pone solo le questioni relative ai mezzi della comunicazione politica ma, addirittura, l'interrogativo su « chi parla » veramente, oltre a quelli su chi parla di più, chi ha la parola e chi decide tutto questo⁴. In altri termini, affrontare oggi, il linguaggio e il discorso politico significa anche porsi il problema della politica del linguaggio.

* Rielaborazione della conferenza tenuta dall'autore il 19-2-1991.

¹ BOURDIEU P., *La responsabilità degli intellettuali*, Bari, Laterza 1991, p. 54.

² POCOCK J., *Politica, linguaggio e storia*, Milano, Comunità 1990, p. 188.

³ Cfr. LYON D., *La società dell'informazione*, Bologna, Il Mulino 1991.

⁴ *Ibid.* pp. 147-172. Per questi problemi vedi anche DAHL R., *Democrazia o tecnocrazia?*, Bologna, Il Mulino 1987, pp. 99-123.

Se è vero che « non c'è realtà politica che non sia informazione politica »⁵, oggi le questioni relative alla comunicazione e ai linguaggi politici sono non soltanto nodali ma anche tra le più complesse.

In questo lavoro, ovviamente, non verranno affrontate tutte le questioni relative al linguaggio della politica, né si pretenderà di offrire una sistemazione definitiva di quelle che saranno oggetto di analisi. Le competenze richieste dallo studio del linguaggio politico sono numerose e molto disparate e vanno dalla sociologia della comunicazione alla semiotica, dalla linguistica alla psicologia sociale, dalla retorica alla filosofia del linguaggio ecc.

Qui si tenterà un'organizzazione sintetica dei risultati di ricerche e analisi teoriche condotte in contesti diversi e con prassi scientifiche molteplici. Ciò allo scopo di offrire una sintesi capace di funzionare sia come strumento introduttivo al problema in oggetto, sia come stimolo e punto di partenza per nuove ricerche e più complete riflessioni.

Il punto di vista che qui verrà privilegiato sarà quello semiotico e pragmatico; si intende cioè offrire strumenti per cogliere le logiche e le dinamiche operanti nel discorso politico in quanto processo sociale di comunicazione e strategia comunicativa. Per questo non verrà fatta un'analisi linguistica o semantica del parlare politico, né sarà presentata una tipologia dei discorsi politici⁶; neppure sarà problema principale la capacità comunicativa dei politici o la loro presunta oscurità o "politichese".

Sarà prioritario in questa sede, invece, analizzare il linguaggio politico dal punto di vista dei cittadini destinatari (anche se questo concetto è discutibile come si vedrà più avanti) più che da quello di chi parla. Il linguaggio politico, quindi, è inteso come strategia comunicativa dal punto di vista degli interessi dei destinatari.

Del resto, se tutto è comunicazione, la politica lo è più di tutto perché, in regime democratico, la politica vive di consenso e il consenso si ottiene attraverso strategie e dinamiche comunicative⁷. Entrare perciò in tali dinamiche, appropriarsi di al-

⁵ BAKER J., Segretario di Stato U.S.A., cit. da GLISENTI P. - PRESENTI R., *Persuasori e persuasi*, Bari, Laterza 1991, p. 126.

⁶ Per alcune di queste questioni si troveranno riferimenti e analisi nei testi citati nella bibliografia che segue questo saggio.

⁷ Cfr. STATERA G., *La politica spettacolo*, Milano, Mondadori, 1986.

cune chiavi di decodifica del linguaggio politico è il modo attuale di essere partecipi della polis e del sistema dei partiti. Gli stessi partiti, oggi, specialmente i partiti di massa (qualunque forma possano oggi assumere), non sono altro che sistemi comunicativi, anche se il rapporto tra politici, partiti e società è molto più problematico di qualche tempo fa.

Per quanto ci riguarda qui, la difficoltà del rapporto suddetto significa, soprattutto, la difficoltà di definire il "pubblico" destinatario del discorso politico; è difficile situarsi tra i diversi "pubblici" del discorso politico così come è difficile per un partito o un gruppo politico "posizionarsi" o "riposizionarsi": decidere cioè cosa debba essere comunicato, come comunicarlo e anche chi debba comunicarlo⁸.

Questi problemi sono anche all'origine e in parte spiegano il carattere a volte oscuro del linguaggio politico, il "politichese", che, spesso, è solo l'altra faccia dei sistemi politici contemporanei, sempre più meccanicamente articolati e in cui l'aggregazione del consenso sembra più facile nella confusione e nell'ambiguità, trasformando così la "polis" in una « foresta di simboli » in cui diventa sempre più difficile orientarsi.

Linguaggio politico e realtà

Il discorso politico, secondo P. Trupia⁹, è il luogo logico e semantico in cui i contenuti del "politico" vengono presentati, argomentati e offerti allo scambio, sia pure a livello simbolico, segnico o discorsivo.

Ma quali sono i contesti in cui avviene questo scambio?

I principali sono due:

1) quello del discorso politico *quotidiano* (di politici, giornalisti, ecc., con mezzi diversi e in occasioni diverse) la cui funzione è soprattutto convocare, schierare o mobilitare;

2) il contesto della trattatistica politica (di politologi, storici, filosofi e scienziati della politica, ecc.) la cui funzione

⁸ Per questi problemi e simili vedi MASI D. M. - MAFFIOLI F., *Come "vendere" un partito*, Milano, Lupetti & co. 1989; e inoltre PASQUINO G., *Alto sgradimento* in « Problemi dell'informazione » 4, 1988, pp. 477-497.

⁹ Cfr. TRUPIA P., *Logica e linguaggio della politica*, Milano, Angeli, 1986.

è soprattutto la riflessione teorica che tende alla motivazione razionale al consenso.

Ma qual è il contenuto di realtà o il valore cognitivo degli scambi simbolici realizzati nei due contesti citati?

Ovviamente nel caso 1) (che è anche quello a cui in questo saggio si farà prevalentemente riferimento) è più naturale attribuire meno valore cognitivo allo scambio, perché è più immediatamente percepibile la funzione conativa (o persuasiva) della parola politica. Nel caso della trattatistica politica il discorso politico è, in un certo senso, « vestito a festa »¹⁰, più manierato e meno "volgare", almeno in apparenza.

In realtà l'etichetta di *saggio* o di *scientifico*, in politica, può diventare anch'essa un espediente linguistico o retorico per finalità comunque persuasive. Come ha scritto G. L. Beccaria, nel lessico politico, qualunque sia il contesto, il « punto di vista » diventa sempre decisivo¹¹. Del resto il linguaggio, e non solo quello politico, non può essere considerato lo specchio di una realtà oggettiva che è là fuori, piuttosto esso crea mondi possibili astraendo dalla realtà complessa percezioni dotate di senso, sulla base di semplificate organizzazioni della realtà stessa¹².

Anche la realtà politica non è data all'osservazione, ma è costituita dal linguaggio tramite la creazione di significati.

« Quando si tratta del mondo sociale è perfettamente fondata la teoria neokantiana che conferisce al linguaggio e, più in generale, alle rappresentazioni un'efficacia propriamente simbolica di costruzione della realtà »¹³. « I gruppi, le classi, ecc., sono sempre degli artefatti, sono il prodotto della logica della rappresentazione che consente a un individuo biologico (o a un numero ridotto di individui) di parlare a nome di tutto il gruppo, di far parlare il gruppo, ...di far credere che il gruppo esista »¹⁴.

¹⁰ RIGOTTI F., *Metafore della politica*, Bologna, Il Mulino 1990, p. 22.

¹¹ BECCARIA G. L., *Parole della politica*, in AA.VV., *La comunicazione politica in Italia*, Bari, Laterza 1989, p. 24.

¹² RIGOTTI F., *op. cit.*, p. 26; cfr. anche per questo tipo di problemi RORTY R., *La filosofia dopo la filosofia*, Bari, Laterza 1989, pp. 9-32; e inoltre WHORF B. L., *Linguaggio Pensiero e realtà*, Torino, Einaudi 1970.

¹³ BOURDIEU P., *op. cit.*, p. 54.

¹⁴ *Ibid.*, p. 55.

La realtà politica quindi (ma il discorso è più generale) quale noi la percepiamo è costituita dal linguaggio e diventa essa stessa un coagulo di linguaggi e interpretazioni¹⁵.

Quanto detto chiarisce forse anche i principali motivi per cui — come scrive F. Rigotti — « il linguaggio metaforico esiste come forma fondamentale di comunicazione politica ».

D'altra parte se gli oggetti politici sono il prodotto delle rappresentazioni e quindi del linguaggio, se non sono *cose* immediatamente percepibili, quale altro strumento è migliore della forte coloritura metaforica dal momento che la parola politica, come dice G. L. Beccaria, è a servizio della persuasione e quindi deve essere in grado di convincere e di dare comandi suggestivi?

Ecco allora il moltiplicarsi, nel discorso politico, delle metafore di ogni tipo: da quelle marinare e nautiche a quelle organiciste e meccaniciste, da quelle spaziali a quelle cosmologiche; da quelle mediche a quelle urbanistiche, e, oggi, da quelle elettroniche a quelle informatiche. È interessante leggere a questo riguardo una pagina suggestiva di F. Rigotti¹⁶:

« È sufficiente sfogliare un quotidiano per rendersi conto di quale altissima percentuale del linguaggio politico sia di origine metaforica; vi si trovano termini presi a prestito dalle relazioni della vita domestica e familiare (padre e figli, moglie e marito, padrone e servitore); frasari da guerra calda e fredda per descrivere conflitti politici interni ed esterni, con toni presi a prestito magari da lotte di gladiatori o da tornei medievali; un lessico "edilizio" a base di edifici politici, tetti e soglie, strutture e sovrastrutture, ingressi e fondamenta; espressioni legate alle strutture urbane e al traffico e comprendenti strade e vie, dritte o con bivi e svolte, aperture o vicoli ciechi, semafori rossi e verdi; ingorghi, sensi unici, stop e vie libere; un vocabolario connesso alla meteorologia, a base di venti e tempeste di ogni genere, correnti e bonacce, calme e burrasche; immagini marine e marinare, ruotanti intorno al tema centrale della nave dello Stato arricchito da capitani e timonieri, rotte e correnti,

¹⁵ Cfr. a tale proposito EDELMAN, WHEELWRIGHT, BLACK e TURBAYNE cit. da RIGOTTI F., *op. cit.*, p. 26; inoltre DOBRIN D. e MILLER C. R. cit. in PLAZIO G., *Il discorso tecnico fra retorica e scienza* in « Rivista estetica », 25, 1987, p. 101; RAVAZZOLI F., *Il testo perpetuo*, Milano, Bompiani 1991; infine ECO U., *I limiti dell'interpretazione*, Milano, Bompiani 1991.

¹⁶ RIGOTTI F., *op. cit.*, p. 19.

approdi e porti e, ahimé, anche da collisioni e naufragi; paragoni tratti dal regno vegetale e soprattutto animale, dal quale, oltre ai classici leone e volpe di Machiavelli e agnelli e uccelli dei campi di Nietzsche, si possono attingere falchi e colombe, lupi e agnelli, cani da guardia e cavalli di razza, mosche coccchiere e balene bianche. Infine, per concludere una panoramica che potrebbe continuare ancora a lungo, richiami astronomici a un firmamento politico, costellato di lune e soli, satelliti e galassie, comete e orbite ».

Se è vero che la politica, data la difficoltà e complessità dell'oggetto di cui deve parlare, non può fare a meno della forma di comunicazione metaforica, è anche vero, però, che la scelta di una specifica metafora per « mettere in scena » un problema condiziona e indirizza l'intero modo di affrontare e di venire a capo del problema¹⁷. Il linguaggio metaforico, infatti, tenta di imporre una struttura di intelligibilità alla realtà politica, che è presupposta ordinabile con *vocabolari* diversi.

Il problema è allora non dimenticare che questa forma insostituibile di comunicazione politica può essere fonte di distorsioni e inganni, se viene ricevuta in modo acritico. Si tratta di riconoscere il linguaggio politico metaforico come tale, non prenderlo alla lettera e non confonderlo col reale.

Il fatto è che le parole metaforiche della politica, più di tutte, esercitano un potere quasi magico: fanno vedere, fanno credere, fanno agire. È facile, del resto, verificare come nella lotta politica quotidiana si cerchi di imporre la propria definizione della realtà, il proprio *vocabolario* più che individuare o rappresentare problemi effettivi. La parola diventa fondamentale per "impostare" l'opinione pubblica nei confronti di una posta in gioco e per limitare la possibilità di risposte conflittuali, creando delle predisposizioni.

J. P. Faye nel suo *Introduzione ai linguaggi totalitari*¹⁸ ha scritto che all'inizio del fascismo ci fu una parola e la parola era "guerra". Ma ci sono parole all'origine di qualunque evento, ciclo, movimento o svolta; e lo stiamo verificando anche in questi anni di profondi rivolgimenti all'Est e non solo all'Est.

¹⁷ RIGOTTI F., *op. cit.*, p. 28.

¹⁸ Cit. da LYTELTON A., *Il linguaggio del conflitto*, in « Problemi del socialismo » 1, 1988, p. 183.

Sono parole caricate di valori, usate per designare o, addirittura, per essere valori; sono parole metaforiche, sono parole retoriche. Al punto tale si spinge tale uso che spesso, in politica, la parola non è più un segno o un simbolo ma viene considerata quasi uno scopo fondamentale: discuterne, esaltarla o denunciarla o ripeterla diviene una gratificazione reale¹⁹; forse c'è anche questo all'origine del processo di omologazione del linguaggio per cui tutti i politici che aderiscono a una corrente, a un gruppo o a un partito sembra che pensino e parlino tutti allo stesso modo, prescindendo dalla loro singola personalità.

C'è quasi un primato del medium, del linguaggio o, meglio, del significante in politica, indipendentemente dal significato o dal referente. La parola politica, cioè, tende sempre più a perdere ogni funzione descrittiva per assumere solo quella evocativa.

E in periodi di spettacolarizzazione della politica, come il nostro, ciò risulta ancora più evidente e accentuato. Basta scorrere un giornale o seguire un telegiornale per rendersene conto. Indipendentemente dal fatto che in discussione ci siano questioni « da cortile » di casa nostra o grandi eventi internazionali, la predominanza di parole chiave, di parole "sacre", di espressioni rituali, nei discorsi dei politici o commentatori, è così evidente da poter costituire oggetto di esercitazioni per scolari delle elementari e delle medie inferiori.

Da questo punto di vista, classificare i nostri uomini politici secondo i loro strumenti retorici riserverebbe delle sorprese: ci accorgeremmo, cioè, che la classificazione non coinciderebbe con i tradizionali e sbandierati spettri destra-sinistra, confessionale e laico, moderato-progressista, ecc..

La politica è veramente un conflitto retorico come ha scritto K. Burke. « Può anche assumere la forma di un violento conflitto armato, economico o qualunque altra cosa: ma lo scontro tra retoriche rivali che non si limitino a nascondere o ad accennare a realtà sottostanti, ma che abbiano *sostanza e logica di per se stesse* è l'essenza principale della politica »²⁰.

¹⁹ EDELMAN M., *Gli usi simbolici della politica*, Napoli, Guida 1987, p. 192.

²⁰ LYTTELTON A., *art. cit.*, p. 171.

Strategie del linguaggio politico e problema del significato

Il linguaggio politico, in quanto strategia comunicativa, è l'insieme dei messaggi che possono avere effetti sui comportamenti politici dei soggetti che costituiscono un determinato ambiente sociale in un determinato contesto storico. Per questo il linguaggio politico è ambiguo; la maggior parte dei termini hanno diversi significati.

L'ambiguità deriva dai mutamenti storici, dal fatto che il linguaggio politico trae spesso origine dal linguaggio comune e dal fatto che si rivolge a un pubblico sempre più eterogeneo e frammentato del quale tenta, in ogni modo, di ridurre la complessità. L'accuratezza non è perciò un tratto importante del discorso dei politici.

L'aveva già scritto Aristotele nel III libro della *Retorica*: « L'elocuzione dei discorsi politici è assai simile al disegno in prospettiva: più numerosa è la folla degli ascoltatori, più il punto da cui si guarda deve essere distanziato. Così l'esattezza dei dettagli diventa negativa nel discorso proprio come nel disegno ».

Il discorso politico è incentrato sull'uditorio in modo particolare e tende a formare il pubblico preparandolo a recepire positivamente nel futuro i discorsi e le posizioni dei vari personaggi politici; perciò questi ultimi speculano fondamentalmente « sulla pluralità di interpretazioni che i loro messaggi possono subire e quindi sulla poca consistenza di significato che le loro parole e i loro enunciati hanno »²¹.

Si comprende allora come non possa esistere un vocabolario politico definibile a priori. « Tutte le parole possono diventare termini politici se usate in una situazione politica »²². Il linguaggio politico perciò è un mosaico di linguaggi e sottolinguaggi: è una specie di biblioteca con *fondi* diversi e stratificati. Diventa, allora, veramente decisivo il punto di vista, per la decodifica di qualunque enunciato politico. Occorre conoscere chi è il vero destinatario del messaggio così come è necessario conoscere la posizione di partenza o l'ideologia di chi parla. A equivalenza di enunciati corrispondono decodifiche diverse, dovute alle dif-

²¹ LO CASCIO V., *Grammatica dell'argomentare*, Firenze, La Nuova Italia, 1991, p. 391.

²² BECCARIA G. L., *Parole della politica*, cit. p. 23.

ferenze ideologiche²³ o strategiche. Non si può chiedere, quindi, il significato di una parola o di una espressione, occorre invece contestualizzarle in una situazione o all'interno di un indirizzo politico.

Che significato hanno, infatti, nell'uso politico termini come *sovversivo, rivoluzione, democrazia, riformismo, intellettuale, popolo, sovranità conservatore, progressista, radicale, giustizia, ordine*, ecc.? Sarebbe quasi impossibile determinarlo; bisognerebbe conoscere chi ha pronunciato queste parole, davanti a chi, in quale situazione, per chi, all'interno di quale strategia comunicativa. Il linguaggio politico può essere molte cose ma, sicuramente, non uno strumento di informazione; non è un messaggio, piuttosto un "massaggio"²⁴.

Il discorso politico non può essere indifferente al successo, perché perderebbe il suo stesso motivo di esistenza²⁵; perciò « appartiene alla retorica politica — la quale intende riconciliare uomini che perseguono attività differenti nonché una diversità di fini e di valori — il fatto che la stessa espressione svolga simultaneamente una eterogeneità di funzioni linguistiche. Quanto per certuni è l'affermazione di un fatto, evocherà simbolicamente certi valori per altri; quanto per un gruppo di ascoltatori evoca un insieme di osservazioni fattuali e dei relativi giudizi di valore, alle orecchie di un altro gruppo evocherà un altro insieme e raccomanderà un altro comportamento. Poiché gli enunciati di fatto e di valore si trovano inestricabilmente avvinati nel discorso politico, e poiché si tende a riconciliare e coordinare diversi gruppi che perseguono valori diversi, l'ambiguità inerente e il contenuto criptico del discorso politico sono invariabilmente elevati »²⁶.

Coincidono, così, sempre meno informazione e comunicazione politica, mentre le parlate politiche stesse tendono a ridursi a gergo. Di conseguenza, se da un lato la crescita e l'espansione dei centri di emittenza delle notizie — stampa, televisione, ecc. — moltiplicano man mano l'area dei destinatari del messaggio politico, dall'altro la forma linguistica o le forme linguistiche speciali con le quali esso viene trasmesso contrae

²³ *Ibid.*, p. 24.

²⁴ Cfr. MC LUHAN M. e FIORE Q., *Il Medium e il messaggio*, Torino, Feltrinelli 1970.

²⁵ LO CASCIO V., *op. cit.*, p. 392.

²⁶ POCOCK J., *op. cit.*, p. 65.

sempre più il numero di coloro che sono in grado di comprendere, decodificandolo, il contenuto dei messaggi²⁷. Abbiamo, da ciò, una serie di conseguenze ulteriori relative al problema del significato del linguaggio politico.

Innanzitutto è sempre meno possibile considerare i discorsi dei politici come principio di individuazione delle diverse forze politiche: le differenze tra i diversi soggetti politicamente organizzati non sono descrivibili sulla base dell'autorappresentazione che essi forniscono.

Ciò che appare paradossale, inoltre, è il fatto che mentre, da un lato, è difficile costruire l'identikit di una forza politica sulla base dei discorsi dei politici aderenti ad essa, dall'altro lato è possibile, per la riduzione a gergo delle parlate e per l'omologazione linguistica dei vari personaggi politici, riconoscere che ci sono vari gruppi di appartenenza o vari partiti a cui i singoli politici aderiscono. In altre parole esistono sottofamiglie di gerghi all'interno del gergo politico per cui i politici appartenenti al partito « X », siano essi di Torino o di Trapani, di Perugia o di Udine, sono facilmente identificabili.

È come quando io riconosco che uno è inglese o francese dal modo di parlare anche se, non conoscendo sufficientemente la sua lingua, non capisco ciò che dice. È un esempio questo dal fatto che il linguaggio dei politici tende a diventare sempre più *autoreferenziale* e rituale.

In secondo luogo l'omologazione dei *contenuti* semantici dei discorsi politici, la riduzione a gergo delle parlate è l'indistinguibilità linguistica delle analisi e dei programmi, spinge, soprattutto oggi, nell'era della televisione, a valorizzare altre forme di comunicazione, prevalentemente di tipo extralinguistico, a cui è affidato il compito di consentire il riconoscimento dell'identità delle forze politiche in gioco. La perdita di valore comunicativo della parola, il processo di « derealizzazione del segno »²⁸, lo svuotamento di significato dei discorsi politici esaltano la funzione comunicativa di forme simboliche quali gesti, atteggiamenti, scenografie, silenzi... ecc., che vengono usati, per lo più, intenzionalmente come sostituti degli strumenti lingui-

²⁷ Cfr. CURI U. e GIACOMINI B., *Oltre il linguaggio della politica*, in « Laboratorio politico », 4, 1982, pp. 74-99.

²⁸ CURI U. e GIACOMINI B., *art. cit.*, p. 82.

stici e capaci di far giungere ai destinatari un messaggio anche indipendentemente dai contenuti semantici dei discorsi.

La politica-spettacolo è anche questo; da questo punto di vista, è evidente, il rapporto tra politica e televisione diventa essenziale.

Ma quanto più il linguaggio dei politici perde le sue tradizionali funzioni, quanto più mette in risalto la mera ritualità di espressioni e formule tanto più diventa *autoreferenziale* accentuando la distanza tra ciò che *dice* e ciò intorno a cui parla.

Questo comporta anche la riduzione della politica ad attività riservata a una quota ridotta di addetti.

Chi di quelli che leggono con continuità i giornali o seguono l'apparire di politici in televisione non ha avuto l'annoiata sensazione, leggendo o ascoltando discorsi, del « già sentito » o del « già visto » insieme alla consapevolezza della distanza e dell'estraneità di quei discorsi dai problemi veri e specifici della gente?

In realtà — e questo è un terzo ordine di riflessioni — nei discorsi dei politici non si confrontano, per lo più, interessi e obiettivi divergenti quanto piuttosto le diverse immagini che ciascun interlocutore ha del rapporto con l'altro. Il contenuto del messaggio tende a diventare, allora, oggetto di una lotta costante per definire la natura del rapporto. Ciò che appare patologico nella comunicazione interpersonale sembra assurgere a norma in quella politica. Se, infatti, da un punto di vista psicoterapeutico, un'interazione è considerata tanto più "sana" quanto più l'aspetto relazionale resta sullo sfondo, il nesso appare del tutto rovesciato se si osserva il linguaggio dei politici²⁹.

La domanda, a questo punto, è chi sono i veri destinatari del discorso politico? Se è accettabile quanto finora detto, occorre mettere in discussione l'idea che l'interlocutore cui viene rivolto il messaggio dei politici sia prevalentemente il pubblico dei cittadini-elettori, anche se in alcune occasioni quali la propaganda elettorale ciò è, in parte, vero. Più spesso, in realtà, sono in atto scontri cifrati tra due o più gruppi di potere — al di sopra delle teste dei cittadini e del pubblico — quasi la politica fosse un rapporto *privato* tra gruppi politici.

²⁹ CURI U. e GIACOMINI B., *art. cit.*, p. 85; cfr. anche per questi problemi WATZLAWICK P., BEAVIN J. H., JACKSON D. D., *Pragmatica della comunicazione umana*, Roma, Astrolabio-Ubaldini, 1971.

A tale proposito si è parlato di « uso negoziale » della comunicazione politica che diventa « lo strumento attraverso il quale gli attori del sistema politico interagiscono tra di loro, mediano le rispettive posizioni, raggiungono o infrangono accordi »³⁰.

L'uso negoziale della comunicazione politica è una delle cause di quella autoreferenzialità di cui si è parlato: il sistema politico tende a parlare di se stesso a se stesso³¹. La comunicazione avviene in primis tra i soggetti politici in competizione e solo indirettamente coinvolge i potenziali elettori i quali diventano per lo più spettatori di una competizione, una specie di *campionato di calcio*. Gli stessi avvenimenti politici sia nazionali che internazionali diventano articoli di propaganda più o meno rozza e momenti del gioco politico.

Diventa allora fondamentale, non tanto denunciare l'oscurità, il tecnicismo, l'ambiguità o la mancanza di riferimento alla realtà di un dato linguaggio politico, ma piuttosto capire a quali dinamiche quel linguaggio appartiene. La parte della comunicazione politica affidata al linguaggio va sempre decodificata in riferimento a una condotta strategica più ampia all'interno della quale convegni, dichiarazioni di intenti, minacce, promesse, ecc., acquistano significato solo in quanto mosse in un contesto di "gioco".

Il linguaggio politico, quindi, non va decodificato prevalentemente per ciò che dice *sul* sistema politico ma soprattutto per quanto *all'interno* di un dato sistema comunica. Sono più le relazioni che le notizie ad essere comunicate.

Naturalmente tale forma di comunicazione espropria i cittadini dei criteri di consenso e di dissenso³²; è difficile per i cittadini comuni entrare nelle dinamiche e nei giochi politici e quindi anche decodificare i vari messaggi che si incrociano sulla propria testa.

Mentre si tende a pensare al discorso politico come a un « insieme di contenuti, di tesi e di posizioni ideali, come ad una *esposizione* di argomenti, si constata (infatti) che le forme del-

³⁰ MANCINI P., *Tra sé e sé*, in AA.VV., *La comunicazione politica*,... cit., p. 114; vedi anche Eco U., *Il linguaggio politico*, in AA.VV., *I linguaggi settoriali in Italia*, Milano, Bompiani 1973; inoltre CURI U. e GIACOMINI B., art. cit., p. 84.

³¹ MANCINI P. cit.; e inoltre MARLETTI C., *Prima e dopo. Tematizzazione e comunicazione politica*, Torino, Vpt-Rai n. 68.

³² Eco U., *Il linguaggio politico*, cit., p. 105.

l'argomentazione, in primo luogo, lo costringono a trasformarsi almeno in parte in un congegno che produce non argomenti ma operazioni fra argomenti»³³. Il discorso politico stesso quindi, anche nel caso che venga espresso attraverso codici di onesta argomentazione, si costruisce e si costituisce mediante un groviglio semiotico, di strutture del contenuto e forme di argomentazione, difficilmente districabile.

A partire da queste ultime riflessioni si capisce come la strategia prevalente della comunicazione politica non miri tanto a offrire contenuti o tesi su cui chiamare a discutere quanto, piuttosto, a comunicare codici che organizzino il modo in cui si produce il senso³⁴. Ma queste finalità sono più facilmente perseguibili se l'informazione politica si diluisce e si confonde nel flusso della comunicazione informativa globale e nella massa di immagini proiettata sugli spettatori della vita pubblica. E qui siamo, infine, allo sviluppo estremo del nostro discorso sulle strategie del linguaggio politico e sul problema del significato: se le parlate dei politici trasmettono sempre meno messaggi e informazioni sulla politica, se sono sempre meno finalizzate alla trasmissione di un concreto contenuto informativo, esse diventano però aspetti oggettivi della politica; il linguaggio politico cioè non è più soltanto un medium destinato a comunicare contenuti ma diventa esso stesso una delle cose di cui si parla riferendosi alla politica, entra a far parte dell'universo strettamente politico non solo per quello che trasmette ma per quello che è. I discorsi "politici", nella società della televisione, dell'informazione e dello spettacolo globale, sono diventati — indipendentemente da un « cattivo uso » o dalle capacità degli "addetti" — sempre più autonomi rispetto alla funzione di segni o di mezzi di comunicazione, per diventare essi stessi oggetti anziché veicoli della comunicazione³⁵.

³³ FERRARO G., *Strategie comunicative e codici di massa*, Torino, Loescher, 1981, p. 89 e seg., dove si troveranno anche efficaci esempi; una esemplificazione relativa al suddetto tipo di operazioni verrà fornita anche nell'ultima parte di questo saggio.

³⁴ PRIULLA G., *L'argomentazione nel discorso politico*, in « Laboratorio politico », cit. p. 116-143, dove si troverà anche un'ampia esemplificazione.

³⁵ CURI U. e GIACOMINI B., *art. cit.*, pp. 94-95; cfr. anche per questa analisi il capitolo « Persuasori e persuasi » nell'omonimo libro di GLI-SENTI P. - PESENTI R., cit.; utile anche BAUDRILLARD J., *Lo scambio simbolico e la morte*, Milano, Feltrinelli, 1979.

Potere e tecniche del linguaggio politico

Se è fondata l'ipotesi che i destinatari dei discorsi politici quotidiani siano soprattutto gruppi organizzati, partiti o altri soggetti politici, è anche ragionevole pensare che i cittadini elettori siano i destinatari prevalenti sia dei discorsi elettorali, sia della informazione politica diluita nel flusso della comunicazione informativa globale; inoltre sono sicuramente coinvolti *come spettatori* in quegli scontri cifrati tra soggetti politici o gruppi di potere, di cui si è detto sopra.

Da questo punto di vista, quello del *pubblico* e degli elettori cioè, il linguaggio politico innesca anche una dinamica di potere.

In verità, in qualunque scambio linguistico vi è un rapporto di forza tra l'emittente e il ricevente; lo stesso contenuto dei messaggi della comunicazione linguistica resta inintelligibile finché non si tiene conto di questa struttura di potere.

« Il principio del potere delle parole risiede nella complicità che si stabilisce, attraverso le parole, tra un corpo sociale incarnato in un corpo biologico, quello del portavoce autorizzato, e dei corpi biologici socialmente predisposti a riconoscere i suoi ordini, ma anche le sue esortazioni, le sue insinuazioni o le sue ingiunzioni, e che sono i "soggetti parlati", i fedeli, i credenti »³⁶. Nella comunicazione politica questa struttura di potere è presente e operante in modo particolare.

Nella comunicazione politica si tratta di regolare le possibilità stesse di dire sì o no, di controllare non soltanto la trasmissione dei messaggi ma le stesse risposte che ad essi verranno fornite³⁷. In questa ottica, il potere del linguaggio politico non dipende tanto da una virtù intrinseca delle parole, quanto piuttosto dai bisogni e dalle emozioni degli uomini³⁸. Infatti, nella formulazione e nella diffusione delle valutazioni politiche, i sentimenti e le emozioni diventano parte dei significati dei segni. Tali dinamiche sono accentuate in una epoca

³⁶ BOURDIEU P., *op. cit.*, p. 53; cfr. anche dello stesso autore *La parola e il potere*, Napoli, Guida 1988.

³⁷ Interessante a tale proposito il libro di LUHMANN N., *Potere e complessità sociale*, Milano, Il Saggiatore, 1979, in cui l'autore propone una teoria del potere come codice che deve regolare la comunicazione; vedi inoltre LASSWELL H. D. - LEITS N., *Il linguaggio della politica*, Torino, ERI, 1980.

³⁸ EDELMAN M., *op. cit.*, p. 181.

di mediatizzazione della politica, come la nostra, in cui « lo smottamento della propaganda nella pubblicità comporta come conseguenza l'abbandono dell'argomentazione a favore dell'associazione, che consiste normalmente nell'abbinare ad un certo soggetto (in questo caso il partito politico o il leader) uno o più segni o simboli positivamente percepiti dall'audience, in modo da riflettere su di esso la valenza (emotiva) favorevole di quei segni o simboli »³⁹. Ma anche la tecnica dell'argomentazione politica, quando è efficace, richiama l'attenzione di un gruppo con interessi comuni su quegli aspetti della situazione che fanno sì che la linea di condotta sostenuta *appaia* in armonia con la promozione degli interessi del gruppo. La propaganda che incontra il consenso più intenso è quella che elabora le formulazioni più adatte a *evocare* e sintetizzare un gran numero di esperienze a cui l'uditorio è legato.

Quando un uomo politico parla di « controllo pubblico » e di « impresa pubblica », e un altro di « controllo privato » e di « impresa privata », dai loro discorsi non apprendiamo nessuna nozione di economia politica ma impariamo solo qualcosa di importante sui valori dei gruppi con i quali queste persone si identificano⁴⁰.

Per cui, come abbiamo già sottolineato, l'analisi del linguaggio politico e dei suoi significati si deve fondare non solo su analisi lessicali e consultazioni di dizionario, ma anche — e in modo particolare — su un esame del modo in cui destinatari apparenti o reali, appartenenti a vari contesti sociali, rispondono ai diversi tipi di linguaggio. Pensiamo, per esempio, a termini che indicano azioni o procedure politiche come *tribunale*, *leggi*, *crimine*, *ordinanze*, *udienze*, *elezioni*, *referendum*; o ad altri come *costituzione*, *diritto naturale*, *ragione*, *democrazia*, *socialista*, *comunista*, *popolo*, *nazione*, *progresso*, *sicurezza*: queste parole e simboli "potenti" sono in grado di evocare associazioni emotive, di conferire intensità alle credenze e alle adesioni, di giustificare sorti e condotte degli uomini ma anche di interferire con le facoltà critiche e razionali.

Da questo punto di vista il linguaggio in politica è usato soprattutto per legittimare l'azione⁴¹ e/o fornire forza motiva-

³⁹ TINACCI MANNELLI G., *Mediare la politica*, in AA.VV., *La comunicazione politica*, cit., p. 200.

⁴⁰ Cfr. EDELMAN, *op. cit.*, p. 193.

⁴¹ *Ibid.*, p. 184.

zionale ad azioni che stanno per iniziare, a provocare predisposizioni — specie in campagna elettorale — per una certa scelta o voto, più che a cambiare il corso di azioni già intraprese o a produrre cambiamenti nelle intenzioni e nei comportamenti.

Tutti questi effetti possono essere raggiunti perché le parole *chiave* e simboliche della politica sono particolarmente appropriate — essendo vaghe, indeterminate e poco suscettibili di essere controllate da giudizi realistici — ad agevolare meccanismi, inconsci o no, come l'identificazione, il transfert, la proiezione, che sono, a loro volta, connessi con i conflitti interiori degli individui e con l'esigenza di fronteggiarli ⁴².

In una società di massa, con l'avvento e la diffusione di nuovi strumenti di comunicazione, come la televisione, che rendono meno centrale il messaggio linguistico a vantaggio dell'immagine e del gesto, i processi accennati sopra tendono ad accentuarsi; lo stesso strumento linguistico diventa funzionale a esigenze di retorica visiva.

Per questo sembra, oggi, addirittura che l'oratore politico non sia più la fonte del messaggio *ma il messaggio stesso*, parte dello spettacolo globale come hanno scritto Tinacci/Mannelli G. e Cheli E. ⁴³.

« "Biberon" prende il posto del palco con le bandiere e gli altoparlanti... Si apre l'epoca dei grandi comunicatori... E quelli che non hanno la qualità di grandi comunicatori? Ad essi è d'obbligo la prudenza, il dire meno possibile e meno chiaramente possibile » ⁴⁴.

In tale contesto capiamo anche perché, da varie ricerche, risulti che i contenuti dei discorsi politici siano per lo più *political issues* relativi cioè ai rapporti tra partiti, alle alleanze, ecc., e molto poco *policy issues* ⁴⁵ relativi a problemi concreti come disoccupazione, casa, ospedali, questioni economiche, ecc..

Questi ultimi problemi non consentono l'uso di termini (come *sicurezza personale, interesse nazionale, governabilità, unità nazionale*, ecc.) che, in quanto astratti e generici, significa-

⁴² Per questo tipo di problemi cfr. LASSWELL H. D., *Potere, politica e personalità*, Torino, Utet, 1975.

⁴³ *L'immagine al potere*, Milano, Angeli, 1986.

⁴⁴ LEPRI S., *Poco da comunicare*, in AA.VV., *La comunicazione politica*, cit., p. 96.

⁴⁵ Per queste classificazioni e le ricerche relative vedi CHELI, MANCINI, TINACCI MANNELLI, MAZZOLENI, *Elezioni in TV: dalle tribune alla pubblicità*, Milano, Angeli, 1989.

no cose diverse per i vari gruppi e quindi sono di solito più efficaci, più spendibili e funzionali alle tecniche della politica spettacolo.

È anche per questo che, nell'era dei media con pubblico eterogeneo e difficilmente identificabile, i discorsi dei politici dei vari partiti tendono quasi necessariamente a diventare intercambiabili e uniformi fino ad assumere i caratteri di una pericolosa vacuità come ha scritto Eco⁴⁶. Naturalmente le tecniche usate nella retorica politica non sono tutte e solo espressione dell'adeguarsi alle esigenze della politica spettacolo e alla logica della comunicazione televisiva.

Servono, oggi come ieri, tutte le tecniche della retorica classica, magari aggiornate, rese più complesse e più raffinate. Oggi, per esempio, non si ricorre quasi più al discorso epidittico né si tende ad abbellire i discorsi con riferimenti letterari, citazioni dotte o altro; il linguaggio è diventato più complicato e anche incomprensibile alle masse per il grado di tecnicismo in esso presente. Anzi l'utilizzo di forme ed espressioni dei linguaggi speciali fa assumere spesso al linguaggio politico « la patina di quel tecnicismo necessario per sembrare serio, nonché dimostrabile, nonché scientifico: usando parole come *ingragnaggio*, *freno*, *diagnosi*, *spinta centrifuga*, *convergenza parallela*, ecc., dà l'impressione all'uditore di trovarsi dinanzi ad un discorso scientifico e pertanto attendibile »⁴⁷. Le forme linguistiche provenienti dai linguaggi tecnologici sono forme *suasive* che hanno l'obiettivo di predisporre l'adesione del pubblico, il quale non essendo in grado di dominare sufficientemente la materia di cui si parla, tende a riconoscere affidabilità e fondatezza al discorso che gli viene proposto con formule tecnoscientifiche o con linguaggio economico e giuridico.

Naturalmente questo tipo di linguaggio potrebbe anche procurare non solo adesione ma anche indifferenza e allora ci si rivolge verso altri meccanismi argomentativi puntando sulle emozioni, sul fascino dell'oratore, sulla sua sicurezza e abilità. È questo il motivo per cui spesso i politici ricorrono a strumenti che appaiono efficaci quali slogans, giochi linguistici, sorprese visive oppure al tono preoccupato, sereno, imperioso, mi-

⁴⁶ Eco U., *Il linguaggio politico*, cit.

⁴⁷ Lo Cascio V., *op. cit.*, pp. 394-395.

naccioso e così via. Tali strumenti servono a rinforzare gli argomenti che i politici usano, che sono diversi e tratti da molteplici campi; ci sono argomenti di tipo etico, estetico, economico, sociale, strategico, strutturale, storico, tradizionale, ideologico, a volte anche religioso.

Perelman⁴⁸ cita, per esempio, due argomenti che si ritrovano molto spesso e che da sempre fanno parte del bagaglio retorico per scatenare il consenso. C'è quello della "quantità" per cui bisogna fare qualcosa perché lo fa la maggior parte: tutte le città *moderne*, tutti i paesi *europei*, tutti i paesi *democratici* ecc. (è interessante a tale proposito anche l'analisi dell'uso dei sondaggi in politica); oppure l'argomento, opposto, della "qualità" per il quale occorre fare qualcosa per distinguersi sopra tutti, dal momento che nessuno la fa (argomento, questo, in uso soprattutto presso i gruppi politici più radicali, ma non solo).

Ma al di là dei diversi argomenti usati⁴⁹, è importante qui, sottolineare che gran parte del lavoro di costruzione del discorso politico viene speso allo scopo di far rientrare le tesi che s'intendono sostenere in schemi argomentativi preesistenti⁵⁰. Si tende così ad agganciarsi a premesse largamente condivise, difficilmente smantellabili (ma non incontrovertibili) e date per accettate dall'uditorio. Spesso anche i dati vengono offerti come punto di partenza nei discorsi politici anche se poi sono sempre pochi i dati e gli esempi citati o comunque si trascurano sempre quelli di altro segno.

E siamo qui a una delle costanti tattiche del discorso politico: usare opinioni diffuse e difficilmente sottoposte a critica, senza lasciare il tempo di rendersi conto che esistono altre opinioni, ugualmente diffuse. C'è una specie di autoritarismo linguistico nell'atteggiamento dell'oratore politico che si presenta come caratterizzato da una impronta di universalità per cui il punto di vista proprio non viene relativizzato; solo quello dell'antagonista viene descritto come relativo, opinabile e quindi, in fondo, falso.

⁴⁸ PERELMAN C. e OLBRECHTS-TYTECA L., *Trattato dell'argomentazione*, Torino, Einaudi, 1970.

⁴⁹ Vedi per questo gli esempi riportati da Eco U., *Il linguaggio politico*, cit.; inoltre l'ampio *Manuale di retorica* di MORTARA GARAVELLI B., Milano, Bompiani 1988.

⁵⁰ Cfr. FERRARO G., *op. cit.*, p. 90; inoltre Eco U., *Il linguaggio della politica*, cit., pp. 91-105.

Nel discorso politico — come in ogni discorso di propaganda — si tende a rimuovere, da parte di chi parla ma anche di chi ascolta, il fatto che tutti i contenuti, in una situazione concorrenziale, obbediscono a prospettive e interessi di parte.

Tutte le proprietà semiotiche, retoriche e argomentative, nel linguaggio politico, sono messe a servizio di un preciso scopo pragmatico: squalificare l'aspetto preso a bersaglio⁵¹. Critica della fazione (la parte avversaria è dipinta sempre come faziosa, corporativa) e retorica dell'imparzialità (il proprio credo politico o i propri programmi sono proposti *nell'interesse generale* e non sono partegiani) esprimono tecniche quasi costitutive della propaganda politica⁵².

A volte si tratta di tecniche che mirano a una vera e propria sopraffazione verbale; come quando si polarizza fortemente il discorso politico in sistemi binari per cui, dato un valore positivo (moderno, progressista, laico) gli si oppone fatalmente solo il valore necessariamente negativo (tradizionalista, conservatore, clericale); o come quando si tende a presentare le tesi dell'avversario in forma distorta perché siano più facilmente attaccabili; o, addirittura, come quando si tende a "contaminare"⁵³ le tesi o le posizioni degli avversari ridefinendo la/loro natura politica o riclassificando lo schieramento politico in modo che le divisioni tra i partiti diversi dal proprio appaiano solo artifici destinati a coprirne la reale omogeneità: naturalmente quest'ultima tecnica risponde a una specie di legge di semplificazione e del *nemico unico* per cui si presenta se stesso come un soggetto ben definito contrapposto a un unico *opponente*⁵⁴.

C'è anche il discorso dell'azzeccagarbugli, come dice Eco⁵⁵, che viene usato o perché chi parla sa cosa vuol dire ma vuol farlo sapere solo a pochi o perché chi parla non sa cosa vuol dire e maschera il proprio vuoto sotto un accumulo di cattiva retorica.

Ma ci sono tattiche retoriche o semiotiche più raffinate e sofisticate attraverso cui il discorso politico costruisce schemi

⁵¹ PRIULLA G., *art. cit.*

⁵² BATTINI M., *Appunti sulla comunicazione politica e sulla propaganda nelle società contemporanee*, in « *Problemi del socialismo* », cit.

⁵³ Cfr. per queste tecniche FERRARO G., *op. cit.*

⁵⁴ *Ibid.*, p. 92.

⁵⁵ Eco U., *Il linguaggio politico*, cit., p. 96.

narrativi e strutture semiotiche tendenti a definire ruoli fissi in termini di valori; ecco allora l'oratore politico che si presenta come *l'oppositore*, quello che si presenta come *riformista*, o *decisionista*; il politico che tende a definirsi come *uomo comune* o quello che attraverso i suoi discorsi si presenta come *anti-partitocratico*; c'è il discorso del *detentore de potere* (in genere i partiti di governo) o quello del *detentore del sapere* (i piccoli partiti); c'è infine il politico che attraverso i suoi discorsi si presenta come *coscienza critica*, quello che si propone come *mediatore*, ecc..

Si potrebbe continuare ancora a lungo ad indicare tecniche retoriche e semiotiche del linguaggio politico ma i limiti e gli obiettivi di questo saggio inducono a ritenere sufficientemente rappresentativa la rassegna offerta; nei riferimenti bibliografici si troveranno ulteriori indicazioni.

Ma al di là degli esempi riportati, rimane fondamentale, per riuscire a penetrare nella logica delle tecniche del linguaggio politico, non cadere nell'equivoco di stabilire un rapporto speculare tra le forme mediante le quali la politica si descrive e si rappresenta e i processi concreti che la costituiscono; tra atti linguistici e comportamenti esiste una sfasatura dalla quale non si può prescindere nell'analisi della comunicazione politica.

È vero che è molto difficile distinguere, nei discorsi politici, i fatti e le verità dalle presunzioni; è difficile individuare i valori di riferimento dei discorsi stessi; è anche difficile separare una buona retorica politica, che privilegi l'esigenza del successo conciliandola con principi etici e con i codici di un'onestà argomentazione, da una retorica degenerata e strumento di vera e propria sopraffazione verbale.

Ma è necessario acquisire capacità di analisi e di decodifica del discorso politico, tali da smascherarne certi usi; si tratta insomma, come cittadini, di sviluppare una vera e propria attività politica nuova, di aprire una specie di *fronte del linguaggio*.

D'accordo in questo con la conclusione di Umberto Eco⁵⁶: « È moralistico asserire che il discorso politico deve sottrarsi alle tecniche retoriche per vertere solo intorno alla verità; la conduzione della polis è materia di opinione, e intorno alla varietà delle opinioni deve esercitarsi il gioco del convincimento

⁵⁶ *Il linguaggio politico*, cit., p. 105.

reciproco ». E questa la politica. « Ma il discorso politico che sostituisce alla dichiarazione persuasiva la formula incantatoria (e peggio se sotto alla formula magica si cela un messaggio segreto da stregone a stregone) rappresenta una realtà linguistica e civile che ogni comunità democratica deve corrodere con il limpido esercizio dell'analisi che demistifica ».

BIBLIOGRAFIA DI RIFERIMENTO

- AA.VV., *La comunicazione politica in Italia*, Bari, Laterza, 1989.
- BATTINI M., *Appunti sulla comunicazione politica*, in « Problemi del socialismo », 1, 1988, pp. 159-169.
- BAUDILLARD I., *Lo Scambio simbolico e la morte*, Milano, Feltrinelli, 1979.
- BECCARIA G. L., *Italiano*, Milano, Garzanti, 1988.
- BOURDIEU P., *La parola e il potere*, Napoli, Guida, 1988.
- BOURDIEU P., *La responsabilità degli intellettuali*, Bari, Laterza, 1991.
- CALVI G., *Gli scomunicanti*, Milano, Lupetti e Co., 1990.
- CHELI, MANCINI, TINACCI MANNELLI, MAZZOLENI, *Elezioni in TV: dalle tribune alla pubblicità*, Milano, Angeli, 1989.
- CICCATIN S., *Tecnica della propaganda politica*, Milano, Sugar, 1970.
- CIPRIANI R. (a cura di), *La legittimazione simbolica*, Brescia, Morcelliana, 1986.
- CURI U. e GIACOMINI B., *Oltre il linguaggio della politica*, in « Laboratorio politico », 4, 1982, pp. 74-99.
- DAHL R., *Democrazia o tecnocrazia?*, Bologna, Il Mulino, 1987.
- DESIDERI P., *Teoria e prassi del discorso politico: strategie persuasive e percorsi comunicativi*, Roma, Bulzoni, 1984.
- DESIDERI P. - MARCARINO A., *Testualità e tipologia del discorso politico: bibliografia*, Roma, Bulzoni, 1980.
- DOMENACH J. M., *La propaganda politica*, Catania, Paoline, 1974.
- DUCROT O., *Dire e non dire*, Roma, Officina, 1979.
- Eco U., *Il linguaggio politico*, in AA.VV., *I linguaggi settoriali in Italia*, Milano, Bompiani, 1987, pp. 91-105.
- Eco U., *I limiti dell'interpretazione*, Milano, Bompiani, 1991.
- EDELMANN M., *Gli usi simbolici della politica*, Napoli, Guida, 1987.
- FERRARO G., *Strategie comunicative e codici di massa*, Torino, Loescher, 1981.
- GLISENTI P. - PESENTI R., *Persuasori e persuasi*, Bari, Laterza, 1990.
- KLAUS G., *Il linguaggio dei politici*, Milano, Feltrinelli, 1974.
- LASSWELL H. D., LEITS N., *Il linguaggio della politica*, Torino, Eri, 1980.
- LASSWELL H. D., *Potere, politica e personalità*, Torino, Utet, 1975.

- Lo CASCIO V., *Grammatica dell'argomentare*, Firenze, La Nuova Italia, 1991.
- LUHMANN N., *Potere e complessità sociale*, Milano, Il Saggiatore, 1979.
- LYON D., *La società dell'informazione*, Bologna, Il Mulino, 1991.
- LYTTELTON A., *Il linguaggio del conflitto*, in « Problemi del socialismo » 1, 1988, pp. 170-183.
- MC LUHAN M. e FIORE Q., *Il Medium e il messaggio*, Torino, Feltrinelli, 1970.
- MANNHEIMER R. - SANI G., *Il mercato elettorale. Identikit dell'elettore italiano*, Bologna, Il Mulino, 1987.
- MARLETTI C., *Media e politica. Saggi sull'uso simbolico della politica*, Milano, Angeli, 1984.
- MARLETTI C., *Prima e dopo. Tematizzazione e comunicazione politica*, Torino, Vpt-Rai n. 68, 1985.
- MASI D. M. - MAFFIOLI F., *Come "vendere" un partito*, Milano, Lupetti e Co., 1989.
- MORRIS CH., *Segni, linguaggio e comportamento*, Milano, Longanesi, 1959.
- MORTARA GARAVELLI B., *Manuale di retorica*, Milano, Bompiani, 1989.
- PASQUINO C., *Alto sgradimento: la comunicazione politica*, in « Problemi dell'informazione », 4, 1988, pp. 477-497.
- PERELMAN C. e OLBRECHTS - TYTECA L., *Trattato dell'argomentazione*, Torino, Einaudi, 1970.
- PLAZIO G., *Il discorso tecnico tra retorica e scienza*, in « Rivista di estetica » 25, 1987, p. 101.
- POCOCK J., *Politica, linguaggio e storia*, Milano, Comunità, 1990.
- PRIULLA G., *L'argomentazione nel discorso politico*, in « Laboratorio politico », 4, 1988, pp. 116-143.
- RAVAZZOLI F., *Il testo perpetuo*, Milano, Bompiani, 1991.
- RIGOTTI F., *Metafore della politica*, Bologna, Il Mulino, 1989.
- RORTY R., *La filosofia dopo la filosofia*, Bari, Laterza, 1989, pp. 9-32.
- STATERA G., *La politica spettacolo*, Milano, Mondadori, 1986.
- TINACCI MANNELLI, G. - CHELI E., *L'immagine del potere*, Milano, Angeli, 1986.
- TRUPIA P., *Logica e linguaggio della politica*, Milano, Angeli, 1986.
- WATZLAWICK P., BEAVIN J. H., JACKSON D. D., *Pragmatica della comunicazione umana*, Roma, Astrolabio-Ubaldini, 1971.
- WORF B. L., *Linguaggio. Pensiero e realtà*, Torino, Einaudi, 1970.