

# Idiomatismi e discorso politico: fraseologismi nei programmi e comizi dei partiti populistici tedeschi per la campagna elettorale tedesca del 2021\*

ISABELLA FERRON, VINCENZO GANNUSCIO

## Abstract:

Il discorso politico nelle sue varie forme ed espressioni è caratterizzato dall'uso di espressioni idiomatiche la cui funzione principale sembra essere quella di concentrare l'attenzione sugli aspetti emozionali del discorso. Nel linguaggio dei partiti populistici, sia di destra che di sinistra, i fraseologismi vengono frequentemente usati per presentare e supportare idee e programmi nel tentativo di attirare votanti e mantenere viva la loro attenzione su alcune tematiche (si pensi ad esempio alla crisi migratoria, alla pandemia di COVID-19). All'interno di questo contesto, il presente contributo si prefigge lo scopo di analizzare l'uso e la funzione dei fraseologismi di diversa tipologia nei programmi e nei comizi elettorali dei partiti populistici di destra, l'*Alternative für Deutschland*, e di sinistra, DIE LINKE, durante il periodo della campagna elettorale per le elezioni federali tedesche del 2021. Dall'analisi emerge che l'immediatezza e l'intelligibilità delle espressioni idiomatiche conferiscono enfasi al testo e contribuiscono alla comprensione di un determinato messaggio astratto, oltre che a connotare negativamente l'avversario.

## Keywords:

Fraseologismi, campagna elettorale tedesca, populismo, programmi elettorali, comizi elettorali, *Alternative für Deutschland*, DIE LINKE

## 1. Introduzione

L'obiettivo del presente lavoro è indagare l'uso di espressioni idiomatiche come strumento linguistico all'interno delle strategie politiche adottate dai partiti tedeschi per le elezioni federali del 2021<sup>1</sup>. L'analisi si concentra sui programmi

\* Il presente lavoro è frutto della collaborazione di entrambi gli autori: nello specifico, la stesura dei paragrafi 2 (a eccezione di 2.2) e 3 è da attribuire a Isabella Ferron, mentre i paragrafi 2.2 e 4 a Vincenzo Gannuscio. Introduzione e conclusione sono redatte collegialmente. Le traduzioni delle citazioni sono da attribuire agli autori responsabili dei paragrafi in cui esse compaiono.

<sup>1</sup> Si ritiene doveroso precisare che nel presente lavoro si farà uso di un'accezione ampia di espressione idiomatica, da intendersi come sinonimo di fraseologismo e idiomatismo. Il focus principale del lavoro non è di proporre una classificazione delle diverse tipologie di espressioni idiomatiche, quanto di mostrare la loro funzione pragmatica nel linguaggio politico.

elettorali e sui comizi di quei partiti che si distinguono nel panorama politico tedesco per uno stile comunicativo classificabile come populista<sup>2</sup>, ossia l'*Alternative für Deutschland* (da ora in poi AfD) e DIE LINKE, rispettivamente partiti populistici di destra e sinistra, che si sono presentati individualmente alle elezioni contro la cosiddetta *Ampelkoalition* (SPD, FDP, Bündnis 90/Die Grünen)<sup>3</sup>.

Sebbene la definizione 'linguaggio politico'<sup>4</sup> comprenda un ampio ventaglio di possibili realizzazioni linguistiche, sarà utilizzata in questo contesto esclusivamente per riferirsi al linguaggio che ricorre nella comunicazione politica esterna dei partiti. Esso è costituito dagli atti linguistici dei partiti e dei loro membri che mirano a produrre effetti persuasivi per influenzare le decisioni e i comportamenti sociali degli elettori<sup>5</sup>. A tal riguardo, l'uso strategico del linguaggio, in particolare delle espressioni idiomatiche, consente l'attivazione di determinati *frames* cognitivi per trasmettere messaggi mirati<sup>6</sup>, come evidenziato dai programmi e dai comizi elettorali che costituiscono il corpus di questo studio. Formano il corpus, che copre l'arco temporale da giugno 2021 fino al giorno delle elezioni, il 26 settembre 2021, due sezioni che rappresentano due tipologie testuali differenti: la prima parte consiste nei programmi elettorali dei due partiti, espressione del linguaggio scritto e istituzionale; la seconda rappresenta il linguaggio politico orale ed è costituita da un piccolo corpus (16.606 token) di trascrizioni dei discorsi degli *Spitzenkandidaten* (candidati di punta) tenuti durante i comizi elettorali per le elezioni federali.

Nel linguaggio politico i fraseologismi, essendo costituiti principalmente da espressioni polirematiche consolidate, permettono agli oratori di esprimere concetti complessi, in modo sintetico e diretto, rendendo il messaggio più pregnante e facilmente comprensibile. I fraseologismi possono assumere la forma di slogan,

2 Per una descrizione dello stile comunicativo populista in politica si rimanda fra gli altri a B. Stegemann, *Das Gespenst des Populismus. Ein Essay zur politischen Dramaturgie*, Theater der Zeit, Berlin 2017, p. 7; R. Wodak, *The Politics of Fear. What Right-Wing Populist Discourses Mean*, Sage, London 2015, pp. 25-26; L. Cedroni, *Politolinguistica. L'analisi del discorso politico*, Carocci, Roma 2014, pp. 40-42.

3 Come dimostrano i dati elettorali l' AfD ha mostrato una maggiore forza persuasiva rispetto a DIE LINKE. L' AfD ha conquistato il 10,6 % dei seggi, mentre DIE LINKE, superando di poco la soglia di sbarramento per l'ingresso in parlamento, ne ha conquistati soltanto il 5,3 %. <[https://www.bundestag.de/parlament/plenum/sitzverteilung\\_20wp](https://www.bundestag.de/parlament/plenum/sitzverteilung_20wp)> (ultima consultazione 15/5/2023).

4 M.M. Brambilla, *Il discorso politico nei paesi di lingua tedesca. Metodi e modelli di analisi linguistica*, Aracne, Roma 2007, pp. 10-11; M.J. Edelman, *The Symbolic Uses of Politics*, University of Illinois Press, Illinois 1964, p. 98; L. Cedroni, T. Dell'Era, *Il linguaggio politico*, Carocci, Roma 2002, p. 11.

5 H.D. Lasswell, *The Language of Politics, Studies in Quantitative Semantics*, Steward, New York 1949; J. Charteris-Black, *Analysing Political Speeches: Rhetoric, Discourse and Metaphor*, Palgrave-MacMillan, Basingstoke/New York 2014; J. Klein, *Wortschatz, Wortkampf, Wortfelder in der Politik*, in J. Klein (hrsg. von), *Politische Semantik. Beiträge zur politischen Sprachverwendung*, Westdeutscher Verlag, Opladen 1989, pp. 3-50.

6 Con *frame* e *framing* si designa l'ambito in cui si costruisce un determinato sapere che dà senso alle informazioni: G. Lakoff, E. Wehling, *Auf leisen Sohlen ins Gehirn. Politische Sprache und ihre heimliche Macht*, Verlag, Heidelberg 2014, p. 73.

aforismi o espressioni figurative che evocano emozioni specifiche, valori condivisi o identità collettive. Contribuiscono alla costruzione di un'identità politica riconoscibile, alla creazione di una narrazione persuasiva e all'instaurazione di un coinvolgimento emotivo dell'elettorato, aspetti fondamentali nello stile comunicativo dei partiti populistici, sia di destra che di sinistra<sup>7</sup>.

Al fine di comprendere meglio la loro funzione strategica, si è partiti dal lavoro più generale di Elspaß (1998) sul ruolo dei fraseologismi nel linguaggio politico<sup>8</sup> e da quello di Meloni (2020)<sup>9</sup> che ha esaminato i post pubblicati su *Facebook* durante la campagna elettorale delle elezioni politiche tedesche del 2017. L'indagine di Meloni è stata rilevante per la presente analisi in quanto individua e descrive alcune funzioni con cui le unità fraseologiche vengono utilizzate nel contesto comunicativo online:

1. enfatizzare gli aspetti emozionali del discorso,
2. focalizzare l'attenzione sulle tematiche centrali,
3. accorciare le distanze tra emittente e ricevente,
4. delegittimare gli avversari politici.

Il presente studio intende verificare se queste funzioni comunicative siano presenti anche nel discorso politico scritto e orale più tradizionale dei programmi e comizi elettorali.

La struttura del lavoro è la seguente: il paragrafo 2 descrive il genere testuale dei programmi e dei comizi elettorali, il paragrafo 3 è dedicato all'analisi delle espressioni idiomatiche nei programmi elettorali dei due partiti presi in esame, mentre il paragrafo 4 analizza le espressioni idiomatiche in alcuni dei comizi elettorali selezionati.

### 2. Programmi e comizi elettorali: una definizione

Dal punto di vista pragmatico il programma elettorale e il comizio elettorale appartengono alla tipologia dei testi appellativi<sup>10</sup> e rientrano quindi nell'area dei testi che influenzano l'azione e la preformano<sup>11</sup>; le loro funzioni seconda-

7 J. Schaefer, *Die Sprache der Populisten. Eine politikwissenschaftliche Sprachanalyse*, Nomos Verlag, Baden-Baden 2021, pp. 27-44, 81-100, 167-191.

8 S. Elspaß, *Phraseologie in der politischen Rede. Untersuchungen zur Verwendung von Phraseologismen, phraseologischen Modifikationen und Verstößen gegen die phraseologische Norm in ausgewählten Bundestagsdebatten*, Westdeutscher Verlag, Opladen-Wiesbaden 1998.

9 I. Meloni, *Idiomatische Phraseme am Beispiel von Wahlkampf-Post deutscher politischer Parteien*, in "Rhesis. International Journal of Linguistics Philology and Literature", 11, 2020, pp. 346-360.

10 K. Brinker, H. Cölfen, S. Pappert, *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*, Erich Schmidt Verlag, Berlin 2018, p. 78.

11 C. Fandrych, M. Thurmair, *Textsorten im Deutschen. Linguistische Analysen aus sprachdidaktischer Sicht*, Stauffenburg Verlag, Tübingen 2011, pp. 31-33.

rie sono quella obbligatoria (presentazione del programma elettorale) e quella di autoaffermazione collettiva (inserimento del logo e ripetuta menzione del nome del partito) che presuppongono anche una funzione di contatto con gli elettori. Possiedono inoltre una funzione informativa perché forniscono informazioni a giornalisti, possibili elettori interessati ecc.<sup>12</sup>. Questi aspetti sono poi accompagnati dalla presentazione e problematizzazione delle questioni da risolvere, di solito ascritte all'incompetenza dei governi precedenti, e la proposta di possibili soluzioni, mostrando pertanto una tensione tra vaghezza e concretezza a livello di contenuti. Si basano inoltre sulla polarizzazione tra il proprio partito e tutti gli altri, come pure sullo screditamento dell'avversario<sup>13</sup>. Parte fondamentale della strategia comunicativa del partito sono quindi elementi linguistici come le espressioni idiomatiche che si basano sulle capacità cognitive dei parlanti e la cui analisi si fonda sulla distinzione nell'uso ideologico del linguaggio in ambito politico<sup>14</sup>.

## 2.1 *Il programma elettorale*

Il programma elettorale<sup>15</sup> è una tipologia testuale che si inserisce nella cornice istituzionale di azione di un partito ed è opera di una commissione di esperti appositamente riunitasi per redigerlo; racchiude in sé diversi aspetti della comunicazione politica: l'espressione dell'identità del partito, il gruppo di elettori a cui rivolgersi, i temi, il nesso interattivo e coesivo di questi elementi. Ickes lo definisce come un atto e gioco linguistico che deve tener conto di specifiche situazioni e problematiche comunicative: in quanto atto linguistico – prima di essere pubblicato – viene sottoposto a un processo di regolamentazione, controllo, selezione e organizzazione del discorso<sup>16</sup>. Il concetto di gioco linguistico indica invece il rapporto tra linguaggio e azione, linguaggio e realtà, quindi la realizzazione di un determinato processo comunicativo dell'interazione politica con la realtà. Inoltre, il programma elettorale è legato al momento storico in cui

12 J. Klein, *Textsorten im Bereich politischer Institutionen*, in K. Brinker, G. Antos, W. Heineemann, S.F. Sager (hrsg. von), *Text und Gesprächslinguistik*, 1. Halbband: *Textlinguistik*, de Gruyter, Berlin/New York 2000, pp. 731-755; si veda anche H. Girnth (parla di una funzione 'informativo-persuasiva'), *Sprache und Sprachverwendung in der Politik: Eine Einführung in die linguistische Analyse öffentlich-politischer Kommunikation*, Niemeyer, Tübingen 2002, pp. 40-41.

13 C. E fing, *Rhetorik in der Demokratie: Argumentation und Persuasion in politischer (Wahl-) Werbung*, in J. Kilian (hrsg. von), *Sprache und Politik. Deutsch im demokratischen Staat*, Dudenverlag, Mannheim 2005, pp. 222-240: p. 228.

14 S. Staffeldt, *Institutionelle und nicht-institutionelle Sprechakte in der politischen Kommunikation*, in A. Burkhardt (hrsg. von), *Handbuch Politische Rhetorik*, de Gruyter, Berlin 2020, pp. 713-739.

15 A. Ickes, *Parteiprogramme. Sprachliche Gestalt und Textgebrauch*, Büchner Verlag, Marburg 2008, pp. 16-18; si veda anche R.I. Hofferbert, H.-D. Klingemann, A. Volkens, *Wahlprogramme, Regierungserklärungen und politisches Handeln. Zur 'Programmatisierung politischer Parteien'*, in H.-J. Andreß, J. Huinink, H. Meinken, D. Rumianek, W. Sodeur, G. Sturm (hrsg. von), *Theorie – Daten – Methoden. Neue Modelle und Verfahrensweisen in den Sozialwissenschaften. Theodor Harder zum sechzigsten Geburtstag*, Oldenbourg, München/Wien 1992, pp. 383-292.

16 A. Ickes, *Parteiprogramme*, cit., pp. 16-17.

viene redatto, presenta obiettivi da raggiungere in un periodo di tempo limitato che corrisponde solitamente alla durata di una legislatura (fino a cinque anni). Ne consegue che esso traduce, in un certo qual senso, il programma e l'ideologia di partito in una lingua più accessibile a un pubblico più ampio<sup>17</sup>; ha un grado di forza vincolante relativamente elevato perché aiuta a identificare quali obiettivi un partito intende perseguire, distinguendosi dai suoi avversari, ma contribuisce anche a formare l'opinione politica, la partecipazione e l'integrazione sociale. Stimola inoltre lo scambio di idee, coordina valori e linee di conflitto. Tutto ciò presuppone che sia scritto in modo comprensibile e abbia una certa concretezza<sup>18</sup>.

Per riprendere anche lo studio di Edelman (1964)<sup>19</sup>, il programma elettorale costituisce un raddoppiamento della realtà, rappresenta cioè la realtà della dimensione politica su due livelli: quello della lotta per il potere e quello dell'illusione dell'esercizio concreto dello stesso, le notizie e l'interpretazione a riguardo, la razionalità strategica e la mistificazione simbolica di questo potere. Nel programma elettorale vi è un'interazione tra gli attori politici e un elettorato partecipe solo indirettamente.

### 2.2 Il comizio elettorale

Il discorso orale politico con scopo persuasivo durante un periodo elettorale si realizza attraverso una serie di pratiche comunicative di cui il comizio rappresenta soltanto una parte. Quest'ultimo appartiene a una rete composta da diverse tipologie testuali e azioni comunicative che nel loro complesso costituiscono la campagna elettorale. Accanto al già menzionato programma elettorale, si includono altre forme di comunicazione scritta come manifesti e volantini, nonché momenti di oralità quali spot radiofonici e televisivi, interviste, duelli televisivi e forme di comunicazione dei nuovi media come i social network, podcast, blog e chat. Secondo Pappert<sup>20</sup> solo una visione completa di questa rete di testi collegati in termini di contenuto, funzione e temporalità permette di comprendere appieno il linguaggio di una campagna elettorale (*Kampagnesprache*). I comizi elettorali ripropongono le affermazioni della campagna nel suo insieme, ma le riformulano in modo situazionale a seconda del luogo in cui si tiene il discorso e del pubblico presente, tenendo conto delle reazioni che possono manifestarsi.

Le funzioni del comizio elettorale corrispondono in gran parte a quanto

17 J. Klein, *Insider-Lesarten. Einige Regeln zur latenten Fachkommunikation in Parteiprogrammen*, in J. Klein, H. Diekmannshenke (hrsg. von), *Sprachstrategien und Dialogblockaden. Linguistische und politikwissenschaftliche Studien zur politischen Kommunikation*, de Gruyter, Berlin/New York 1996, pp. 201-205.

18 J. Kercher, F. Bretschneider, *Wahlprogramme als Pflichtübung? Typen, Funktionen und Verständlichkeit der Bundestagswahlprogramme 1994-2009*, in B. Weßels, H. Schoen, O. Gabriel (hrsg. von), *Wahlen und Wähler*, Springer VS, Wiesbaden 2013, pp. 270-273.

19 M.J. Edelman, *The Symbolic Uses of Politics*, cit., pp. 114-116, 132-133.

20 S. Pappert, *Politische Sprache und Kommunikation im Wahlkampf*, in "Mitteilungen des Deutschen Germanistenverbandes", 58, 2011, pp. 258-268: p. 259.

descritto per il programma elettorale: la sua principale funzione è attirare l'attenzione per raggiungere il più ampio pubblico possibile e convincerlo delle proprie posizioni. Si cerca di coinvolgere e mobilitare non solo i sostenitori del proprio partito, ma anche gli elettori indecisi, per ottenere il loro sostegno. Al fine di descrivere in modo adeguato le caratteristiche del discorso politico, è comune individuare diversi *Handlungsfelder*<sup>21</sup> della politica. Fra questi Spieß<sup>22</sup> ne individua quattro che sono particolarmente rilevanti per il comizio elettorale:

1. *pubblicità*: il comizio elettorale ha come obiettivo principale quello di comunicare al pubblico la partecipazione del partito a un'elezione;
2. *formazione dell'opinione pubblica*: il comizio elettorale mira a informare l'elettore e a influenzare l'opinione pubblica al fine di ottenere il consenso elettorale;
3. *formazione dell'identità di partito*: nonostante il comizio elettorale non sia indirizzato direttamente ai membri del partito, può comunque avere un impatto significativo nel rafforzare l'identità tra gli affiliati;
4. *protesta e controllo politico*: il comizio elettorale si basa sull'espressione esplicita di protesta nei confronti dei partiti al potere, accompagnata dalla dichiarazione di voler ottenere il controllo politico in futuro.

Un'ulteriore peculiarità che contraddistingue i comizi elettorali è la loro rilevanza limitata a un lasso temporale breve e circoscritto, riguardante esclusivamente l'area geopolitica in cui si terranno le elezioni. Inoltre, a causa del loro pubblico variegato, i comizi si avvalgono di diverse strategie linguistiche, come l'uso di parole di grande valore simbolico (*Hochwertwörter*), parole slogan (*Fahnenwörter*) e parole stigmatizzanti (*Stigmawörter*)<sup>23</sup>. In questo contesto, vengono anche impiegati strumenti linguistici come i fraseologismi che sostengono la strategia linguistica persuasiva.

Da una prospettiva politolinguistica i comizi elettorali rappresentano un ambito privilegiato in cui gli oratori e le oratrici, nonostante facciano spesso riferimento a tracce scritte, si esprimono in modo spontaneo e libero. Durante tali discorsi, l'influenza immediata delle reazioni del pubblico presente contribuisce ad arricchire l'eloquenza e a modellare il messaggio politico trasmesso al fine di raggiungere l'effetto persuasivo desiderato<sup>24</sup>.

21 Secondo Martin Reisigl gli *Handlungsfelder* (ambiti di azione) devono essere intesi come contesti di pratiche sociali che modellano in modo significativo le azioni degli attori. Rappresentano contesti d'azione differenziati in modo funzionale e più o meno istituzionalizzati. M. Reisigl, *Nationale Rhetorik in Fest- und Gedenkreden. Eine diskursanalytische Studie zum „österreichischen Millennium“ in den Jahren 1946 und 1996*, Stauffenburg, Tübingen 2007, p. 29.

22 C. Spieß, *Wahlkampfrede*, in A. Burkhardt (hrsg. von), *Handbuch politische Rhetorik*, de Gruyter, Berlin 2019, pp. 393-414, 396-397.

23 Ivi, p. 411.

24 H. Girnth, *Sprache und Sprachverwendung in der Politik*, cit., pp. 66-68.

### 3. I programmi elettorali 2021 di AfD e DIE LINKE

Secondo uno studio dell'Università di Hohenheim<sup>25</sup>, i programmi elettorali della campagna federale 2021 sono stati – a partire dal 1949 – i più lunghi e i più difficili da comprendere in assoluto; in media, ogni programma contiene all'incirca più di 40.000 parole: il più breve è quello della AfD (23.500 parole), quello più lungo di DIE LINKE 156 (68.331 parole). Sono programmi sia tematicamente che strutturalmente complessi, suddivisi in molti sottoparagrafi (21 per la AfD e 23 per DIE LINKE). Alla versione lunga i partiti hanno affiancato anche una più breve che tuttavia non è sinonimo di comprensione, perché molto spesso i programmi elettorali comprendono parti vaghe sugli obiettivi e le modalità per raggiungerli. Gli elementi più importanti che emergono da questa analisi sono i seguenti: 1) nella stesura dei loro programmi elettorali i partiti non hanno rispettato le regole che dovrebbero garantire un'ampia comprensione e usano frequentemente parole straniere (in modo particolare anglicismi e *Denglisch*), tecnicismi, composti, nominalizzazioni e frasi molto lunghe; 2) la difficoltà di comprensione non è legata solo al piano formale e linguistico, ma anche a quello del contenuto che può essere frainteso mediante l'uso di strutture ambigue; 3) meno marcati, seppure presenti sono gli aspetti legati al populismo e al negativismo che dipendono in gran parte dalla crisi provocata dalla pandemia di coronavirus e dai flussi migratori. DIE LINKE e AfD sono i due partiti che più si servono di termini dall'accezione negativa.

In quanto programmi di partiti populistici<sup>26</sup>, i due programmi elettorali al centro della presente analisi sono stati redatti nel tentativo di costruire una maggiore vicinanza agli elettori abbattendo la gerarchia dei valori esistenti e appiattendolo la semiosi sociale: mentre il populismo di sinistra (DIE LINKE) “tende a pensare il momento con-fusivo come strumentale alla creazione del nuovo”<sup>27</sup> (si veda ad esempio il paragrafo *Eine neue Politik für alle, die sie längst verdient haben*), il populismo di destra (AfD) lo considera un momento utopico: “la con-fusione è esattamente il nuovo popolo, o meglio, il vecchio popolo riscoperto e nuovamente ritrovato”<sup>28</sup>; nel caso della AfD questo aspetto è ben rappresentato dal titolo stesso del programma elettorale *Deutschland. Aber normal* e da alcuni paragrafi (*Das Volk ist Souverän; Ein Europa der Vaterländer*). In questo contesto, entrambi i programmi presentano toni apocalittici, escatologici e totalizzanti attraverso un linguaggio carico emotivamente<sup>29</sup>.

25 <[https://www.uni-hohenheim.de/fileadmin/uni\\_hohenheim/Aktuelles/Uni-News/Pressemittelungen/Wahlprogramm-Check\\_2021\\_Bundestagswahl.pdf](https://www.uni-hohenheim.de/fileadmin/uni_hohenheim/Aktuelles/Uni-News/Pressemittelungen/Wahlprogramm-Check_2021_Bundestagswahl.pdf)> (ultima consultazione 15/5/2023).

26 J.-W. Müller, *What Is Populism?*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia 2016; F. Sedda, P. Demuru, *Da cosa si riconosce il populismo. Ipotesi semiopolitiche*, in “Actes Sémiotiques”, 121, 2018, <<https://www.unilim.fr/actes-semiotiques/5963>> (ultima consultazione 15/5/2023).

27 F. Sedda, P. Demuru, *Da cosa si riconosce il populismo. Ipotesi semiopolitiche*, cit.

28 *Ibidem*.

29 J. Kercher, *Zur Messung der Verständlichkeit deutscher Spitzenpolitiker anhand quantitativer*

### 3.1. Deutschland. Aber normal: *il programma elettorale di AfD*

Il programma elettorale della AfD illustra tutte quelle che sono considerate le tematiche che il partito vuole affrontare in caso di vittoria, dalle questioni della libertà, passando per il rapporto con l'Europa e la posizione della Germania all'interno dell'Unione Europea, fino ai temi 'caldi' quali immigrazione, asilo politico, integrazione e islamismo. Il programma si avvale della tipica retorica populista che oppone il partito – descritto in maniera estremamente positiva – a tutti i suoi avversari politici, caratterizzati negativamente. L'AfD si presenta come l'unico partito in grado di risolvere i problemi del Paese e cerca in tutti i modi di screditare l'avversario. Si deve comunque notare che, rispetto alle campagne elettorali precedenti, questo tentativo è più attenuato<sup>30</sup>.

L'AfD usa espressioni idiomatiche in quasi tutti i paragrafi, in modo particolare nella parte iniziale, ossia quella in cui introduce i vari argomenti, e quando tratta tematiche particolarmente care al partito quali la politica migratoria e l'integrazione per cercare un maggior contatto con i propri elettori. In paragrafi che trattano argomenti più tecnici, come ad esempio *Steuern und Finanzen* (Tasse e finanze) o *Der Euro ist gescheitert* (L'euro è fallito), sono maggiormente presenti espressioni fisse e ripetitive che provengono dal linguaggio giuridico-economico. Per tutto il programma elettorale si può notare che gli idiomatismi vengono usati non solo per sottolineare tematiche particolarmente importanti per il partito o evidenziare la problematicità di alcune situazioni sociali, ma anche e soprattutto per delegittimare il proprio avversario. Se ci si concentra sulle espressioni idiomatiche lessicalizzate (senza allargare il campo a metafore e altri elementi linguistici che si possono considerare espressioni polirematiche), se ne possono contare 30 di cui si mostrano qui alcuni esempi. In (1) sono presenti due espressioni idiomatiche (*aufs Spiel setzen* [mettere a repentaglio/in pericolo]; *den Schalthebel in Händen halten* [tenere in mano la leva del potere]) che definiscono negativamente l'operato della classe politica attualmente al governo e che rappresentano positivamente le azioni che l'AfD vuole intraprendere, nel caso di vittoria elettorale, per arginare il problema. Nel secondo fraseologismo, il termine *Schalthebel*<sup>31</sup>, che letteralmente significa "leva di comando/di cambio" e viene spesso usato in ambito economico-politico in unione con il sostantivo *Macht* (potere) per indicare chi in quel preciso momento è responsabile di determinate azioni, rende ancora più evidente la critica al governo in carica:

- (1) Die Bundesregierung kommt ihrer Pflicht, Vertragsbrüchen und

*Textmerkmale*, in T. Faas, K. Arzheimer, S. Roßteutscher (hrsg. von), *Information – Wahrnehmung – Emotion. Politische Psychologie in der Wahrnehmungs- und Einstellungsforschung*, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2010, pp. 97-121.

30 M. Pesthy, M. Mader, H. Schoen, *Why ist the AfD so successful in Eastern Germany? An Analysis of the Ideational Foundations of the AfD Vote in the 2017 Federal Election*, in "Politische Vierteljahresschrift", 62/1, 2021, pp. 69-91.

31 DWDS, <<https://www.dwds.de/wb/Schalthebel>> (ultima consultazione 15/5/2023).

Selbstermächtigungen durch EU-Institutionen entgegenzutreten, nicht nach. [...] In unserem Land hat sich aber eine politische Klasse herausgebildet, deren vordringliches Interesse ihrer Macht, ihrem Status und ihrem materiellen Wohlergehen gilt. Diese *setzt* die soziale und kulturelle Zukunft unseres Volkes, die Stärke unserer Wirtschaft und damit unseres Wohlstandes *aufs Spiel* und stellt Multikulturalität, Diversität, Globalisierung und vermeintliche Gendergerechtigkeit über alles. Sie *hält die Schalthebel* der staatlichen Macht, der politischen Bildung und des informationellen und medialen Einflusses auf die Bevölkerung *in Händen*. Deshalb halten wir die unmittelbare Demokratie für ein unverzichtbares Mittel, um dem autoritären und teilweise totalitären Gebaren der Regierungspolitiker Einhalt zu gebieten.<sup>32</sup>

La delegittimazione dell'avversario attraverso l'analisi della situazione socio-economica attuale della Germania è evidente anche in (2), in cui l'AfD propone interventi immediati sottolineati dall'espressione idiomatica *einer Sache einen Riegel vorschieben* (mettere un freno a qualcosa):

(2) Durch die Volksabstimmungen wollen wir die Flut der oftmals unsinnigen Gesetzesvorlagen eindämmen und die Parlamente zu sorgfältiger Arbeit zwingen. Unangemessenen Beschlüssen der Abgeordneten in eigener Sache wollen wir *einen Riegel vorschieben*.<sup>33</sup>

In (3) ci si avvale dell'idiomatismo *auf den Prüfstand stellen* (mettere alla prova), che proviene dal mondo dell'industria, in modo particolare automobilistica, per delegittimare gli avversari politici:

(3) Der behördlich organisierte „Verfassungsschutz“ muss schnellstmöglich *auf den Prüfstand gestellt* und so reformiert werden, dass er in Zukunft nicht mehr als parteipolitisches Instrument gegen politische Gegner missbraucht werden kann<sup>34</sup>

I fraseologismi vengono poi usati per porre l'attenzione su tematiche centrali,

32 Wahlprogramm 2021 AfD, <<https://www.afd.de/wahlprogramm/>>, (ultima consultazione: 15.05.2023), p. 12 del pdf scaricabile. Per le successive citazioni si indica solo il nome del partito e il numero di pagina: Il governo federale non sta adempiendo al suo dovere di contrastare le violazioni dei trattati e l'auto-emancipazione da parte delle istituzioni dell'UE. [...] Nel nostro Paese, invece, è emersa una classe politica il cui interesse primario è il potere, lo status e il benessere materiale. Questa classe *mette a repentaglio* il futuro sociale e culturale del nostro popolo, la forza della nostra economia e quindi la nostra prosperità e pone il multiculturalismo, la diversità, la globalizzazione e la presunta giustizia di genere al di sopra di tutto. *Ha in mano le leve del potere statale*, dell'educazione politica e dell'influenza informativa e mediatica sulla popolazione. Per questo motivo consideriamo la democrazia diretta un mezzo indispensabile per porre fine al comportamento autoritario e talvolta totalitario dei politici al governo.

33 AfD, p. 13: Vogliamo arginare, attraverso i referendum, la marea di proposte di legge spesso insensate e costringere i parlamentari a lavorare con attenzione. *Vogliamo mettere un freno* alle decisioni inopportune dei parlamentari sui propri affari.

34 AfD, p. 16: Il *Verfassungsschutz* (Ente per la difesa dei principi costituzionali) organizzato dall'esecutivo, *deve essere verificato* al più presto e riformato in modo che non possa più essere usato impropriamente come strumento politico-partitico contro gli avversari politici.

quali la crisi economica. In (4), *an Fabrt verlieren* (perdere slancio), altra espressione che proviene dal mondo automobilistico, pone in evidenza la situazione di stagnazione dell'economia mondiale:

(4) In den letzten Jahren haben sich die Bedingungen zur Mehrung des Wohlstandes verschlechtert. Die weltweite Konjunktur *hat an Fabrt verloren*.<sup>35</sup>

Si ricorre inoltre ai fraseologismi in quelle parti di testo che descrivono le attività che l'AfD mette in atto per arginare i danni provocati dal governo in carica e dall'Unione Europea, ad esempio nelle questioni bancarie; l'espressione dall'accezione negativa in (5), *ein Einfallstor sein*, viene usata per descrivere l'effetto sfavorevole delle criptovalute che permettono di eliminare il contante. Sottolinea quindi l'importanza di un intervento della AfD che non vuole che questo accada:

(5) Die AfD spricht sich auch gegen von Zentralbanken herausgegebene digitale Währungen aus, die *ein Einfallstor* für die schleichende Abschaffung des Bargeldes *wären*.<sup>36</sup>

### 3.2. Zeit zu handeln! Für soziale Sicherheit, Frieden und Klimagerechtigkeit: *il programma elettorale di DIE LINKE*

Il programma elettorale di DIE LINKE è quello più lungo e considerato il più complesso: leggendolo si ha l'impressione che il mondo sia sull'orlo di una catastrofe da cui solo il partito lo può salvare. Il linguaggio usato è carico emotivamente e descrive una lotta immane proprio per liberare questo mondo dai pericoli. In questa retorica apocalittica sono presenti espressioni idiomatiche (se ne contano 45) della stessa tipologia di quelle analizzate nel programma della AfD. Sono collocate in modo particolare nella sezione iniziale, ossia quella che costituisce la parte appellativa del programma. In misura minore sono presenti nella parte centrale e nei paragrafi che si occupano di argomenti specifici come quelli dedicati all'economia. Come per il programma della AfD anche per quello di DIE LINKE le espressioni idiomatiche lessicalizzate provengono da vari ambiti, più frequentemente appartengono al linguaggio quotidiano, come mostrano i seguenti esempi. In (6) viene enfatizzata la dimensione emozionale della situazione di crisi; con *angst und bange* si sottolinea il forte senso di paura, quasi claustrofobico, percepito dai cittadini tedeschi nei confronti della situazione economica attuale e in prospettiva futura:

35 AfD, p. 42: Negli ultimi anni, le condizioni per la prosperità si sono deteriorate. L'economia globale *ha perso slancio*.

36 AfD, p. 57: AfD si oppone anche alle valute digitali emesse dalle banche centrali che costituirebbero *una via d'accesso* per l'abolizione progressiva del denaro contante.

## Idiomatismi e discorso politico

(6) Wir wollen Sicherheit und Zukunft für alle unsere Mitmenschen, denen *angst und bange* wird, wenn sie an den Lohn, die Miete, die Stromrechnung oder an das Alter denken.<sup>37</sup>

Le espressioni idiomatiche vengono usate anche in questo programma per enfatizzare la particolarità di certe situazioni, come ad esempio le conseguenze causate dalla pandemia di coronavirus (7: *in den Griff bekommen* [avere, tenere in pugno]) o lo stato della cultura (8: *am Boden liegen* [essere a terra]):

(7) Seit über einem Jahr wissen die Menschen, was nötig wäre, um die Pandemie *in den Griff zu bekommen*, um Leben zu schützen und die Rückkehr in den Alltag zu ermöglichen.<sup>38</sup>

(8) Die Große Koalition hat Großkonzernen geholfen, aber viele Menschen sind durch die Maschen der Rettungsnetze gefallen. Die Kulturbranche *liegt am Boden*.<sup>39</sup>

Quando l'attenzione è posta sulle azioni che il partito vuole mettere in atto in caso di vittoria elettorale (9), sono presenti idiomatismi che sottolineano l'importanza che alcune situazioni positive continuino a esistere (*am Laufen halten* [mantenere in funzione]) e altre che indicano il movimento verso una direzione precisa (*die Weichen für etwas stellen* [stabilire la rotta di qualcosa]):

(9) Wir wollen Anerkennung für diejenigen, die die Gesellschaft *am Laufen halten*, und zwar auch im Portemonnaie: Löhne, die für ein gutes Leben reichen. [...] Wir wollen für die Kommunen Investitionsmittel zur Verfügung stellen, damit in Solardächer, energieeffiziente Gebäude und bezahlbares Wohnen, in bezahlbare Mobilität, Kultur, Sport und in attraktive Innenstädte investiert wird. So können wir einen Kahlschlag als Folge des Lockdowns verhindern – und zugleich *die Weichen* für die Zukunft *stellen*.<sup>40</sup>

Un'altra espressione idiomatica che indica l'attenzione del partito alla costru-

37 Wahlprogramm 2012 DIE LINKE, <[https://www.die-linke.de/fileadmin/download/wahlen2021/Wahlprogramm/DIE\\_LINKE\\_Wahlprogramm\\_zur\\_Bundestagswahl\\_2021.pdf](https://www.die-linke.de/fileadmin/download/wahlen2021/Wahlprogramm/DIE_LINKE_Wahlprogramm_zur_Bundestagswahl_2021.pdf)> (ultima consultazione 15/5/2023), p. 7: Vogliamo sicurezza e futuro per tutti i nostri concittadini, che si sentono ansiosi e impauriti quando pensano al salario, all'affitto, alle bollette dell'elettricità o alla vecchiaia.

38 DIE LINKE, p. 8: Da oltre un anno sappiamo cosa serve *per tenere sotto controllo* la pandemia, per proteggere le vite e permettere alle persone di tornare alla loro vita quotidiana.

39 DIE LINKE, p. 8: La Grande Coalizione ha aiutato le grandi imprese, ma molte persone sono cadute nelle fessure delle reti di salvataggio. Il settore culturale *è a terra*.

40 DIE LINKE, p. 9: Vogliamo un riconoscimento per coloro che *fanno funzionare* la società e anche per i loro portafogli: salari sufficienti per una vita dignitosa. Vogliamo mettere a disposizione dei Comuni fondi affinché investano in tetti solari, edifici efficienti dal punto di vista energetico e abitazioni a prezzi accessibili, nella mobilità a basso costo, nella cultura, nello sport e in centri urbani attraenti. Potremo evitare in questo modo i tagli dovuti alla serrata e, allo stesso tempo, *tracciare la rotta* per il futuro.

zione del futuro è quella di derivazione biblica/mitologica *den Weg geben/einschlagen* dell'esempio seguente:

(10) Bei dieser Bundestagswahl geht es um die Zukunft. Es geht um eine Entscheidung über *den Weg, den* dieses Land *einschlägt* und zu gehen beginnt.<sup>41</sup>

Come si può notare dagli esempi, a differenza del programma elettorale della AfD, in quello di DIE LINKE sono presenti prevalentemente espressioni idiomatiche da tempo di uso comune, come mostra anche l'esempio seguente, le cui prime attestazioni risalgono al XVII secolo:

(11) [...] Arbeitszeitmodelle, die es Müttern und Vätern ermöglichen, ihren Beruf mit Familie und Privatleben *unter einen Hut zu bringen*.<sup>42</sup>

#### 4. Fraseologismi e discorso politico orale

In questa fase pilota dello studio, l'analisi del discorso politico orale si è concentrata esclusivamente su alcuni discorsi elettorali tenuti dai *Spitzenkandidaten* dei due partiti oggetto di studio del presente saggio. Per l'AfD sono Alice Weidel e Tino Chrupalla, mentre per DIE LINKE sono Janine Wissler e Dietmar Bartsch<sup>43</sup>. I due partiti, condividendo le caratteristiche che li affiliano ai partiti populistici, presentano diversi punti di contatto nello stile retorico adottato. Ciò che probabilmente differenzia maggiormente l'eloquio dei due partiti è un tono nettamente più aggressivo, soprattutto nei confronti dei contendenti politici, nell'AfD. Questo fattore, probabilmente unito alle differenze sostanziali nei contenuti dei programmi politici (v. §§ 3.1 e 3.2), ha contribuito al maggior successo dell'AfD.

Ai fini della presente analisi, sono stati trascritti<sup>44</sup> circa 30 minuti di comizio elettorale per ciascuno dei politici menzionati. Come si può evincere dalla tabella 1, questo è coinciso con un intervento per ogni locutore, a eccezione di Alice Weidel, la quale raramente tiene discorsi che superano i 15 minuti complessivi. Pertanto,

41 DIE LINKE, p. 14: Queste elezioni federali riguardano il futuro. Si tratta di decidere *il percorso che il Paese sta intraprendendo e sta iniziando a percorrere*.

42 DIE LINKE, p. 29: [...] modelli di orario di lavoro che consentano a madri e padri *di conciliare* il lavoro con la vita familiare e privata.

43 I testi sono stati estrapolati dal corpus attualmente in fase di compilazione nell'ambito del progetto "PO.POL.I.: Populismo-Politica-Identità. Identità e alterità nel discorso politico populista" (Università di Modena e Reggio Emilia). L'obiettivo del progetto di ricerca è indagare le strategie discorsive utilizzate per la formazione dell'identità nella retorica populista dei partiti italiani, tedeschi e francesi.

44 Le trascrizioni sono state realizzate con l'ausilio del software di trascrizione EXMARALDA; [www.exmaralda.org](http://www.exmaralda.org), (ultima consultazione: 10.05.2023) e vengono qui riportate normalizzate secondo le norme ortografiche vigenti. Sono state eliminate dalla trascrizione l'indicazione di pause e respiri, così come eventuali apocopi e aferesi tipiche della lingua parlata. Inoltre, sono state rimosse tutte le altre annotazioni di trascrizione, poiché non ritenute pertinenti in questo contesto.

## Idiomatismi e discorso politico

per la *Spitzenkandidatin* dell'AfD, si è deciso di trascrivere due comizi che, sommati insieme, hanno una durata paragonabile a quella dei discorsi degli altri tre locutori. In questo modo, per ogni locutore, sono stati trascritti circa 4.000 tokens.

partito	relatrici/relatori	luogo e data	durata	tokens	types	tokens / min	tokens / types
AfD	Alice Weidel	Pforzheim, 29.08.2021	16:17	2685	723	147,7	3,2
		Herrenberg, 4.09.2021	12:21	1545	518		
AfD	Tino Chrupalla	Weilheim, 17.09.2021	25:02	3952	1250	158,0	3,4
Die Linke	Janine Wissler	Leipzig, 23.09.2021	28:14	4179	1198	150,8	3,6
Die Linke	Dietmar Bartsch	Rostock, 27.09.2021	27:19	4245	1186	155,4	3,5

tab. 1

Dai dati riportati in tabella si evince che sia il rapporto token/min (velocità di locuzione) sia quello token/type (variazione lessicale) risultano piuttosto omogenei. In generale, tutti i discorsi sembrano avere un ritmo simile, con una media di 148-155 parole al minuto. Tuttavia, si può notare una differenza tra gli uomini e le donne: i primi pronunciano in media più parole al minuto rispetto alle seconde. Per quanto riguarda la variazione lessicale, i dati mostrano una certa uniformità: tutti i soggetti del nostro campione utilizzano in media una singola parola tra 3,2 e 3,5 volte.

Le trascrizioni sono state etichettate manualmente, segnalando in particolare tutti i fraseologismi. Grazie a queste annotazioni, è stato possibile utilizzare il software *AntConc*<sup>45</sup> per condurre analisi più approfondite sulla distribuzione e sulle tipologie di unità fraseologiche utilizzate. Inoltre, l'analisi delle collocazioni dei fraseologismi ha permesso di formulare ipotesi sulle loro funzioni.

### 4.1 Distribuzione

Un primo dato interessante emerso dall'analisi delle trascrizioni è che tre su quattro locutori ricorrono in ca. 30 minuti di elocuzione a 13 (Chrupalla e Bartsch) o 14 (Weidel) fraseologismi. Soltanto Wissler utilizza un numero più ridotto di unità fraseologiche, con soli 6 casi.

L'analisi dei plot distribuzionali delle unità fraseologiche all'interno dei singoli discorsi ha rivelato uno schema ripetitivo. Nei discorsi di Chrupalla, Bartsch e Wissler, è evidente che i fraseologismi tendono a concentrarsi nella parte iniziale e finale del discorso (fig. 1).

45 <<https://www.laurenceanthony.net/software/antconc/>> (ultima consultazione 21.05.2023).

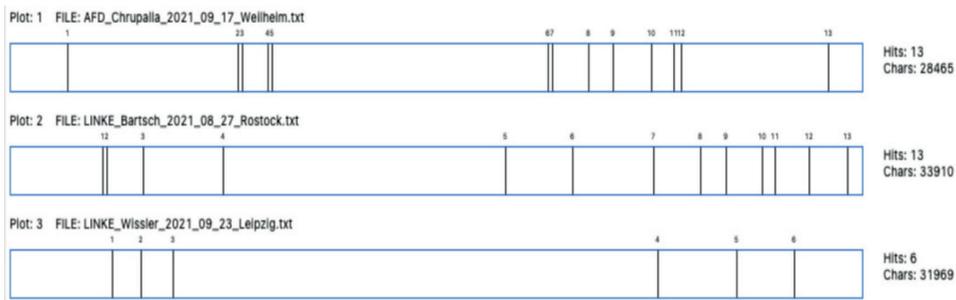


fig. 1

Nei due discorsi di Alice Weidel si osserva una distribuzione diversa dei fraseologismi (fig. 2). Nel primo discorso, essi sono presenti sia all'inizio che alla fine, ma si trovano anche all'interno della sua locuzione. Il plot 2, nonostante una distribuzione apparentemente diversa, in realtà segue un modello simile a quelli rappresentati in fig. 1. Infatti, i fraseologismi 2, 3 e 4 si collocano alla fine del discorso poiché a Herrenberg Weidel è stata interrotta da una contromanifestazione dell'Antifa (*Antifaschistische Aktion*) che l'ha costretta a concludere il suo intervento dopo pochi minuti. Nella parte finale del comizio, pertanto, si limita a rivolgere attacchi verbali ai manifestanti.

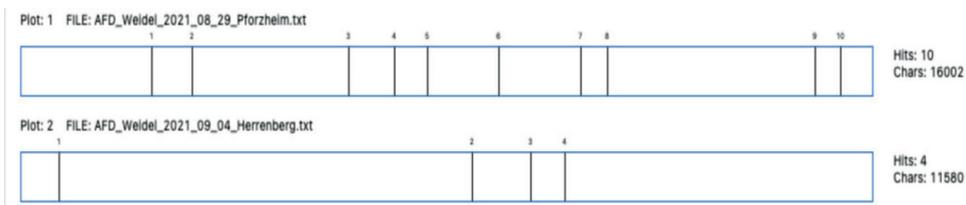


fig. 2

Una caratteristica costante in tutti i plot distribuzionali è dunque che i fraseologismi si trovano principalmente (ma non esclusivamente) all'inizio e alla fine del discorso. Si può ipotizzare che all'inizio hanno la funzione di instaurare una connessione con il pubblico presente, mentre alla fine si accentua la funzione persuasiva del discorso, con l'obiettivo di influenzare l'elettorato. Nella parte centrale dei discorsi, in cui si affrontano gli aspetti programmatici dell'azione politica del partito, gli idiomatismi tendono a essere meno presenti.

#### 4.2 *Tipologie*

In totale sono stati individuati 46 fraseologismi che possono essere ricondotti a 40 diverse espressioni polirematiche, alcune delle quali ripetute più volte. Un aspetto interessante da notare è che quando un modo di dire compare due o più volte, ciò avviene sempre con lo stesso locutore. In altre parole, i soggetti analizzati non condividono gli stessi fraseologismi, ma ognuno utilizza le proprie espressioni personali, in una sorta di repertorio individuale di espressioni.

Dato il limitato numero di occorrenze, una classificazione tipologica dei fraseologismi presenti risulta poco interessante, se non per un aspetto in particolare: l'analisi della lista degli elementi rileva un'evidente predominanza di somatismi, i quali rappresentano il 19,6 % degli idiomatismi utilizzati:

- *etwas Hals über Kopf machen* (fare qualcosa a capofitto)
- *auf Herz und Nieren prüfen* (mettere alla prova, lett. 'controllare cuore e reni')
- *sehenden Auges etwas tun* (fare qualcosa con gli occhi aperti)
- *auf einem Auge blind sein* (essere ciechi da un occhio)
- *sich etwas auf der Zunge zergehen lassen* (recepire a fondo qualcosa, lett. 'far sciogliere qualcosa sulla propria lingua')
- *etwas im Mund tragen* (portare qualcosa in bocca)
- *etwas in den Mund nehmen* (mettere qualcosa in bocca)
- *es läuft eiskalt den Rücken runter* (avere un brivido lungo la schiena)
- *etwas hinter jemand's Rücken machen* (fare qualcosa alle spalle di qualcuno)
- *sich auf die Hinterbeine stellen* (reagire, lett. 'ergersi sulle zampe posteriori')

#### 4.3 *Funzioni*

L'analisi del contesto di occorrenza dei fraseologismi rilevati ha permesso di enucleare le quattro funzioni d'uso che ritroviamo descritti nel già citato studio di Meloni (v. §1). Per ognuna di queste funzioni, il corpus ha restituito diversi esempi che si distribuiscono in maniera quasi equa fra i rappresentanti del populismo di destra e di sinistra: mentre per i primi tre punti (enfaticizzare aspetti emozionali, focalizzare le tematiche centrali, accorciare le distanze tra emittente e ricevente) si trovano occorrenze nei rappresentanti di entrambi gli schieramenti, la funzione della delegittimazione degli avversari politici trova attestazione soltanto nei due rappresentanti dell'AfD.

I primi esempi che seguono mostrano come i fraseologismi vengano impiegati per caricare emotivamente le critiche mosse all'operato del governo. In (12) Chrupalla riprende uno dei temi principali che ha caratterizzato la campagna elettorale di quell'anno, ovvero l'obbligo vaccinale. L'enfasi sull'aspetto emozionale viene realizzata ricorrendo addirittura a due fraseologismi che si susseguono l'uno all'altro, per sottolineare quanto faccia 'rabbrivire' l'idea che solo le vaccinazioni, possano ridare ai tedeschi la possibilità di muoversi liberamente senza alcuna restrizione dovuta a *lockdown* o provvedimenti analoghi:

(12) Wenn [sic] ich die Rede von Bundesgesundheitsminister Spahn an diesem Tag gehört habe, dann *ist es mir eiskalt den Rücken runter gelaufen*, denn er sagte wortwörtlich: „Wir impfen Deutschland zurück in die Freiheit.“ Und diesen Satz muss man sich einfach *auf der Zunge zergehen lassen*. Jetzt stellt euch vor ein AfD-Politiker hätte das in einem anderen Kontext in irgendeiner Weise erwähnt. Da wäre der Verfassungsschutz sofort auf uns losgehetzt worden. Was hier passiert hat mit Demokratie nichts mehr zu tun. (Chrupalla, 17.09.2021)<sup>46</sup>

Anche la rappresentante della DIE LINKE, Janine Wissler, utilizza un idiomatismo per accentuare emotivamente la descrizione delle difficoltà economiche affrontate da molti lavoratori e lavoratrici durante la pandemia. Sono stati lasciati soli, fuori, “sotto la pioggia” dal governo federale, che nel frattempo si è arricchito grazie al business delle mascherine:

(13) Wir wollen nicht zulassen, dass die einen immer reicher und andere immer ärmer werden. Und auch in dieser Corona-Pandemie, wo so viele Menschen ihr Erspartes aufbrauchen mussten, in Kurzarbeit waren. Die vielen Kulturschaffenden und Solo-Selbstständigen, *die im Regen stehen gelassen wurden*. Auch in dieser Corona-Krise sind ja nicht alle ärmer geworden: Union-Bundestagsabgeordnete zum Beispiel. Da haben sich einige auf schamloseste Art und Weise bereichert an Masken-Deals. (Wissler, 23.09.2021)<sup>47</sup>

Negli esempi (14) e (15) si può osservare come sia la candidata di punta dell’AfD, sia quello della DIE LINKE utilizzino fraseologismi per indirizzare l’attenzione dell’uditorio su tematiche che ritengono importanti. Nonostante utilizzino due idiomatismi diversi, la struttura argomentativa è simile: dopo aver presentato un concetto, questo viene rafforzato attraverso l’uso di un’espressione polirematica, seguita dalla ripetizione sintetica del concetto espresso inizialmente in modo più discorsivo:

(14) Strom wird zu einem Luxusgut, Heizen und Autofahren werden zu Luxusgütern und, um das zu verhindern, die Stimme der AfD geben. So geht es nicht weiter die mittleren Einkommen sind zu hoch belastet, viel zu hoch belastet. Familien sind zu hoch belastet in Deutschland. Wo bleiben wir denn? Und *dagegen müssen wir zu Felde ziehen*: Steuern und Abgaben senken, Strompreis senken! (Weidel, 4.09.2021)<sup>48</sup>

46 Quando quel giorno ho ascoltato il discorso del Ministro della Sanità Spahn, *ho sentito un brivido lungo la schiena*, perché ha letteralmente detto che stiamo vaccinando la Germania per riportarla alla libertà. Bisogna *lasciarsi sciogliere sulla lingua questa frase*. Ora immaginate se un politico dell’AfD avesse detto questo in qualsiasi altro contesto. Il *Verfassungsschutz* (Ente per la difesa dei principi costituzionali) ci sarebbe stato addosso immediatamente. Quello che sta succedendo qui non ha più niente a che fare con la democrazia.

47 Non permetteremo che alcune persone diventino sempre più ricche e altre più povere. Anche in questa pandemia, in cui tante persone hanno dovuto mettere mano ai loro risparmi, o che hanno dovuto lavorare a tempo ridotto, o i tanti operatori culturali e lavoratori autonomi che *sono stati lasciati sotto la pioggia*. Ma in questa crisi, non tutti sono diventati più poveri: alcuni parlamentari del governo, ad esempio, si sono arricchiti spudoratamente con l’affare delle mascherine.

48 L’elettricità, il riscaldamento e spostarsi in automobile stanno diventando beni di lusso. Per impedirlo: votate per l’AfD. Non si può andare avanti così, i redditi medi sono troppo tartassati,

## Idiomatismi e discorso politico

(15) Glauben Sie nicht denjenigen, die immer erzählen von Breitbandausbau, von schnellem Internet und dann aber real nichts machen. Die Bildungsministerin hat das in Offenheit gesagt: „kein Internet *an jeder Milchkanne*.“ Nein! *An jeder Milchkanne*, überall, auch im ländlichen Raum überall in Mecklenburg-Vorpommern wollen wir schnelles Internet als eine Voraussetzung für Industrie, für Arbeitsplätze! (Bartsch, 27.08.2021)<sup>49</sup>

In (16) e (17) vengono riproposte altre due porzioni di discorso degli stessi due esponenti politici per mostrare esempi in cui gli idiomatismi hanno la funzione di accorciare le distanze tra emittente e ricevente, un aspetto cruciale nella retorica persuasiva su cui si basa buona parte della costruzione del consenso<sup>50</sup>. È interessante notare che entrambi utilizzano un'analogia struttura argomentativa, in quanto, in breve tempo, ricorrono rispettivamente a ben due unità fraseologiche per sottolineare il loro impegno a essere al fianco dell'elettorato e lottare (si notino i pronomi di prima persona plurale *wir* e *uns*):

(16) Wir brauchen eine positive Vision unseres Landes. Wir müssen damit aufhören, wie die Regierung *auf Sicht zu fahren*, Chaos zu produzieren, planlos durch die Gegend zu wandern, irgendetwas zu beschließen, es nicht zu durchdenken. Energiewende ist ein großes Thema. Automobilwende, Die Unterstützung einer Technologie, die überhaupt gar nicht wettbewerbsfähig ist. Und dafür hunderttausende von Arbeitsplätzen aufs *Spiel zu setzen*. Diese Leute *sägen den Ast ab, auf dem wir alle sitzen*. Und das ist unverantwortlich. Diese Planlosigkeit müssen wir beenden und dafür sind wir als AfD angetreten. (Weidel, 29.08.2021)<sup>51</sup>

(17) Ich sage ihnen ganz klar: Diese Wahl wird *auf der Zielgeraden entschieden*. Es werden die letzten Tage sein, wo diese Wahl entschieden ist. Deswegen dürfen wir uns auch nicht von Umfragen oder ähnlichem *kirre machen lassen*, sondern ich möchte über die Probleme reden, die unser Land aktuell wirklich bewegen. Und wir als Linke haben da auch den Mut uns mit den Mächtigen anzulegen. (Bartsch, 27.08.2021)<sup>52</sup>

decisamente troppo tartassati. Le famiglie sono troppo tartassate in Germania. Per opporci a questo *dobbiamo scendere in campo*: abbassare le tasse e le imposte, abbassare il prezzo dell'elettricità. 49 Non credete a coloro che parlano sempre di ampliamento della banda larga, di internet veloce, e poi in realtà non fanno nulla. Lo ha detto apertamente la Ministra dell'Istruzione: no a internet *a ogni bricco del latte* [= in ogni casa]. Invece sì, *a ogni bricco del latte*, ovunque, anche nelle aree rurali. Vogliamo internet veloce ovunque nel Land Mecklenburg-Vorpommern come prerequisito per l'industria e l'occupazione.

50 I. Forster, *Kaschieren und verschleiern*, in T. Niehr, J. Kilian, M. Wengeler (hrsg. von), *Handbuch Sprache und Politik*, vol. 2, Hempen Verlag, Bremen 2017, pp. 794-810.

51 Abbiamo bisogno di una visione positiva per il nostro Paese. Dobbiamo *smettere di navigare a vista*, come fa il governo, producendo caos, andando a tentoni, prendendo decisioni senza pensarci bene. La transizione energetica è un problema molto grande. La transizione automobilistica sostiene una tecnologia che non è affatto competitiva e che mette a rischio centinaia di migliaia di posti di lavoro. Queste persone *stanno segando il ramo su cui siamo tutti seduti* e questo è irresponsabile. Dobbiamo porre fine a questa mancanza di pianificazione, e questo è ciò per cui noi della AfD ci siamo candidati.

52 Vi dico chiaramente che queste elezioni si decideranno *in dirittura d'arrivo*. Saranno gli ultimi

Come detto in precedenza, l'uso di fraseologismi per la delegittimazione degli avversari nel corpus è stato riscontrato soltanto nei due candidati di destra. Il seguente passaggio dal comizio di Chrupalla ne è un chiaro esempio:

(18) Die Regierenden in Bund und Ländern üben immer stärkeren auch indirekten Impfwang aus. [...] Erst nach massiven Protesten wurde es zurückgenommen. *Ein hin und her ein hüb und bott*: Die Politik bietet ein erbärmliches Schauspiel von Inkompetenz und Ignoranz und Kinderfeindlichkeit vor allem. (Chrupalla, 17.09.2021)<sup>53</sup>

## 5. Conclusioni

L'assunto di base di questa analisi sulle unità fraseologiche nella comunicazione politica esterna era che i partiti le utilizzino per influenzare il pubblico e rafforzare l'efficacia comunicativa e persuasiva dei messaggi politici durante la campagna elettorale. L'ipotesi è che partiti populistici, i cui programmi e comizi elettorali sono al centro della presente analisi, ne facciano uso per caricare emotivamente i loro discorsi, al fine di catturare l'attenzione dei votanti e indirizzarla verso questioni in grado di scuotere le loro coscienze e, di conseguenza, influenzare il comportamento nelle urne.

Volendo fare una sintesi dell'analisi meramente qualitativa di questo primo nucleo di corpus d'indagine si può dedurre che, pur se in modo meno frequente rispetto alle aspettative iniziali, sia i programmi di partito che i comizi ricorrono a espressioni idiomatiche.

Per quello che riguarda i programmi elettorali dei due partiti, si può notare come l'uso degli idiomatismi lessicalizzati è presente in modo particolare nella prima sezione del programma, ossia nella parte in cui maggiormente evidente è la funzione appellativa del programma elettorale. Si può affermare che in entrambi i programmi elettorali le espressioni idiomatiche riscontrate enfatizzano gli aspetti emozionali del discorso e concentrano l'attenzione sulle tematiche centrali, cercando così di accorciare le distanze tra partito ed elettori. In modo particolare, l'AfD si è servita di fraseologismi per delegittimare gli avversari e rafforzare la propria immagine; nel caso di DIE LINKE gli idiomatismi sono stati utilizzati per evidenziare le problematiche principali e porre in risalto gli aspetti positivi del partito. Tali funzioni nei programmi elettorali vengono confermate anche dai comizi elettorali. Nonostante lo stile comunicativo del singolo oratore

giorni a decidere queste elezioni, per questo *non dobbiamo lasciarci abbindolare* da sondaggi o simili, ma vorrei parlare dei problemi che in questo momento affliggono realmente il nostro Paese. Noi come Linke abbiamo il coraggio di sfidare i potenti.

53 Chi è al potere a livello federale e regionale impone sempre più spesso l'obbligo vaccinale, anche indirettamente. [...] Solo dopo massicce proteste è stato ritirato. *Un Avanti e indietro, un su e giù*: la politica offre un patetico spettacolo di incompetenza e ignoranza e soprattutto di ostilità verso i bambini.

## Idiomatismi e discorso politico

possa influenzare la struttura argomentativa dei comizi analizzati, è infatti possibile identificare già in questi pochi testi due aspetti: a) uno plot distribuzionale degli idiomatismi e b) l'uso dei fraseologismi con le funzioni rilevate da Meloni (2020). Osservando trasversalmente i comizi sia di destra che di sinistra, si potrebbe ipotizzare che questi tratti prototipici rilevati siano rappresentativi della locuzione orale a fini di propaganda politica. Tuttavia, questa ipotesi richiederà una verifica attraverso un'analisi di un corpus più ampio, che dovrebbe anche includere discorsi elettorali di partiti tradizionali, al fine di determinare se tali tratti siano specifici solo per la retorica populista o se si presentino come una costante generale.

Isabella Ferron  
(isabella.ferron@unimore.it)

Vincenzo Gannuscio  
(vincenzo.gannuscio@unimore.it)