



Citation: S. Giovinazzo (2020)
La lingua debole dei poteri forti:
Matteo Salvini e Luigi Di Maio
su Twitter. *Qulso* 6: pp. 425-442.
doi: <http://dx.doi.org/10.13128/QULSO-2421-7220-9709>

Copyright: © 2020 S. Giovinazzo. This is an open access, peer-reviewed article published by Firenze University Press (<https://oaj.fupress.net/index.php/bsfm-qulso>) and distributed under the terms of the Creative Commons Attribution - Non Commercial - No derivatives 4.0 International License, which permits use, distribution and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited as specified by the author or licensor, that is not used for commercial purposes and no modifications or adaptations are made.

Data Availability Statement:
All relevant data are within the paper and its Supporting Information files.

Competing Interests: The Author(s) declare(s) no conflict of interest.

La lingua debole dei poteri forti: Matteo Salvini e Luigi Di Maio su Twitter

Susanna Giovinazzo
Università degli Studi di Firenze
(susanna.giovinazzo@stud.unifi.it)

Abstract:

The article investigates the morpho-syntactic characteristics and the Gulpease readability index of a finite number of tweets extracted from the @matteosalvinimi and the @luigidimaio Twitter accounts. The study material refers to two distinct time periods: the tweets preceding the election victory (1 January 2015 - 4 March 2018) and the tweets produced immediately after the election victory (5 March 2018 - 31 August 2019). The aim of the work is to evaluate the linguistic level of the current political communication, also in relation to the level of education of the Italian population; in order to use reliable answers, the obtained data were compared with the results of the linguistic analysis (carried out following the same prerogatives) of the first twenty-eight articles of the Constitution of the Italian Republic, and also of six school essays written by students attending different classes.

Keywords: *Gulpease, political communication, readability, Twitter*

1. Introduzione

In questo articolo verranno riportati i dati relativi all'analisi linguistica effettuata su un circoscritto numero di tweet proporzionalmente estratti dagli account Twitter di @matteosalvinimi e @luigidimaio. I risultati tengono conto delle percentuali relative all'indice di leggibilità Gulpease, delle percentuali di difficoltà circa il profilo di base, il profilo lessicale e il profilo sintattico ottenute sottoponendo i tweet estratti all'analisi linguistica effettuata tramite il programma DyLan Tetxtools (di cui si offrirà un quadro più esaustivo nelle prossime pagine).

Il lavoro è articolato in due sezioni considerando, in un primo momento, i tweet realizzati nella fase precedente alla vittoria elettorale, nonché dal 1 gennaio 2015 al 4 marzo 2018, per poi volgere l'attenzione al periodo immediatamente successivo, vale a dire dal 5 marzo 2018 al 31 agosto 2019. I rappresentanti

politici oggetto di studio sono Matteo Salvini e Luigi Di Maio, preferiti ad altri data l'assenza di approfondimenti linguistici incentrati sul loro modo di comunicare a cui si aggiunge la centralità ricoperta nella scena politica italiana. Lo scopo della ricerca è quello di valutare scientificamente il livello di leggibilità degli enunciati politici emessi tramite il portale che attualmente risulta essere il mezzo di comunicazione prediletto dal mondo politico e, al fine di rendere affidabili le conclusioni, sono stati sottoposti alla medesima analisi linguistica testi appartenenti a differenti tipologie testuali, nonché i primi ventotto articoli del testo della Costituzione della Repubblica Italiana, due temi svolti da alunni frequentanti la classe quinta della scuola primaria; due temi svolti da alunni frequentanti la classe terza della scuola secondaria di primo grado e due temi svolti da alunni frequentanti la classe quinta della scuola secondaria di secondo grado. I risultati ricavati sono stati confrontati con i risultati registrati dai tweet caratterizzanti i due corpora in modo da poter avere a disposizione un parametro di confronto indiscutibilmente certo.

1. Modalità di estrazione del materiale e caratteristiche peculiari dei tweet

Il lavoro di estrazione dei tweet è stato intrapreso a partire dall'autunno del 2019¹ e, all'altezza di quel periodo, l'account @matteosalvinimi registrava 36.178 tweet, mentre l'account @luigidimaio 5.242 tweet. L'evidente disparità quantitativa tra i due profili ha portato ad estrarre un numero diverso di tweet che è stato rispettivamente pari a 3460 tweet estratti dal profilo di Matteo Salvini e 992 tweet estratti dal profilo di Luigi Di Maio.

L'estrazione del materiale per la realizzazione dei *corpora* è stato condotto in modo interamente manuale, date le limitazioni imposte dal portale di fronte alla possibilità di scaricare i contenuti in modo automatico² ed è stato possibile ricorrendo al sistema di ricerca avanzata presente su Twitter di cui sono state sfruttate le seguenti stringhe di ricerca: "Tutte queste parole", "Questi hashtag", "Una di queste parole", combinate, di volta in volta, con le opzioni che permettevano di isolare determinati periodi temporali (sul portale con la denominazione "Date") e di selezionare specifici account che nel nostro caso si sono alternati tra l'account @matteosalvinimi e l'account @luigidimaio (sul portale sotto la denominazione "Da questi account").

I *corpora*, dunque, sono stati generati tenendo conto di una suddivisione di carattere temporale e di carattere tematico filtrando, nel primo caso, i tweet realizzati nell'arco di tempo di quattro anni (1 gennaio 2015- 31 agosto 2019), mentre nel secondo caso, sono state selezionate determinate parole (alternate tra parole semplici e *hashtag*) da inserire nelle relative stringhe di ricerca. Per entrambi gli account le parole da inserire hanno riguardato ambiti differenziati, interessando l'ambito economico, partitico-elettorale, di cronaca nazionale e internazionale e sono state selezionate avendo come punto di riferimento iniziale i trenta punti del Contratto del Governo del Cambiamento,³ scelto perché intuitivamente utile ad offrire un gran numero di risultati essendo un collante tra i desideri del passato, gli impegni del presente e le aspettative del futuro. Ad alcuni dei trenta punti del Contratto, sono stati affiancate anche parole scelte in relazione a conoscenze pregresse, in modo particolare per quanto riguarda la cernita di hashtag.

¹ Esattamente la data di inizio dell'estrazione del materiale risale al 10 ottobre 2019.

² Tale possibilità veniva garantita solo attraverso apposite App che avrebbero permesso di estrarre automaticamente gli ultimi 3200 tweet dal profilo selezionato, salvando il contenuto in un file Excel ma, al contempo, non inserendo filtri di alcun genere. Si è scelto, dunque, di puntare alla realizzazione di *corpora* costituiti da tweet razionalmente selezionati.

³ È possibile leggere il testo in forma integrale al seguente link: <<https://www.ilfattoquotidiano.it/2018/05/18/governo-m5s-lega-il-contratto-di-governo-versione-definitiva-del-testo/4364587/>> (06/2020).

Nello specifico dall'account @matteosalvinimi sono state filtrate sedici parole (tra parole semplici e hashtag), mentre dall'account @luigidimaio trentuno (di cui un solo hashtag, essendo molto rari sul suo profilo). I dati quantitativi sono sinteticamente esposti nelle tabelle sottostanti

PAROLA FILTRATA DALL'ACCOUNT @matteosalvinimi	TOTALE DI TWEET
#primagliitaliani	311
Europa	801
PD	767
Sud	150
Immigrazione	403
#portichiusi	109
Forze dell'ordine	300
Beata Vergine Maria	1
Rosario	15
Crocifisso	16
Flat-tax	143
Legge Fornero	242
Quota 100	78
Gay	31
Cultura	72
Università	21

Tabella 1. Totale dei tweet estratti dall'account @matteosalvinimi

PAROLA FILTRATA DALL'ACCOUNT @luigidimaio	TOTALE DI TWEET
PD	127
Movimento 5 Stelle	112
#M5S	28
Grillo	24
Redd. di cittadinanza	30
Lavoro	57
Lavoratori	21
Aziende	5

Povert�	7
Pensione	11
Tagli OR poltrone/a	27
Parlamento	45
Vitalizi	18
Ambiente	4
Famiglia	22
Corruzione	29
Sanit�	9
Sud	3
Sicurezza	8
Cultura	7
Giustizia	9
Manovra	12
Italiani	74
Governo	164
Lotta	9
Elezioni	26
Europa	20
Politica	31
Riforma/e	29
Innovazione	3
Cambiamento	21

Tabella 2. Totale dei tweet estratti dall'account @luigidimaio

In modo evidente, dunque, dal lavoro di estrazione dei tweet   emerso quanto Matteo Salvini sia decisamente pi  attivo sul portale, tanto per il periodo precedente alla vittoria elettorale, quanto per il periodo successivo al 4 marzo 2018, sottostando a tutte le regole previste da Twitter al fine di avere una corretta trasmissione e diffusione del messaggio inoltrato, ricorrendo in modo puntuale alla creazione di hashtag e rivolgendosi in modo diretto e amichevole all'interlocutore, cos  come si legge nei tweet datati rispettivamente 12 ottobre 2016 e 9 dicembre 2015: "Alle 8.45 sar  in diretta a "#Unomattina (@Raiuno) per parlare di referendum, tasse, pensioni, immigrazione e proposte. Buona giornata Amici."; : "Notte serena amici, a tutti ma non ai bugiardi del #PD. #Salvini #Portaaporta". Frequentemente ci si imbatte in tweet costituiti da un linguaggio informale, adoperando espressioni elementari e popolari; esempi in questa direzione sono vari, si

scelgono alcuni tra tanti: il 12 marzo del 2015 Salvini scriveva: “Di aziende in ginocchio #Europa se ne frega, perde tempo a misurare vongole. Via da questa gabbia di matti! <https://youtu.be/OdbUWMe78OU> #Salvini”; nella data 6 luglio 2015 ritroviamo questo post: “Molti geni della Sinistra dicono ‘ci vuole più Europa’. Come dire ‘ci vuole più whisky’ per curare un alcolizzato. #agorarai #Grecia”; il seguente post è, invece, riferito al 29 luglio 2015: “Il Senato salva dall’arresto il sen. #Azzolini (NCD). #Renzi e il PD calano le braghe per salvare le loro poltrone, che pena. #Salvini.” Interessante e costante è la volontà di rivolgersi ai suoi oppositori utilizzando appellativi poco gentili, ricorrendo al turpiloquio e a toni decisamente aggressivi, dai quali traspare un atteggiamento strafottente e un’ostilità spesso velata da costruzioni apparentemente allusive. L’opposizione politica si ritrova, spesso, ad essere definita come *imbecille*, *cazzara*, come *fenomeno*, *genio* (in veste decisamente dispregiativa), così come è evidente nei seguenti tweet: il 4 marzo 2015 il soggetto in esame scriveva “#Europa si accorge che per bloccare immigrazione di massa bisogna collaborare anche con i dittatori. Imbecilli! Ci arrivano solo ora? #Salvini”; il 6 novembre 2016 “Quando smascheri le loro bugie, i parlamentari del PD urlano... Dai ragazzi, il 4 dicembre mandiamo a casa il CAZZARO! #lovotono”; il post datato il 15 settembre 2018: “Se vedessi sulla strada il figlio di #Salvini vittima di un incidente stradale, passerei avanti dicendo ‘Prima i pidдини’. Cretino, lascia fuori dalle polemiche i miei figli. P.S. il ‘signore’ si dichiara iscritto al PD”; non rari i casi in cui si ricorre a metafore zoomorfe per descrivere il rivale politico, ed ecco che ci si imbatte in post del tipo “Per la parlamentare PD se lo dico sono RAZZISTA... Vorrei vedere quell’oca vivere in certe condizioni” (risalente alla data 6 marzo 2016). Ancora inerenti alle caratteristiche elencate, i seguenti tweet: il 27 gennaio 2016, riferendosi alla legge Fornero “In tivù ho chiesto di cambiare ‘quella CAZZO di L. Fornero.’ Scandalizzati... Quella cazzo di legge Fornero. Quella cazzo di legge Fornero.”; nel giorno 25 settembre 2017 scriveva “E dei commenti dei buonisti, come diceva il grande D’Annunzio, me ne strafotto. #primagliitaliani #andiamoagovernare”; inoltre, si consideri il tweet postato in data 4 ottobre 2018: “#Salvini: bocciare la manovra? L’Europa per bene ha solo convenienza a che l’Italia torni a crescere e a correre. Non piaccio a qualche ministro francese? E chisseneffrega! Preferisco il prosecco allo champagne. #wlitalia”; l’11 febbraio 2016 scriveva “Abbiamo le palle piene di IMMIGRAZIONE fuori controllo! 3/4 di quelli che sono qua dovrebbero essere rispediti a casa loro. #dallavostraparte”; il 21 giugno 2015 si legge “#Salvini: i missili di chi vuole fare una nuova guerra in Europa sappiamo noi dove infilarglieli! #pontida15”; e ancora: “#Baglioni? Canta che ti passa, lascia che di sicurezza, immigrazione e terrorismo si occupi chi ha il diritto e il dovere di farlo”, risalente alla data del 9 gennaio 2019; per concludere altri tweet, carichi di una vena ironica, così come il seguente: “Fantastica Lauria, dei sondaggi dei giornaloni non mi fido ma dell’abbraccio dei cittadini lucani sì! Vi aspetto oggi alle 15 in Val d’Agri a Marsicovertere (piazza Zecchettin) e alle 18.30 a POTENZA in piazza Matteotti. Dai, dai, dai e al PD facciamo bye-bye! #24marzovotoLega”, scritto nella data del 16 marzo 2019, in occasione dell’incontro con il popolo lucano.

Oltre all’aspetto prettamente lessicale, interessanti sono anche le caratteristiche sintattiche presenti nei tweet nei quali si nota una continua omissione dell’articolo, della congiunzione *se* nei periodi ipotetici e delle preposizioni relative: nel giorno 15 giugno 2015 si legge “Si votasse domani mattina, la Lega andrebbe sola, perché su Europa, Euro, tasse con FI ci sono troppe differenze #ottoemezzo”, mentre nel seguente post, datato il 29 ottobre 2015, si legge “Min. Orlando vuole subito ADOZIONI GAY. Io invece vorrei legge che renda più veloci e meno costose adozioni per coppie in attesa da anni.” Inoltre, ricorrenti sono casi in cui ci si imbatte in costruzioni sintattiche non aderenti alla norma della grammatica italiana: “#Salvini su #SeaWatch3: la politica dei #portichiusi salva vite. Conto che questo viaggio di quella nave sia stato l’ultimo. #ForumANSA #Europee @Agenzia Ansa” (20 maggio 2019).

Al pari del lavoro condotto sul profilo Twitter di Matteo Salvini, si riportano anche per Luigi Di Maio alcuni tweet esemplificativi, al fine di offrire un quadro sintetico delle caratteristiche più vistose e ricorrenti. Prima di tutto è fondamentale sottolineare un atteggiamento comune alla maggior parte dei tweet realizzati nella fase precedente alle elezioni, nel quale l'account @luigidimaio tendeva a realizzare tweet tronchi, rinviando il contenuto integrale ad altri social network, così come si può leggere nel tweet scritto in data 17 novembre 2015 e ottenuto filtrando il nome proprio *Grillo*: “Beppe Grillo ha deciso di eliminare il suo nome dal simbolo. Il movimento 5 Stelle è diventato adulto e... fb.me/4qVWDQ3N8”, prassi sostanzialmente abbandonata nel corso del tempo: “Il problema della stampa italiana sarebbe Beppe Grillo? Altra #Fakenews sul M5S smentita dalla procura di Roma. Giornalisti chiedano scusa” (27 aprile 2017). Questa caratteristica, come vedremo, appare decisamente importante al fine del nostro lavoro di analisi linguistica poiché determina una notevole differenza di risultati di leggibilità rispetto al periodo successivo.

Al pari dell'account @matteosalvinimi, anche in Luigi Di Maio sono frequenti tweet poco cortesi nei confronti dell'opposizione politica, unite a costruzioni sintattiche a volte scorrette e molto informali. Esempi in questa direzione sono tanti, se ne sceglie qualcuno in funzione esemplificativa: “La disoccupazione giovanile aumenta quasi al 42% perché quei fenomeni del PD nel 2012 hanno votato la Riforma... http://fb.me/Dh7TIofa”, risalente al 1° ottobre 2015; in data 16 gennaio 2017 si legge: “A Bruxelles lo chiamano ‘il conto di Renzi’ ma le sue bugie le pagheremo con le nostre tasse. ¾ miliardi di manovra lacrime e sangue”; in un tweet postato il 19 novembre 2016 si può osservare la tendenza all'omissione di articoli: “Italiani vogliono Stato fondato sulla meritocrazia e non sulla dittatura delle poltrone”. Ancora il 1° aprile 2016 si legge: “Risultati sconcertanti per #GaranziaGiovani: un altro fallimento dei governi del PD che cadono sotto il peso dei numeri e dei fatti” e l'11 giugno 2019 ci si imbatte in un tweet che, non rispettando i canonici accordi verbali, crea delle difficoltà nella lettura del testo: “È finita l'epoca in cui le multinazionali firmano accordi, prendono i soldi dallo Stato e poi fanno quello che vogliono. Le aziende, gli imprenditori e i lavoratori italiani meritano rispetto. Revoco i finanziamenti alla #Whirlpool se non manterrà gli impegni presi.”

2. Sistemi informatici per l'analisi linguistica

I tweet estratti da entrambi gli account, sono stati sottoposti a un'analisi linguistica attraverso il programma *DyLan Texttools V 2. 1. 9*⁴ realizzato presso l'Istituto di Linguistica Computazionale “Antonio Zampolli” di Pisa. Dopo aver inserito il materiale suddiviso nei due rispettivi blocchi temporali, i risultati su cui si è puntato maggiormente l'attenzione, hanno riguardato l'analisi globale della leggibilità, considerando le percentuali relative all'indice di leggibilità *Gulpease*, le percentuali di difficoltà dei profili di base, lessicali, sintattici e globali.

In modo particolare, il profilo di base tiene conto del numero complessivo dei periodi, delle parole (token) presenti nel testo e della lunghezza media dei periodi e delle parole; il profilo lessicale delle caratteristiche delle parole presenti nei testi, offrendo le percentuali dei lemmi appartenenti al Vocabolario di base (VdB), la parte centrale del lessico di una lingua e della sua ripartizione interna in lessico fondamentale (FO), il nucleo più stabile e importante della struttura lessicale di una lingua e al cui interno rientrano i vocaboli di altissima frequenza, riferiti a repertori semantici vitali per l'uomo (bere, mangiare, camminare, etc.), le cui occor-

⁴ Consultabile al seguente link: <http://www.ilc.cnr.it/dylanlab/apps/texttools/?tt_user=guest> (06/2020).

renze costituiscono il 90% delle occorrenze presenti in tutti i testi scritti o parlati; lessico di alto uso (AU), nel quale rientrano i vocaboli di alta frequenza, che costituiscono il 6% delle occorrenze presenti in tutti i testi scritti o parlati; infine lessico di alta disponibilità (AD), in cui vi sono i vocaboli che, seppur rari, si presentano ben noti ai parlanti perché legati a oggetti di forte rilevanza nella vita quotidiana. Dunque, pur essendo adoperati poco frequentemente, sono conosciuti da qualsiasi parlante di lingua italiana (De Mauro 2005).

Diversamente, il profilo sintattico rilascia informazioni disparate, nel nostro caso si è ritenuto opportuno focalizzare l'attenzione sulle percentuali relative al numero di sostantivi, aggettivi, verbi, nomi propri e congiunzioni presenti nei testi sottoposti all'analisi linguistica, unite alle percentuali di coordinate e subordinate presenti nel testo. Una trattazione a sé riguarda l'indice di leggibilità Gulpease; questo, creato nel 1982 da GULP- Gruppo universitario linguistico pedagogico, presso l'Istituto di Filosofia dell'Università degli studi di Roma "La Sapienza", è tarato sulla lingua italiana e ha il vantaggio di basarsi su due variabili linguistiche: la lunghezza delle parole (e non delle sillabe) e la lunghezza della frase rispetto al numero delle lettere. Tale formula è stata ricavata attraverso una serie di test volti ad indagare il reale livello di comprensibilità di un *corpus* di testi. La verifica viene effettuata su tre categorie di lettori, selezionati in base al loro grado di scolarizzazione, rispettivamente licenza elementare, licenza media e diploma di scuola superiore, presentando i risultati su una scala che va da 0 a 100, dove "100" rappresenta la leggibilità massima e "0" la leggibilità minima. Ne deriva, dunque, che un testo che registrerà un indice di leggibilità pari a 50 risulterà essere decisamente complesso per chi ha la sola licenza elementare, mediamente difficile per chi ha la licenza media e molto semplice per chi ha il diploma superiore.⁵

3. *Analisi linguistica del testo della Costituzione della Repubblica Italiana e dei temi scolastici*

Così come anticipato precedentemente, al fine di avere un quadro esaustivo e scientificamente controllato, sono stati sottoposti alla medesima analisi linguistica tramite DyLan, i primi ventotto articoli del testo della Costituzione della Repubblica Italiana e sei temi scolastici frutto di alunni frequentanti classi differenti,⁶ i cui risultati saranno confrontati con quelli ricavati dall'analisi linguistica dei tweet estratti dall'account @matteosalvinimi e dall'account @luigidimaio.

Partendo dai primi ventotto articoli della Costituzione italiana, i risultati ottenuti dichiarano che l'indice di leggibilità Gulpease è pari al 49,7%, si tratta di testi caratterizzati da un numero maggiore di coordinate piuttosto che subordinate, costituite nella maggior parte da sostantivi e seguiti da verbi, aggettivi, congiunzioni e nomi propri; i vari sottolivelli registrano le percentuali di difficoltà del 54,7% per quanto riguarda il profilo di base; l'81,2% per quanto riguarda il profilo lessicale; il 36,4% per quanto concerne il profilo sintattico e il 93,7% per il profilo globale. In rapporto al totale del lessico adoperato, il 76,3% appartiene al vocabolario

⁵ <<http://www.corrige.it/leggibilita/lindice-gulpease/>> (06/2020).

⁶ La possibilità di poter sottoporre all'analisi linguistica i temi scolastici è stata offerta per i gradi primaria e secondaria di primo grado dall'Istituto Comprensivo "G. Racioppi" di Moliterno e Castelsaraceno. Nel nostro specifico caso, il materiale è pervenuto dalla scuola primaria e secondaria con sede a Castelsaraceno; per quanto riguarda, invece, i temi scritti da alunni frequentanti la scuola secondaria di secondo grado, non ci sono giunti grazie l'intermediazione dell'Istituto scolastico che li ospita, nonché l'ISIS "N. Miraglia" con sede nella città di Lauria, bensì attraverso un concorso pubblico svoltosi nel loro paese di origine (Castelsaraceno, in provincia di Potenza), in occasione dell'incontro della cittadinanza del luogo con l'associazione "Generazione lucana".

di base, di cui il 73,5% è inerente al lessico fondamentale, il 24% al lessico di alto uso e il 2,5% al lessico di alta disponibilità. Di seguito una tabella riassuntiva:

INDICE GULPEASE	READ-IT BASE	READ-IT LESSICALE	READ-IT SINTATTICO	READ-IT GLOBALE	VDB
49,7%	54,7%	81,2%	36,4%	97,7%	76,3% (73,5%-24%-2,5%)

Tabella 3. Risultati dell'analisi linguistica relativi al testo della Costituzione della Repubblica Italiana

Per quanto riguarda i temi scolastici, invece, i risultati saranno esposti rispettando l'ordine di grado scolastico, considerando che per ognuno sono stati analizzati due temi scritti da alunni differenti.

Per quanto riguarda la scuola primaria, si nota una propensione da parte della prima alunna nell'utilizzo di frasi coordinate, formate prevalentemente da sostantivi, aggettivi, congiunzioni, verbi e nomi propri. Il secondo tema, invece, registra un numero di subordinate maggiore rispetto alle coordinate, costituite dal 24% di sostantivi, dal 18,1% di aggettivi, il 6,6% di congiunzioni, il 5,4% di verbi e il restante 0,8% di nomi propri. I dati relativi all'indice di leggibilità e ai vari sottoprofili possono essere più facilmente consultati nella tabella sottostante:

TEMI SVOLTI (scuola primaria)	INDICE GULPEASE	READ-IT BASE	READ-IT LESSICALE	READ-IT SINTATTICO	READ-IT GLOBALE	VDB (FO-AU-AD)
<i>TEMA 1</i>	57,4%	44%	0,5%	8,4%	1,8%	81,4% (89,9%-10,3%-3,8%)
<i>TEMA 2</i>	46,5%	94,1%	80,6%	88,2%	100%	84% (83,4%-12,1%-4,5%)

Tabella 4. Risultati dell'analisi linguistica relativi ai temi scritti dagli alunni frequentanti la scuola primaria

Analogo procedimento è stato effettuato per i temi realizzati da alunni frequentanti la classe terza della scuola secondaria di primo grado. In questo caso, le frasi presenti nel primo tema, nella maggior parte dei casi subordinate, sono costituite prevalentemente da verbi (23,8%), sostantivi (15,4%), congiunzioni (6,7%), aggettivi (5,6%) e nomi propri (2%); per il secondo tema, invece, ci si imbatte in un numero più alto di subordinate, formate nella maggioranza dai verbi (23,3%), seguiti dal 14,4% di sostantivi, il 6,8% di congiunzioni, 4,5% di aggettivi e l'1,3% di nomi propri. I risultati dell'analisi linguistica sono riportati nella tabella che segue:

TEMI SVOLTI (scuola media)	INDICE GULPEASE	READ-IT BASE	READ-IT LESSICALE	READ-IT SINTATTICO	READ-IT GLOBALE	VDB (FO-AU-AD)
<i>TEMA 1</i>	57,7%	38,8%	28,5%	11,3%	55%	79,4% (84,3%-9%-6,6%)
<i>TEMA 2</i>	50,9%	82%	50%	98,3%	100%	84,2% (86,5%-9,1%-4,3%)

Tabella 5. Risultati dell'analisi linguistica relativi ai temi scritti dagli alunni frequentanti la scuola secondaria di primo grado

Infine, per quanto riguarda i temi scritti da alunni frequentanti la classe quinta della scuola secondaria di secondo grado, i risultati ottenuti non si sono distaccati molto da quelli precedenti registrando, nel primo tema una tendenza a ricorrere maggiormente all'utilizzo di subordinate, caratterizzate da una percentuale più elevata di verbi (18,2%), seguita da sostantivi (15,7%), aggettivi (8,8%), congiunzioni (6,7%) e, in minima parte, nomi propri (0,2%); mentre nel secondo tema la percentuale di subordinate è leggermente più bassa rispetto a quella ottenuta per le coordinate, i periodi sono caratterizzati da una maggioranza di sostantivi (19,8%) e di verbi (16,8%); a questi seguono gli aggettivi (6,9%), le congiunzioni (5,8%) e i nomi propri (0,8%). Anche in questo caso i risultati dell'analisi linguistica sono schematizzati nella tabella seguente:

TEMI SVOLTI (scuola superiore)	INDICE GULPEASE	READ-IT BASE	READ-IT LESSICALE	READ-IT SINTATTICO	READ-IT GLOBALE	VDB (FO-AU-AD)
TEMA 1	53,2%	1,9%	78%	88%	90,4%	84,5% (89,5%-7,4%-3,1%)
TEMA 2	50,1%	4,4%	83,5%	96,7%	100%	85,2% (83,3%-12,7%-4%)

Tabella 6. Risultati dell'analisi linguistica relativi ai temi scritti dagli alunni frequentanti la scuola secondaria di secondo grado

4. Analisi linguistica dei tweet estratti

Riconsiderando lo scopo principale del lavoro in esame, i tweet estratti dai rispettivi account (@matteosalvinimi e @luigidimaio) sono stati sottoposti a un'analisi linguistica analoga a quella dei temi scolastici e del testo della Costituzione, suddividendo il lavoro in due blocchi dal punto di vista temporale. Pertanto, i tweet estratti da entrambi i profili sono stati scomposti, fin dove è stato possibile, in blocchi che considerano da una parte, l'arco temporale che va dal 1° gennaio 2015 al 4 marzo 2018 e, dall'altra, quello che va dal 5 marzo 2018 al 31 agosto 2019. Soprattutto per quanto riguarda il profilo Twitter di Matteo Salvini, essendo quest'ultimo molto più ricco, per alcune ricerche è stato necessario scansionare ulteriormente il blocco di tweet analizzati, suddividendolo in gruppi biennali (1° gennaio 2015- 31 dicembre 2016; 1° gennaio 2017- 4 marzo 2018; 5 marzo 2018- 31 agosto 2019). Ovviamente ciò non è stato necessario per quanto riguarda il profilo di Luigi Di Maio, avendo ottenuto, nel complesso, risultati decisamente minori.

5. Fase pre-elettorale: qual è il livello linguistico che caratterizza i tweet di Matteo Salvini e Luigi Di Maio?

Il corpus di tweet estratti dal profilo Twitter di Matteo Salvini, è composto da 3460 tweet, ottenuti filtrando sedici parole; nel complesso le caratteristiche registrate nel periodo precedente alla vittoria elettorale sono molto simili a quelle registrate nel periodo successivo anche laddove le parole riguardano tematiche differenti, mettendo in evidenza un atteggiamento decisamente costante.

Diverso è l'atteggiamento presente nel profilo di Luigi Di Maio, dal quale sono stati estratti 992 tweet filtrando trentuno parole appartenenti ad ambiti semantici differenti.

Per quanto riguarda i tweet realizzati da Matteo Salvini nella fase precedente alla vittoria elettorale, da un punto di vista puramente sintattico, nella globalità, oltre ad esserci una quantità decisamente più alta di proposizioni principali rispetto a quelle subordinate, sono i sostantivi ad essere più marcatamente adoperati, seguiti dai verbi, dai nomi propri e, infine, da aggettivi e congiunzioni prevalentemente coordinanti.

Nella tabella che segue, così come nella successiva, saranno presentati sinteticamente i risultati ottenuti dall'analisi linguistica attuata sui tweet estratti dai profili di Matteo Salvini e Luigi Di Maio nella fase precedente alla vittoria elettorale, volti ad offrire informazioni circa: le percentuali relative all'indice di leggibilità Gulpease, le percentuali di difficoltà relative al profilo di base, al profilo lessicale, al profilo sintattico e al profilo globale, con una particolare attenzione alle percentuali di parole appartenenti al Vocabolario di base e alla sua ripartizione interna in lessico fondamentale (FO), lessico di alto uso (AU) e lessico di alta disponibilità (AD).

ACCOUNT @matteosalvinimi: PAROLA FILTRATA	INDICE GULPEASE	READ-IT BASE	READ-IT LESSICALE	READ-IT SINTATTICO	READ-IT GLOBALE	VDB (FO-AU-AD)
#primagliitaliani		%	91%			62% (78,1%- 15,7%-6,2%)
Europa (2015/16)			91,5%			54,1% (74,5%- 18,9%-6,6%)
Europa (2017/ 4 marzo 2018)			94,9%			54,8% (78,7%- 14,9%- 6,5%)
PD			99,5%			48,1% (72,9%- 20,9%-6,2%)
Legge Fornero			95,2%			57,5% (79,1%- 16,5%-4,1%)
Università			97,2%			69,7% (81,5%- 13%-5,4%)
Gay			98,4%			64,4% (79%- 16,6%-4,4%)
Forze dell'ordine			76,3%			66,1% (80,7%- 15%-4,3%)
Crocifisso			85,1%			69,6% (81,7%- 11,3%-7%)
Rosario			100%			81,6% (80,6%- 9,7%-9,7%)
Cultura			89%			66,3% (83,6%- 11,5%-4,9%)
Sud	74,2%	2,2%	91,7%	62,4%	98,7%	59,5% (78,4%- 17,6%-4%)
Immigrazione (2015-2016)	70,5%	1,5%	94,1%	47,3%	99,3%	57,3% (78,1%- 16,1%-5,8%)
Immigrazione (2017 -4 marzo 2018)	68%	2,1%	85,5%	58,8%	98,7%	57,7% (78,7%- 16,2%-5,1%)

Flat- tax	76,3%	1,3%	90%	56,3%	98,2%	59,7% (79,3%-14,5%-6,2%)
Quota 100	100%	0,3%	2,2%	61,1%	88,3%	49% (87,5%-8,3%-4,2%)

Tabella 7. Risultati dell'analisi linguistica relativi ai tweet estratti dall'account @matteosalvinimi (1 gennaio 2015 - 4 marzo 2018)

Analogamente al *corpus* di Matteo Salvini, anche in Luigi Di Maio i tweet registrano una percentuale maggiore di sostantivi, seguiti da verbi, nomi propri, aggettivi e congiunzioni, nella maggior parte dei casi di tipo coordinante.

ACCOUNT @luigidimaio: PAROLA FILTRATA	INDICE GULPEASE	READ-IT BASE	READ-IT LESSICALE	READ-IT SINTATTICO	READ-IT GLOBALE	VDB (FO-AU-AD)
#M5S			99,7%			58% (80,%-15,5%-4,4%)
Aziende			100%			74,1% (86%-7%-7%)
Ambiente			100%			64,6% (85,7%-9,5%-4,8%)
Cambiamento			8,3%			65,4% (79,2%-11,3%-9,4%)
Corruzione			70,3%			67,3% (77,7%-19,3%-3%)
Cultura			100%			65,9% (86,7%-10%-3,3%)
Innovazione			100%			67,7% (76,2%-19%-4,8%)
Pensione			97,5%			70,8% (82,4%-12,9%-4,7%)
Giustizia			90,5%			62,3% (76,3%-15,8%-7,9%)
Europa			99,4%			61,5% (81,3%-12,1%-6,5%)
Vitalizi			93,3%			69% (81,7%-15,6%-2,8%)
Tagli or Poltrone	59,8%	7,3%	48,1%	86,9%	98%	63,6% (83,2%-13,3%-3,5%)
Lavoro	62,4%	6,1%	73,1%	65,3%	96,8%	63,5% (84,5%-11,8%-3,8%)
Governo	63,2%	4,9%	61,6%	38,1%	97,6%	58% (76,4%-18,5%-5,2%)
Movimento 5 Stelle	53,7%	5,4%	50%	52,8%	99,3%	55,2% (80,5%-14,8%-4,7%)

Politica	63,8%	5,6%	99,6%	41%	96%	68,6% (82,3%-11,5%-6,2%)
Riforma	57,4%	15%	92,2%	33,2%	93,9%	67,7% (81,2%-15,2%-3,7%)
Reddito di cittadinanza	64,6%	3,9%	50%	51,7%	97,3%	63,6% (79,9%-13,8%-6,3%)
Manovra	59,8%	24,3%	89,1%	11,5%	2,9%	70,2% (84,8%-12,1%-3%)
Sud	67,9%	6,3%	100%	8,4%	96,7%	73,2% (80,5%-14,6%-4,9%)
Italiani	59,4%	6%	81,8%	59,9%	99%	63,8% (81,1%-15%-3,9%)
Lotta	50,1%	12%	73,6%	38,4%	96%	63% (78,3%-13%-8,7%)
Sicurezza	59,2%	13,6%	96,4%	82,4%	97,1%	74,4% (78,8%-16,4%-4,9%)
Sanità	59,4%	6,1%	99,5%	19,9%	96,9%	71,4% (78,8%-16,2%-5%)
Lavoratori	60,1%	7,5%	98,6%	64,6%	98,8%	61% (78,2%-14,3%-7,6%)
Povertà	56,3%	10,4%	97,5%	63,7%	97,3%	70,1% (83,8%-11,8%-4,4%)
PD	67,5%	4,3%	97,2%	48,1%	98,8%	57,3% (74,2%-21,2%-4,5%)
Grillo	52%	0,1%	97,7%	66,9%	100%	54,5% (80,7%-11,9%-7,3%)
Parlamento	63,3%	3,5%	87,4%	44,5%	99,2%	61,4% (81,2%-14,7%-4,1%)
Elezioni	58,5%	5,7%	92,2%	62,1%	97,8%	61,7% (84,5%-11,5%-4,1%)
Famiglia	57,5%	2,9%	92,7%	40,6%	97,2%	73,8% (79,8%-11,5%-8,7%)

Tabella 8. Risultati dell'analisi linguistica relativi ai tweet estratti dall'account @luigidimaio (1 gennaio 2015- 4 marzo 2018)

6. Fase post- elettorale: qual è il livello linguistico che caratterizza i tweet di Matteo Salvini e Luigi Di Maio?

Procedendo in modo del tutto analogo a quello presentato nei paragrafi precedenti, in queste pagine saranno esposti i risultati della ricerca linguistica condotta su DyLan relativa ai tweet estratti dai profili dei soggetti politici in esame nell'arco cronologico che va dal 5 marzo 2018 al 31 agosto 2019, nonché coincidente con il periodo che li vede protagonisti del quadro politico italiano, con gli incarichi di Vicepresidente del Consiglio e Ministro dell'Interno per quanto riguarda Matteo Salvini e Vicepresidente del Consiglio e Ministro dello Sviluppo economico,

Lavoro e politiche sociali per quanto riguarda Luigi Di Maio. Facendo riferimento a un arco cronologico più limitato, inevitabilmente il numero dei tweet raccolti sarà di numero inferiore rispetto ai precedenti; nonostante ciò sufficienti a creare dei *corpora* la cui analisi linguistica si è mostrata soddisfacente e dettagliata.

Per continuità i risultati saranno presentati rispettando l'ordine precedente, offrendo informazioni sul *corpus* di tweet estratti dall'account @matteosalvinimi, per poi volgere l'attenzione al *corpus* di tweet estratti dall'account @luigidimaio.

Così come anticipato precedentemente, per quanto riguarda Matteo Salvini, non si notano repentini cambiamenti nel corso degli anni, tanto per le percentuali relative all'indice di leggibilità e ai vari sottoprofili, quanto per l'aspetto prettamente sintattico, presentando comunque un numero maggiore di sostantivi, seguiti da verbi, nomi propri, aggettivi e congiunzioni, per lo più di carattere coordinante.

I risultati relativi all'analisi di leggibilità sono schematizzati nella tabella sottostante:

ACCOUNT @matteosalvinimi: PAROLA FILTRATA	INDICE GULPEASE	READ-IT BASE	READ-IT LESSICALE	READ-IT SINTATTICO	READ-IT GLOBALE	VDB (FO-AU-AD)
#primagliitaliani			85,2%			59,8% (79,6%-15,4%-4,9%)
Europa			87,5%			57,7% (72,2%-21,1%-6,7%)
#portichiusi			97,5%			67,3% (77,9%-17,8%-4,9%)
PD			89,6%			56,6% (72,3%-21,6%-6,1%)
Legge Fornero			78,8%			64,8% (82,8%-13,5%-3,7%)
Università			98,5%			69,6% (80%-14,5%-5,5%)
Gay			100%			67,4% (87,1%-9,7%-3,2%)
Forze dell'ordine			66%			57,9% (71,9%-21,6%-6,5%)
Crocifisso			99,6%			81,8% (78,6%-13,4%-8%)
Rosario			89,3%			75% (77,8%-16%-6,2%)
Beata Vergine Maria	61,5%	5,4%	100%	9,2%	9,1%	64,3% (77,8%-11,1%-11,1%)
Cultura	66,8%	3,6%	97,2%	62,6%	98,5%	71,3% (78,2%-17,2%-4,5%)
Sud	65,6%	6,2%	55,4%	62,4%	97,2%	64% (81,8%-14,4%-4,3%)
Immigrazione	59,7%	8,3%	99,6%	69,8%	100%	57,4% (74,7%-19,8%-5,5%)

Flat tax	68,3%	3,5%	2,3%	39%	80,9%	63,3% (78%-16,3%-5,7%)
Quota 100	66,6%	4,7%	98,8%	68,1%	99,6%	61% (80,6%-13,7%-5,6%)

Tabella 9. Risultati dell'analisi linguistica relativi ai tweet estratti dall'account @matteosalvinimi (5 marzo 2018- 31 agosto 2019)

Passando invece all'account @luigidimaio, le differenze per quanto riguarda le percentuali di leggibilità sono evidenti, conseguenzialmente all'atteggiamento adottato dall'account nella realizzazione dei tweet, i quali appariranno tronchi e non conclusi nella fase precedente alla vittoria elettorale, per poi presentarsi completi e ben formati nella fase successiva. Differente è la situazione per quanto riguarda l'aspetto sintattico e della costruzione della frase, infatti anche in questo caso la maggior parte dei tweet è caratterizzata principalmente da elementi coordinanti che, in alcuni casi, non lasciano il minimo spazio alle subordinate, così come si può notare per quanto riguarda la parola *innovazione*, che registra una percentuale massima del 100%, costruiti ricorrendo prevalentemente a sostantivi, seguiti da verbi, nomi propri, aggettivi e congiunzioni.

ACCOUNT @luigidimaio: PAROLA FILTRATA	INDICE GULPEASE	READ-IT BASE	READ-IT LESSICALE	READ-IT SINTATTICO	READ-IT GLOBALE	VDB (FO-AU-AD)
Aziende			99,7%			81% (86,3%-9,8%-3,9%)
Ambiente			100%			75% (75%-12,5%-12,5%)
Cambiamento			13,4%			68,8% (83,8%-10%-6,2%)
Corruzione			95,9%			65,6% (85,7%-9,5%-4,8%)
Cultura			99,5%			79,3% (87%-4,3%-8,7%)
Innovazione			100%			65% (76,9%-15,4%-7,7%)
Pensione			100%			66,7% (65%-30%-5%)
Giustizia			96,9%			73,8% (83,9%-12,9%-3,2%)
Europa			87,8%			78,3% (80,6%-8,3%-11,1%)
Vitalizi			100%			69,9% (87,7%-9,2%-3,1%)
Tagli or poltrone	64,7%	4,8%	100%	30,5%	98%	74,3% (78,8%-15,4%-5,8%)
Lavoro	61,2%	11,7%	96,9%	60,5%	78,3%	69,7% (81%-15,1%-3,9%)

Governo	61%	8,7%	17,9%	50%	81%	69,2% (81,1%-13,8%-5,1%)
Movimento 5 Stelle	63,4%	7,8%	0,1%	76,4%	5,7%	75% (82,9%-12%-5,1%)
Politica	63,6%	6,1%	99,2%	26,6%	58,3%	82,3% (78,5%-16,5%-5%)
Riforma	57,6%	9,5%	100%	11,6%	14,1%	82,4% (82,1%-10,7%-7,1%)
Reddito di cittadinanza	64,8%	4,8%	55%	40,2%	86%	77,4% (78,1%-15,6%-6,2%)
Manovra	68,8%	3,6%	25,9%	25,1%	72%	71,1% (80,2%-15,6%-4,2%)
Italiani	63,2%	6,5%	62,8%	22,1%	47,2%	78,1% (82,5%-15,3%-2,1%)
Lotta	60%	17,4%	96,2%	4,6%	65,3%	73,3% (80,5%-15,6%-3,9%)
Sicurezza	59,8%	14,7%	31,8%	40,1%	19,3%	75% (83,3%-11,7%-5%)
Lavoratori	60,4%	10,6%	99,1%	19,3%	39,2%	80,5% (79,4%-17,8%-2,8%)
PD	74,1%	2,4%	100%	7,6%	12,9%	74% (83,8%-13,5%-2,7%)
Parlamento	62,8%	2,2%	73,7%	25,6%	72,1%	71,4% (80%-16,4%-3,6%)
Elezioni	54%	8,7%	86,1%	22,6%	94,3%	61,1% (84,1%-9,1%-6,8%)
Famiglia	67,5%	7,5%	45%	77%	41,6%	78,8% (84,1%-9%-6,9%)

Tabella 10. Risultati dell'analisi linguistica relativi ai tweet estratti dall'account @luigidimaio (5 marzo 2018- 31 agosto 2019)

7. Conclusioni

Dopo aver esposto i risultati ottenuti, è utile offrire un quadro sintetico e lineare delle caratteristiche e dei relativi cambiamenti riscontrati nel corso degli anni procedendo per gradi e presentando, inizialmente, un parallelismo tra il *corpus* di tweet estratti dal profilo di Matteo Salvini e il *corpus* di tweet estratti dal profilo di Luigi Di Maio, per poi metterli a confronto con i risultati ottenuti dall'analisi linguistica effettuata sul testo della Costituzione e sui temi scolastici; in aggiunta, i vari risultati saranno confrontati con i dati ISTAT⁷ relativi al livello di alfabetizzazione della popolazione italiana, volti a constatare realmente a quanta e a quale parte di questa risultano essere effettivamente comprensibili e a quale parte non lo sono.

⁷ Consultabile al seguente indirizzo: <<https://www.istat.it/>> (06/2020).

Per quanto riguarda l'indice di leggibilità, nella fase pre elettorale l'account @matteosalvinimi raggiunge risultati maggiori rispetto ai risultati registrati dall'account @luigidimaio, avendo come percentuale minima il 60,7%, unito a una minore difficoltà anche per quanto riguarda il profilo di base e il profilo lessicale. Situazione differente si presenta per il periodo successivo alla vittoria elettorale, nel quale il più alto indice di leggibilità è riferito all'account @luigidimaio, con un minimo di 54% e con percentuali ridotte di difficoltà per i profili di base, lessicale, sintattico e globale.

Dal confronto con l'indice di leggibilità ottenuto dai primi ventotto articoli del testo costituzionale (pari a 49,7%) emerge che i risultati di leggibilità dei tweet sono decisamente superiori rispetto ai risultati ottenuti dall'analisi della Costituzione, fatta eccezione per un'esigua parte del *corpus* di tweet estratti dall'account @luigidimaio nella fase precedente alla vittoria elettorale per la quale si registrano valori minimi pari al 45,4%. Una situazione analoga si ritrova anche nei temi scolastici sottoposti all'analisi linguistica per i quali l'indice di leggibilità Gulpease registra valori tendenzialmente affini e in molti casi inferiori rispetto ai risultati riscontrati dall'analisi dei *corpora*.

Per poter ottenere una risposta circa l'effettiva comprensibilità dei tweet da parte della popolazione italiana, si tiene conto dell'edizione de *L'Italia in cifre*⁸ riferita all'anno 2016 e relativa alla popolazione compresa tra i 24 e i 64 anni. La popolazione italiana maschile che ha frequentato esclusivamente la scuola primaria è pari al 6,3%, mentre la popolazione di sesso femminile è pari all'8,2%; il 36% della popolazione maschile è in possesso anche della licenza media contro il 30,5% delle donne; per quanto concerne i livelli di studio superiore, l'Istat suddivide in base agli anni di frequenza che possono variare da due/tre e quattro/cinque: il 6,8% degli studenti ha un diploma di due/tre anni, mentre il 35,6% ha completato il percorso di studi superiore; situazione simile per le studentesse: il 6,6% ha acquisito un diploma parziale, mentre il 34,9% ha terminato il percorso di studi; infine il 15,3% della popolazione maschile è in possesso di un attestato di laurea contro al 19,8% della popolazione femminile.

Partendo da questi dati e osservando che gli indici di leggibilità dei tweet analizzati nel periodo che va dal 1° gennaio 2015 al 4 marzo 2018, oscillano, per quanto riguarda l'account @matteosalvinimi, tra un minimo di 60,7% e un massimo del 100%; per quanto concerne @luigidimaio tra il 45,4% e il 70% e considerando che l'indice Gulpease di muove su una scala di valori che va da 0 a 100 in base al grado di istruzione della popolazione, i tweet a cura di Matteo Salvini, risultano essere comprensibili dall'intera popolazione, con leggere problematicità per il 14,5% della popolazione maschile e femminile in possesso della sola licenza elementare; i tweet scritti da Luigi Di Maio, risultano, invece, complessi per la popolazione in possesso della licenza elementare e media e facilmente comprensibili all'83,9% dei diplomati (a cui è necessario aggiungere anche il 35,1% dei laureati).

Situazione analoga per quanto riguarda il periodo successivo alla vittoria elettorale, nonché dal 5 marzo 2018 al 31 agosto 2019, per il quale le percentuali ricavate oscillano tra il 53,4% e il 74,3% per quanto riguarda il profilo di Matteo Salvini tra il 54% e l'80,5% per quanto concerne il profilo di Luigi Di Maio. In questo caso i dati ricavati sono leggermente più bassi dei precedenti, senza mai raggiungere il valore ottimale del 100% come riscontrato nell'analisi precedente nel profilo di Matteo Salvini e, dunque, appariranno in misura maggiore più complesse al lettore con una licenza elementare e media, mentre a differenza del periodo precedente una buona parte dei tweet realizzati da @luigidimaio risulterà comprensibile alla maggior parte della popolazione.

⁸ <<https://www.istat.it/it/archivio/italia+in+cifre>> (06/2020).

Appare evidente, dunque, che emergono differenze tra i due periodi analizzati ed è possibile affermare che, se l'account @matteosalvinimi registra un calo nella leggibilità nel corso del tempo, l'account @luigidimaio registra, al contrario, un aumento della leggibilità nei suoi tweet (fatto decisamente connesso con la tendenza a creare tweet tronchi, il cui contenuto integrale era rinviato ad altri social network, nel biennio 2015/ 2017 che comportava l'aumento della difficoltà dei vari sotto profili e la conseguente diminuzione dell'indice di leggibilità Gulpease). A ciò si aggiunge il fatto che entrambi presentano un aumento della percentuale del lessico appartenente al vocabolario di base, con cifre che ammontano a circa il 10% in più rispetto al periodo precedente.

Le dinamiche relative all'utilizzo di Twitter come mezzo di propaganda e sulle modifiche apportate alla comunicazione politica non possono essere sottovalutate e, per di più, è fondamentale trattarle nel caso specifico poiché ne sono un manifesto anche i tweet raccolti all'interno dei *corpora*.

La comunicazione che avviene sul portale, così come è strutturata, assume le sembianze di un dialogo sempre aperto, creando relazioni tra una comunità di utenti che può ampliarsi a dismisura, diffondendosi anche su altri social network e generando una vasta rete sociale, volta a creare un effetto- valanga al quale tutti gli utenti possono accedere. Così, l'elemento innovativo e determinante di questo irreversibile cambiamento comunicativo e relazionale, risiede proprio nell'entrata in scena del singolo utente ed elettore, al quale viene posta la possibilità di poter esprimere la propria opinione commentando o delineando i punti deboli delle proposte avanzate e partecipando in modo attivo al dibattito politico. Tale possibilità, se confrontata con i mezzi di comunicazione tradizionali, si presenta come una vera e propria svolta ma, nonostante sia fondamentale l'opportunità dialogica e interattiva posta proprio alla base del portale, non viene sfruttata dalla classe politica dirigente italiana e internazionale. Quest'ultima in modo del tutto illusorio finge di abbattere la distanza tra eletto ed elettore, aprendo le porte della propria intimità, capovolgendo il tradizionale rapporto tra scena e retroscena, anticipando le decisioni prese e privandosi dell'intermediazione dei giornalisti. In questo modo al cittadino viene offerta l'immagine di un politico puro, trasparente, umano ma tale rappresentazione di trasparenza non è che la conferma della caratteristica di base della comunicazione politica sul web: l'autopromozione (Bentivenga 2015). Così, di fronte alle esplicite richieste di comunicazione reciproca da parte della popolazione, molti politici ricorrono al modello broadcast piuttosto che al modello conversazionale, privilegiando, quindi una pseudo conversazione *uno-a-molti*, di carattere monologico e perdendo la preziosa opportunità offerta da tale portale nel creare una finestra dialogica con il proprio pubblico (Cosenza 2013).

Ovviamente, come già anticipato e in modo del tutto esplicito all'interno del lavoro, le trasformazioni più vistose hanno riguardato l'aspetto linguistico. Dopo aver esposto i dati ricavati dall'analisi linguistica, è evidente quanto i *corpora* in esame siano un vero e proprio manifesto del cosiddetto "paradigma del rispecchiamento", etichetta utilizzata per far riferimento a costrutti espressivi immediatamente comprensibili e registri informali in grado di attivare nei destinatari potenti ed efficaci sistemi di rispecchiamento, utili anche per la crescita del consenso e volti a canalizzare il disagio e indirizzare la protesta, tipici della comunicazione linguistica della Seconda Repubblica (Boldrin 2016). Ne consegue che nell'estrarre e nel leggere, per poi evidenziare i tweet più significativi, ci si imbatte in una lingua assolutamente lontana da quella adoperata nel passato, una lingua con tratti popolari, molto superficiale e disadorna, fondata su un livello stilistico medio- basso, un periodare semplificato, costituito da frasi stringate, colorite da un lessico spesso volgare ed elementare, totalmente distante dal vecchio *politichese*, inteso come ciò che attrae perché vago e avvolto nella nebbia e che caratterizzava, invece, il periodo della Prima

Repubblica (Antonelli 2000). Subendo trasformazioni a partire dal filtro televisivo, ad oggi, la causa principale all'interno della comunicazione politica dell'utilizzo di una lingua stringata ed epigrafica può essere proprio l'avvento dei social network e in particolare la diffusione di Twitter. L'obbligo, a cui sono sottoposti gli utenti, di racchiudere in 140 caratteri un pensiero è, a discapito di quanto potremmo istintivamente affermare, un'operazione complessa poiché necessita di selezionare il materiale a disposizione in modo economico e razionale, in modo tale da raggiungere incisivamente l'interlocutore. La brevità, vincolo e veicolo dei messaggi inoltrati tramite Twitter porta ad escludere tutto ciò che di superfluo è presente all'interno di un messaggio, ricorrendo quanto più a costruzioni paratattiche e a riferimenti concreti (servendosi di deittici e avverbi temporali), eliminando continue ripetizioni e prediligendo parole di classe aperta piuttosto che parole di classe chiusa, le quali saranno prevalentemente dotate di una forte densità lessicale, mettendo da parte l'oratoria e la retorica tipica della politica di un tempo (Spina 2012).

Le modifiche linguistiche rese obbligatorie anche da un portale come Twitter sono state, però, accompagnate dal cambiamento che ha investito la classe politica dirigente italiana. Con il passare degli anni e in seguito a modifiche apportate al mondo politico, i rappresentanti di quest'ultimo hanno via via perso l'alone di autorevolezza che li caratterizzava, conquistato anche grazie ai continui richiami alla loro cultura umanistico-giuridica che contribuiva a dotarli di prestigio agli occhi dell'elettorato. All'ormai superato rischio dell'autoreferenzialità distintiva di un periodo storico a noi lontano, si sostituisce il rischio di appiattimento e di omologazione della sfera politica. La lingua della politica attuale è, per molti versi, specchio della dilaniante crisi politica che ci circonda, frutto inevitabile del continuo cambiamento della classe dirigente che ci governa e che ritrova il suo punto di forza proprio nel trasmettere un messaggio ricorrendo alla lingua adoperata dal comune cittadino (Cortelazzo 2016).

Riferimenti bibliografici

- Antonelli, Giuseppe. 2000. "Sull'italiano dei politici nella seconda Repubblica." In *L'italiano oltre frontiera*, ed. by Serge Vanvolsem, Dieter Vermandere, Franco Musarra (a cura di), *L'italiano oltre frontiera, Atti del V Convegno internazionale del Centro di Studi Italiani* (Leuven, 22-25 aprile 1998), 211-234. Firenze-Leuven: Franco Cesati Editore-Leuven University Press.
- Bentivenga, Sara. 2015. *A colpi di tweet. La politica in prima persona*. Bologna: Il Mulino.
- Boldrin, Anita. 2016. "Il discorso politico della sinistra nell'Italia contemporanea: la carta di intenti del partito democratico." In *L'italiano della politica e la politica per l'italiano: atti di XI convegno ASLI, Associazione per la Storia della Lingua Italiana Napoli, 20-22 novembre 2014*, a cura di Rita Librandi e Rosa Piro, 833-841. Firenze: Cesati.
- Corrige.it. "Indice Gulplease." <<http://www.corrige.it/leggibilita/lindice-gulplease/>> (06/2020).
- Cortelazzo, Michele. 2016. "Dai gesuiti a Twitter, così cambia il discorso dei nostri politici." <https://www.repubblica.it/cultura/2016/10/27/news/michele_cortelazzo_dai_gesuiti_a_twitter_cosi_cambia_il_discorso_dei_nostri_politici_-150707256/> (06/2020).
- Cosenza, Giovanna. 2013. "I politici italiani su Twitter, fra esagerazioni, pasticci e qualche buon risultato." In *Comunicazione politica*, 3, dicembre, 299-317. Bologna: Il Mulino.
- De Mauro, Tullio. 2005. *La fabbrica delle parole: il lessico e problemi di lessicologia*. Torino: UTET.
- Dynamics of language. DyLan TextTools v2.1.9*. <http://www.ilc.cnr.it/dylanlab/apps/texttools/?tt_user=guest> (06/2020).
- Il fatto quotidiano*. 2018. "Governo M5s-Lega, il contratto di governo: la versione definitiva del testo." <<https://www.ilfattoquotidiano.it/2018/05/18/governo-m5s-lega-il-contratto-di-governo-versione-definitiva-del-testo/4364587/>> (06/2020).
- Istituto Nazionale di Statistica. "Italia in cifre." <<https://www.istat.it/it/archivio/italia+in+cifre>> (06/2020).
- Spina, Stefania. 2012. *Open politico. Il discorso dei politici italiani nell'era di Twitter*. Milano: Franco Angeli.