

The Campaign «80 Millionen gemeinsam für Energiewechsel» of the Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz: Communication between Institution and Citizen about German Energy Transition

Luigia Tessitore

(Università di Napoli L'Orientale)

The paper focuses on the analysis of the campaign «80 Millionen gemeinsam für Energiewechsel», launched by the German Ministry of Economy and Climate Protection in 2022. The campaign is part of a broader environmental policy named *Energiewende*, i.e. ‘energetic transition’, which was introduced in 2011 to promote renewable energetic sources instead of the traditional ones. As was the case with the *Energiewende*, the narrative supported by the ministry regarding the *Energiewechsel* focuses on concepts such as a sense of community, collective participation and cooperation of the various social actors as key elements for the success of the reforms. The aim of the essay is to investigate the frames used in the campaign. As shown through the analysis of the press releases and textual sections of the campaign website, the most recurring metaphors refer to the conceptual domains of economics (consumption savings) and politics (independence from Russian energy supplies), which clash with ecology and sustainability.

Il contributo propone un’analisi della campagna «80 Millionen gemeinsam für Energiewechsel», lanciata nel 2022 dal Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz. La campagna fa parte della più ampia politica di *Energiewende*, ‘svolta energetica’, introdotta nel 2011 con l’obiettivo di favorire la transizione dalle fonti energetiche tradizionali a quelle rinnovabili. Come accaduto con la *Energiewende*, la narrazione sostenuta dal ministero in relazione all’iniziativa di *Energiewechsel* si focalizza su concetti quali il senso di comunità, la partecipazione collettiva e la cooperazione dei vari attori sociali come elementi chiave per il successo delle riforme. L’obiettivo del saggio è quello di indagare i frames utilizzati nella campagna. Come emerge dall’analisi dei comunicati stampa e delle sezioni testuali del sito web della campagna, le metafore più ricorrenti fanno riferimento ai domini concettuali dell’economia (risparmio sui consumi) e della politica (indipendenza dalle forniture energetiche russe), che si scontrano con l’ecologia e la sostenibilità.

KEYWORDS: frames analysis; German energy policy; energy transition; conceptual metaphors, political communication

Luigia Tessitore, *La campagna «80 Millionen gemeinsam für Energiewechsel del Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz»: comunicazione tra istituzione e cittadino per la svolta energetica*, in «Studi Germanici – I quaderni dell’AIG», 6 (2023-2024), pp. 47-66

ISSN: 0039-2952



Open Access



La campagna «80 Millionen gemeinsam für Energiewechsel» del Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz: comunicazione tra istituzione e cittadino per la svolta energetica

Luigia Tessitore

(Università di Napoli L'Orientale)

1. INTRODUZIONE

La crisi climatica globale ha imposto ai governi di tutto il mondo un ripensamento delle proprie politiche ambientali nel segno di una più consapevole sostenibilità. Particolarmente cruciale, in questo contesto, è l'impatto del settore energetico, tra i principali responsabili del cambiamento climatico. Non stupisce, dunque, che tra i primi obiettivi dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile figurino proprio «l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni»¹. In tale direzione si è mosso il governo tedesco fin dal 2011, all'indomani del disastro nucleare di Fukushima, promuovendo un massiccio programma di riforme volto ad attuare, nell'arco di un decennio, il progressivo abbandono del nucleare e dei combustibili fossili in favore delle fonti energetiche rinnovabili.

La realizzazione di questo programma richiede un impegno collettivo, come sottolineato già nel documento della commissione etica che punta proprio sul concetto di *Gemeinschaft*, inteso come «das Zusammensein, -leben in gegenseitiger Verbundenheit»². Non è casuale, quindi, che la transizione energetica sia annunciata come un *Gemeinschaftswerk für die Zukunft*:

Die zukünftige, sichere Energieversorgung Deutschlands erfordert von der Gesellschaft, der Wirtschaft und der Politik ein gemeinschaftliches Handeln mit inhaltlich, finanziell und zeitlich weitreichenden Konsequenzen. Die Energiewende muss als Gemeinschaftswerk für die Zukunft so gestaltet werden, dass Energie sicher, umwelt- und sozialverträglich und zu wettbewerbsfähigen Preisen bereitgestellt wird³.

1 Cfr. <<https://unric.org/it/agenda-2030/>> (ultimo accesso: 20 settembre 2023).

2 Cfr. <<https://www.duden.de/rechtschreibung/Gemeinschaft>> (ultimo accesso: 20 settembre 2023).

3 Cfr. Abschlussbericht der Ethik-Kommission für Sichere Energieversorgung

Un analogo approccio caratterizza la campagna sull'energia promossa nel 2022 dal Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) nella cornice della *Energiewende*. Con lo slogan «80 Millionen gemeinsam für Energiewechsel», l'iniziativa di sensibilizzazione del BMWK si rivolge trasversalmente ai cittadini e alle imprese, incoraggiando al risparmio energetico e all'uso delle fonti rinnovabili.

L'*Energiewechsel* viene presentato dunque come uno sforzo della collettività, come dimostrano i ripetuti richiami al senso di comunità e alla partecipazione evocati nei comunicati stampa della campagna: «Nur *zusammen* schaffen wir den Energiewechsel – einen schnellen Wechsel von fossilen Energieträgern hin zu den Erneuerbaren. '80 Millionen gemeinsam für Energiewechsel' ist daher unser Aufruf, *mitzumachen* und Energie zu sparen»⁴.

È interessante notare, tuttavia, che le metafore utilizzate rimandano a domini concettuali relativi all'economia (risparmio sui consumi) e alla politica (indipendenza dalle forniture energetiche russe) che stridono con l'ecologia o la sostenibilità ambientale. Le politiche ambientali invocherebbero, dunque, uno sforzo comunitario per perseguire fini utilitaristici.

Per verificare tale ipotesi dal punto di vista linguistico si contestualizza la campagna «80 Millionen gemeinsam für Energiewechsel» all'interno della più ampia linea politica di *Energiewende*. Viene illustrato, poi, il quadro teorico-metodologico necessario all'analisi delle metafore ricorrenti nella campagna. I dati vengono infine esaminati proponendo un'interpretazione linguistica del tema.

2. LA POLITICA DI *ENERGIEWECHSEL* IN GERMANIA: ORIGINI E OBIETTIVI

La transizione energetica inaugurata dalla Germania nel 2011 è il risultato di un percorso politico decennale, ispirato al pensiero del fisico statunitense Amory Lovins (1977)⁵, il quale afferma che la chiave per un futuro sostenibile è un radicale cambiamento nelle modalità di produzione e approvvigionamento dell'energia. Tale cambiamento è attuabile

Deutschlands Energiewende – Ein Gemeinschaftswerk für die Zukunft, 30. Mai 2011, p. 20. Il documento è consultabile al link: <<https://www.bundesregierung.de/resource/blob/2065474/394384/518484484f75214eb933bcdf8fdb1434/2011-07-28-abschlussbericht-ethikkommission-data.pdf?download=1>> (ultimo accesso: 20 settembre 2023).

⁴ Pressemitteilung BMWK, *Breites Bündnis ruft zum Energiesparen auf*, 10. Juni 2022, <<https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Pressemitteilungen/2022/06/20220610-breites-buendnis-ruft-zum-energiesparen-auf.html>> (ultimo accesso: 20 settembre 2023). Il corsivo è mio.

⁵ Amory Lovins, *Soft energy paths: toward a durable peace*, HarperCollins, San Francisco 1977.

verificare edizione, anno e luogo di edizione: quella del 1977 sembrerebbe essere un'edizione Penguin Books

scegliendo l'alternativa 'soft/debole' alle fonti energetiche tradizionali quali carbone ed energia nucleare («hard energy paths»⁶), ovvero ricorrendo a risorse come vento, sole e acqua che, rispetto alle precedenti, hanno il vantaggio di essere rinnovabili, decentralizzate, economiche⁷.

Le tesi di Lovins hanno nutrito il pensiero del movimento ambientalista tedesco, impegnato da decenni in campagne a favore dello smantellamento nucleare e della decarbonizzazione. Primi segnali concreti in questa direzione sono rappresentati dall'emanazione di una serie di leggi volte a favorire la produzione di energia ricavata da fonti rinnovabili⁸.

Nel settembre 2010 il governo federale approva il cosiddetto *Energiekonzept*, un piano che delinea la politica energetica tedesca fino al 2050 e stabilisce specifiche misure per l'incremento delle fonti energetiche rinnovabili, delle reti elettriche e dell'efficienza energetica⁹. L'incidente nella centrale nucleare di Fukushima, sei mesi dopo l'approvazione delle riforme dell'*Energiekonzept*, provoca un'inversione di rotta rispetto all'energia nucleare, ancora contemplata nel piano nazionale di approvvigionamento energetico. Anche a fronte delle crescenti proteste dei movimenti ecologisti, il governo decide di ridurre drasticamente il ruolo del nucleare, procedendo all'immediata chiusura di diverse centrali e pianificando la sospensione entro il 2022 delle restanti attive sul territorio tedesco¹⁰.

Il successivo piano di riforme approvate nell'agosto 2011 può essere considerato l'atto di nascita ufficiale della svolta energetica tedesca¹¹. L'*Energiewende* si annuncia come un progetto di vasta portata, come ribadito dallo stesso Bundesministerium für Wirtschaft

6 Cfr., *ivi*, p. 26.

7 Cfr., *ivi*, p. 148.

8 Ci riferiamo, in particolare, allo *Stromeinspeisungsgesetz* (dicembre 1990), precursore dell'*Erneuerbare-Energien-Gesetz*, in vigore dal 2000. Per ulteriori approfondimenti si rimanda al portale sulle energie rinnovabili in cui sono raccolti i testi integrali delle leggi sopracitate: <<https://www.erneuerbare-energien.de/>> (ultimo accesso: 20 settembre 2023).

9 Il piano, elaborato dal Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, prende il nome di *Energiekonzept für eine Umwelt schonende, zuverlässige und bezahlbare Energieversorgung*, <<https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Downloads/E/energiekonzept-2010.html>> (ultimo accesso: 20 settembre 2023).

10 Per approfondire i contenuti dell'*Atomgesetz* si rimanda al testo integrale: <<https://www.gesetze-im-internet.de/atg/index.html>> (ultimo accesso: 20 settembre 2023).

11 Oltre a dismettere le centrali nucleari, il programma si prefigge di sostituire le fonti energetiche fossili con quelle rinnovabili che, secondo le stime, dovrebbero raggiungere l'80% della produzione nazionale di energia entro il 2050. Per realizzare questo ambizioso obiettivo, il piano di riforme prevede anche un sostanziale ripensamento del sistema energetico nel segno di una maggiore decentralizzazione della produzione e delle infrastrutture, con effetti sulla distribuzione e stoccaggio dell'energia.

und Klimaschutz, secondo cui: «Die Energiewende ist ein Transformationsprojekt, das mehr ist als technologische und wirtschaftliche Innovation. Sie bedeutet einen grundlegenden Umbau, nicht nur in der Energieerzeugung, sondern auch in den Städten und im Verkehr, in der Industrie und in den Haushalten»¹².

La scelta lessicale di *Transformation* appare, in tal senso, rivelatrice. La parola, infatti, è da intendersi come un rimodellamento, un cambiamento della struttura di un sistema esistente¹³. L'*Energiewende* intende, dunque, operare una trasformazione nella società tedesca con effetti a lungo termine non soltanto su istituzioni e infrastrutture, ma anche sullo stile di vita dei singoli cittadini. Come fanno notare Kamlage, Engler e Sponheuer, la transizione energetica tedesca – a differenza di altri cambiamenti avvenuti in modo più spontaneo – testimonia «[einen] Anspruch der umfassenden und rationalen Gestaltbarkeit der komplexen Lebens- und Umweltverhältnisse»¹⁴.

Nonostante fosse partito sotto i migliori auspici, il programma di riforme non sembra aver raggiunto i risultati attesi. Il *Klimaschutzbericht 2022*, approntato annualmente dal BMWK, riferisce che nel 2021 le emissioni di gas serra sono invece aumentate di circa il 4,5% rispetto all'anno precedente, che aveva registrato un calo dovuto alla pandemia da Coronavirus¹⁵. Un ruolo cruciale nell'aumento delle emissioni è svolto proprio dal settore energetico, dall'industria ai trasporti ai sistemi di riscaldamento, confermando così un persistente ricorso a fonti energetiche derivanti dal carbone. Questo dato è avvalorato, d'altronde, da una crescita limitata delle energie rinnovabili, la cui percentuale si assesta al di sotto delle prospettive iniziali, raggiungendo il 19,7% della produzione energetica del Paese¹⁶.

12 Cfr. <<https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Artikel/Energie/internationale-energiepolitik-1.html>> (ultimo accesso: 20 settembre 2023).

13 Il «Digitales Wörterbuch der Deutschen Sprache» fornisce come definizione di 'Transformation': «das Umwandeln, Umgestalten (in einen anderen Zustand), Umstrukturierung eines bestehenden Systems» [inscriré link](#).

14 Jan-Hendrik Kamlage – Steven Engler – Sebastian Sponheuer, *Zielkonflikte und Spannungsverhältnisse in der Energiewende aus sozial- und kulturwissenschaftlicher Perspektive*, in *Dezentral, partizipativ und kommunikativ – Zukunft der Energiewende*, hrsg. v. Jan-Hendrik Kamlage – Steven Engler, Verlag Traugott Bautz GmbH, Nordhausen 2019, pp. 11-31: 12.

15 Il testo integrale del rapporto sull'energia è consultabile online, <<https://www.bundesregierung.de/breg-de/schwerpunkte/klimaschutz/klimaschutzbericht-2022-2130484>> (ultimo accesso: 20 settembre 2023).

16 Cfr. *Klimaschutzbericht 2022*, <<https://www.bundesregierung.de/breg-de/schwerpunkte/klimaschutz/klimaschutzbericht-2022-2130484>><https://www.bundesregierung.de/bregde/schwerpunkte/klimaschutz/klimaschutzbericht-2022-2130484>> (ultimo accesso: 20 settembre 2023).

Le motivazioni dietro all'evidente rallentamento della transizione energetica sono svariate: da un lato, i costi elevati connessi alla trasformazione delle infrastrutture energetiche e alla costruzione degli impianti per le fonti rinnovabili, dall'altro il calo dei consensi da parte dei cittadini rispetto alla manovra. Per quanto l'*Energiewende* sia stata accolta positivamente al suo esordio, la sua attuazione – con l'espansione delle reti elettriche, la costruzione di centrali eoliche, il progressivo smantellamento delle centrali nucleari – ha suscitato crescenti resistenze nella popolazione. Ad alimentare le numerose proteste, soprattutto a livello locale, è stato anche il senso di crescente sfiducia verso i diversi attori politici (governo federale, governi regionali e autorità comunali), accusati di una comunicazione contraddittoria e poco trasparente. I cittadini, infatti, lamentano non soltanto di essere stati abbandonati dalle istituzioni nell'affrontare gli inevitabili cambiamenti dell'ambiente circostante, ma anche di dover fare i conti con i danni collaterali della transizione: inquinamento ambientale ed acustico, deturpamento del paesaggio, rischi ambientali connessi al nucleare¹⁷.

La recente campagna del BMWK «80 Millionen gemeinsam für Energiewechsel» si muove proprio nel segno di un maggiore coinvolgimento della comunità dei cittadini. Come si vedrà più avanti con l'analisi, la comunicazione del Ministero si configura come un appello diretto all'intera popolazione tedesca, nel tentativo di instaurare un dialogo aperto con i cittadini e ottenere, nel contempo, una collaborazione fattiva per la riuscita dell'ambizioso progetto di svolta energetica.

3. *FRAMES* E METAFORE NELLA COMUNICAZIONE POLITICA

Le scienze cognitive hanno dimostrato come il pensiero umano è strutturato in 'cornici mentali', o *frames*¹⁸, che condizionano il modo di

17 Kamlage – Engler – Sponheuer, *Zielkonflikte und Spannungsverhältnisse in der Energiewende aus sozial- und kulturwissenschaftlicher Perspektive*, cit., pp. 16-17.

18 Non è possibile, per ragioni di spazio, ricostruire in modo esaustivo l'articolata bibliografia sul tema, si rimanda pertanto a Marvin Minsky, *A Framework for Representing Knowledge*, in «Artificial Intelligence», Memo 306 (1974), MIT, Santa Monica, per lo studio dei *frames* nel campo dell'intelligenza artificiale; per un approccio sociologico si veda Erving Goffman, *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, Harvard University Press, Cambridge 1974; in semantica sono fondativi: Charles Fillmore, *Frame semantics*, in *Linguistics in the Morning Calm*, hrsg. v. The Linguistic Society of Korea, Hanshin Publishing Co, Seoul 1982, pp. 111-137 e Charles J. Fillmore – Collin F. Baker, *A frames approach to semantic analysis*, in *The Oxford Handbook of Linguistic Analysis*, hrsg. v. Bernd Heine – Heiko Narrog, Oxford University Press, Oxford 2010, pp. 791-816. Sull'argomento è bene ricordare gli studi di Carla Bazzanella, in particolare

pensare e di agire degli individui. Il termine *frame* trova un'applicazione piuttosto trasversale nei diversi campi del sapere: dall'intelligenza artificiale alla sociologia, fino alla semantica e all'analisi del discorso. Secondo la definizione di Fillmore e Baker, i *frames* sono schemi cognitivi con cui gli individui decodificano l'esperienza, ovvero:

organized packages of knowledge, beliefs, and patterns of practice that shape and allow humans to make sense of their experiences. Frames, in this sense, play an important role in how people perceive, remember, and reason about their experiences, how they form assumptions about the background and possible concomitants of those experiences, and even how one's own life experiences can or should be enacted¹⁹.

L'accesso ai *frames* è legato alla stessa natura degli esseri umani che, in quanto dotati di un corpo senziente, rispondono agli stimoli e ai bisogni biologici ed emotivi che da esso derivano. Wehling fa rientrare questo fenomeno nel campo della *embodied cognition*, per la quale «Wir begreifen Worte, indem unser Gehirn körperliche Vorgänge abrufft, die mit den Worten assoziiert sind»²⁰. D'altra parte, vi è senz'altro una componente culturale a supportare i processi di significazione. Gli individui, infatti, reagiscono più o meno consapevolmente alle istituzioni, ai simboli e ai valori delle comunità linguistiche e culturali cui appartengono e ciò incide sul riconoscimento e la decodifica dei

Il radicamento contestuale della metafora, in *Vie della metafora: linguistica, filosofia, psicologia*, a cura di Claudia Casadio, Editore Prime Vie, Sulmona 2008; così come quelli di Claudia Casadio, tra cui *Effetto framing. Come inquadrano il mondo con le metafore*, in «Paradigmi. Rivista di studi filosofici» (1) 2009, pp. 1-14. Per un'applicazione lessicografica della teoria dei *frames* si rimanda a Klaus-Peter Konearding, *Frames und lexikalisches Bedeutungswissen: Untersuchungen zur linguistischen Grundlegung einer Frametheorie und zu ihrer Anwendung in der Lexikographie*, Niemeyer, Tübingen 1993. Sul ruolo dei *frames* nella comunicazione politica si vedano, tra gli altri: George Lakoff, *Don't Think of an Elephant! Know Your Values and Frame the Debate. The Essential Guide for Progressives*, Chelsea Green Publishing Company, Vermont 2004; Benedetta Baldi, Leonardo M. Savoia, *Metafora e ideologia nel linguaggio politico*, in «Lingua italiana d'oggi», VI (2009), pp. 119-165; Domenica Bruni, *Il peso del framing narrativo nella costruzione del consenso politico*, in «Rivista Italiana di Filosofia del Linguaggio», 2016, pp. 4-16; George Lakoff – Elisabeth Wehling, *Auf leisen Sohlen ins Gehirn. Politische Sprache und ihre heimliche Macht*, Carl-Auer, Heidelberg 2016⁴; Elisabeth Wehling, *Politisches Framing. Wie eine Nation sich ihr Denken einredet – und daraus Politik macht*, Herbert von Halem, Magdeburg 2016; su *frames* ed ecologia: Richard J. Alexander, *Framing Discourse on the Environment. A Critical Discourse Approach*, Routledge, London 2009. Un contributo recente alla teoria dei *frames* secondo l'approccio dell'analisi critica del discorso è fornito dal numero speciale di «Discourse Studies», 25 (2023), 2.

19 Cfr. Fillmore – Baker, *A frames approach to semantic analysis*, cit., p. 792.

20 Wehling, *Politisches Framing*, cit., p. 18.

*frames*²¹. Ne deriva che, in mancanza di una conoscenza condivisa, certe unità lessicali possono innescare associazioni cognitive in alcuni parlanti ma non in altri²².

In realtà, il meccanismo che regola queste associazioni è automatico e spesso inconsapevole. George Lakoff ascrive i *frames* ad un «inconscio cognitivo», ovvero una sfera non sondabile con l'introspezione, ma percepibile attraverso gli effetti che i *frames* producono²³. In questo quadro è il linguaggio a fungere da 'spia' dei *frames* soggiacenti attivando specifici circuiti a livello neurale a loro volta connessi con le aree cerebrali delle emozioni. È per tale ragione che soprattutto nel discorso politico assume un ruolo cruciale la scelta delle parole con cui veicolare il messaggio. Come ci ricorda Lakoff, infatti, l'uso reiterato di determinate unità lessicali contribuisce a consolidare i corrispondenti *frames* nella mente degli ascoltatori, assicurandosi così il loro consenso:

Words themselves are not frames. But under the right conditions, words can be chosen to activate desired frames. This is what effective communicators do. In order to communicate a complex fact or a complex truth, one must choose one's words carefully to activate the right frames so that the truth can be understood. If the hearer has no such frames, then you have to choose your words carefully to build up those frames²⁴.

Una campagna politica di successo, dunque, dipende da un efficace processo di *framing* ovvero da come il messaggio viene strutturato affinché inneschi determinati *frames* nella mente dei suoi destinatari. Wehling ribadisce che in politica, come per ogni comunicazione fondata su un'ideologia, i *frames* operano sempre in modo selettivo, ovvero mettendo in luce alcuni aspetti a scapito di altri e rendendo, dunque, impossibile una rappresentazione oggettiva della realtà fattuale²⁵. Tuttavia, la conoscenza dei fatti, secondo la studiosa, non

21 Fillmore – Baker, *A frames approach to semantic analysis*, cit., p. 792.

22 Cfr. Alexander Ziem, *Frames of understanding in text and discourse*, John Benjamins, Amsterdam & Philadelphia 2014, p. 6. «The knowledge that language users connect with the form side of a linguistic expression is on the one hand conventionalized, but particularly because of this, it spans the language community and is diachronically variable».

23 George Lakoff, *Non pensare all'elefante! Come riprendersi il discorso politico*, Chiarelettere, Milano 2020, p. 15.

24 George Lakoff, *Why it matters how we frame the environment*, in *Environmental communication*, 4 (2010), 1, pp. 70-8: 73.

25 A tale proposito può essere interessante riportare l'interpretazione dello studioso di ecolinguistica Arran Stubbe che interpreta il frame in termini di 'narrazi-

rappresenta un fattore davvero dirimente nel processo decisionale dei cittadini, le cui scelte sono condizionate piuttosto dai *frames* in cui è articolato il messaggio politico. Se, come sottolinea ancora Lakoff, il consenso politico è una questione di identità e di valori²⁶, allora risulterà più efficace una comunicazione che fa leva su quei *frames* in sintonia con i valori dell'elettorato.

Ciò risulta possibile anche perché i *frames* si servono di metafore concettuali²⁷. La metafora, secondo la formulazione di Lakoff e Johnson, è un processo cognitivo che permette di ragionare su un dominio dell'esistenza, di norma astratto, adoperando un dominio differente, più concreto. Questi due domini sono definiti rispettivamente *target domain* e *source domain*. Attraverso le metafore, dunque, si esportano le strutture concettuali del dominio di partenza e le si trasferiscono a quello target, così da rendere 'pensabili' concetti altrimenti complessi. Un esempio pratico di tale processo (chiamato anche *mapping*²⁸) è la concettualizzazione delle età della vita in termini di fasi del giorno: nascita come alba, vecchiaia come crepuscolo, ecc...

Un ulteriore aspetto da tenere in considerazione ai fini dell'analisi è rappresentato dagli elementi strutturali dei *frames*. Riprendendo il concetto di ruoli semantici elaborato da Fillmore²⁹, Sullivan afferma che ogni *frame* attiva appunto dei ruoli, ovvero categorie generali legate a situazioni, eventi o relazioni evocate dal *frame* in questione³⁰. Ad esempio, la frase *Maria si vendicò del tradimento di suo marito*³¹ innesca il *frame* VENDETTA che a sua volta presuppone i seguenti ruoli: un VENDICATORE, un'OFFESA e un/una RESPONSABILE DELL'OFFESA. Ogni *frame*, in quanto cornice 'prototipica' di un evento o una situazione, designa un certo numero di ruoli che possono essere ulteriormente specificati a seconda dei contesti. Questo valore specifico assegnato ad un ruolo viene chiamato *filler*. Nell'esempio sopracitato, Maria, il tradimento e il marito sono *filler* rispettivamente del ruolo di VENDICATORE, OFFESA e RESPONSABILE DELL'OFFESA.

one': «a frame is a story about an area of life that is brought to mind by particular trigger words». Ne consegue che di tipo linguistico-narrativo è anche il processo con cui tale storia viene creata (*framing*) o riformulata (*reframing*). Cfr. Stibbe, *Ecolinguistics and the stories we live by*, cit., p. 45 e p. 48.

26 Lakoff, *Non pensare all'elefante*, cit., p. 38.

27 George Lakoff – Mark Johnson, *Metafore e vita quotidiana*, Bompiani, Milano 1998, p. 22.

28 Sullivan, *Frames and constructions in metaphoric language*, cit., p. 1.

29 Fillmore, *Frame semantics*, cit., p. 115.

30 Cfr. Sullivan, *Frames and constructions in metaphoric language*, cit., p. 18.

31 L'esempio è un libero adattamento dallo studio di Sullivan, cfr. *ibidem*.

Un ulteriore modello di interpretazione viene illustrato efficacemente da Ziem³², secondo il quale nei *frames* si riconoscono: gli *slots*³³, ovvero spazi concettuali ‘vuoti’ che vengono identificati tramite domande significative; i *fillers* che corrispondono a quelle unità di informazione che ‘riempiono’ gli *slots*; e infine i *default values* che rappresentano, invece, dei fillers prototipici che ci si aspetta di trovare in relazione a specifici *frames*³⁴.

Il quadro teorico-metodologico appena delineato ci orienta nell’analisi della campagna «80 Millionen gemeinsam für Energiewechsel» che viene svolta tenendo conto, in particolare, della rilevanza dei *frames* nella comunicazione del BMWK. Gli esempi oggetto di analisi sono selezionati dal repertorio testuale del sito web della campagna. Si tenterà, dunque, di individuare i *frames* ricorrenti e di enucleare gli elementi strutturali; laddove presenti, verranno analizzate le eventuali metafore concettuali adoperate.

4. LA CAMPAGNA «80 MILLIONEN GEMEINSAM FÜR ENERGIEWECHSEL»

La campagna del BMWK «80 Millionen gemeinsam für Energiewechsel» viene lanciata a giugno 2022 come naturale conseguenza del vertice sull’efficienza energetica tenutosi a Berlino un mese prima, alla presenza del ministro dell’economia Robert Habeck. Il blocco del gas russo conseguente alla guerra in Ucraina, infatti, rende di massima urgenza l’attuazione delle misure previste dall’*Energiewende*, come il risparmio energetico e l’incremento delle fonti rinnovabili per allontanarsi «dalla dipendenza e dal ricatto delle importazioni russe»³⁵.

Tra gli obiettivi della campagna figura l’esigenza di dare un’immagine omogenea e coerente della linea di governo e trovare nuovi consensi tra i cittadini, puntando sul valore dell’impegno collettivo e sul senso di comunità come chiave per il successo della transizione energetica.

32 Alexander Ziem, *Frame-Semantik und Diskursanalyse. Zur Verwandtschaft zweier Wissensanalysen*, Paper für die Konferenz *Diskursanalyse in Deutschland und Frankreich. Aktuelle Tendenzen in den Sozial- und Sprachwissenschaften*. 30. Juni-2. Juli, Université Val-de-Marne, Paris, pp. 1-11: 4. Sull’argomento si veda anche Alexander Ziem, *Frames of understanding in text and discourse*, John Benjamins, Amsterdam-Philadelphia 2014.

33 Il termine appare già nello studio di Minsky sui *frames* applicati all’intelligenza artificiale, cfr. Minsky, *A framework for representing knowledge*, cit., p. 2.

34 Lo studioso li definisce infatti «vorausgesetzte und prototypisch erwartbare Füllelemente der Slots». Cfr. Alexander Ziem, *Frame-Semantik und Diskursanalyse* cit., p. 4.

35 Pressemitteilung BMKW, *Breites Bündnis ruft zum Energiesparen auf*, 10. Juni 2022, <<https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Pressemitteilungen/2022/06/20220610-breites-buendnis-ruft-zum-energiesparen-auf.html>> (ultimo accesso: 20 settembre 2023).

L'iniziativa del BMKW si configura, infatti, come un appello diretto all'intera popolazione tedesca, chiamata a dare il proprio contributo all'impresa dell'indipendenza energetica. Considerata l'eterogeneità dei destinatari a cui si rivolge, la campagna offre una varietà di contenuti modulati a seconda del gruppo di arrivo (comuni, piccole e medie imprese, famiglie) e si avvale di numerosi canali di informazione: infografiche proiettate su schermi digitali presenti nelle aree di maggiore affluenza, spot informativi diffusi alla radio e online e, ovviamente, sito web e i social network.

La campagna «80 Millionen gemeinsam für Energiewechsel» ha un sito web dedicato³⁶. Dalla homepage del sito è possibile accedere a diverse sezioni che offrono approfondimenti degli aspetti salienti della campagna e indicazioni di risparmio energetico indirizzate ai singoli consumatori o, su più larga scala, alle aziende e ai comuni.

Completano il sito web diverse tipologie di contenuti multimediali, come i video *Team Energiewechsel*³⁷ che mostrano gli esempi virtuosi di cittadini e imprenditori che contribuiscono in modo efficace e creativo alla transizione energetica, o la serie di video esplicativi *Wie funktioniert's eigentlich...*³⁸ che fornisce consigli pratici per ottimizzare il consumo energetico nella vita quotidiana.

5. ANALISI DI ALCUNI FRAME PRESENTI NELLA CAMPAGNA

Il richiamo alla partecipazione collettiva rappresenta uno dei pilastri della comunicazione del BMWK, come si evince facilmente dal titolo della campagna per la promozione della nuova politica energetica.

- (1) 80 Millionen gemeinsam für Energiewechsel
- (2) Wenn sich alle Menschen in Deutschland beteiligen, wird das die Gemeinschaftsleistung, die wir brauchen. Gehen wir es zusammen an!

Il motto dell'esempio (1) attiva un *frame* che presenta la transizione energetica come obiettivo della comunità. Questo aspetto è rimarcato anche dall'uso della metafora, che adopera la cifra numerica per indicare l'interesse della popolazione tedesca. Questa struttura concettuale, da un lato, sottolinea la portata dell'iniziativa e, dall'altro, ribadisce che il successo del progetto è possibile solo grazie all'apporto dell'intera comunità civile. Un simile *framing* era stato adoperato anche

³⁶ Il sito è raggiungibile al link <<https://www.energiewechsel.de/>> (ultimo accesso: 13 gennaio 2025).

³⁷ [Inserire link.](#)

³⁸ [Inserire link.](#)

nel comunicato del Ministero per introdurre l'*Energiewende*, intitolato significativamente *Ein Gemeinschaftswerk für die Zukunft*. Anche in questo caso, il complesso sistema di riforme viene presentato attraverso un'efficace metafora di comunità. Parole come *gemeinsam* e *Gemeinschaft* richiamano a valori di comunanza, partecipazione e condivisione, profondamente radicati nella mente dei cittadini e connotati da un punto di vista emotivo.

L'aggettivo *gemeinsam* ricorre con una certa frequenza nella comunicazione della campagna. Usando lo strumento di ricerca per parole chiave, disponibile sul sito web della campagna, otteniamo 102 risultati nei diversi contenuti presenti. Le principali occorrenze si riscontrano nei titoli dei comunicati stampa, nelle sezioni testuali e nei poster promozionali della campagna, a ulteriore riprova di come il concetto costituisca il cardine della retorica del Ministero.

L'esempio (3) costituisce il testo di accompagnamento di un poster promozionale della campagna³⁹:

- (3) Es geht voran: Wir planen, bauen und schrauben gemeinsam für den Klimaschutz.

Più che sul consueto rimando alla collettività del gesto, ribadito anche dall'uso del pronome *wir*, è interessante soffermarsi sulla scelta dei verbi che suggeriscono il *frame* COSTRUZIONE. La sequenza verbale indica, infatti, una progressione dall'attività più astratta, la progettazione, a quelle più concrete di realizzazione 'meccanica'. Nel *frame* appena delineato si individuano i ruoli del COSTRUTTORE, realizzato dal filler *wir*, e dello scopo, specificato da *Klimaschutz*.

Non meno rilevante appare, in questo contesto, l'immagine scelta: due operai in elmetto sospesi a dei cavi che effettuano interventi di manutenzione a delle pale eoliche. La combinazione di testo e immagine rafforza, dunque, la metafora concettuale LA SVOLTA ENERGETICA È UN APPARECCHIO. Con tale metafora l'ambizioso, ma complesso progetto proposto dal BMWK, assume le fattezze di un oggetto d'uso che richiede azioni pratiche e alla portata di tutti.

39 Il poster, pubblicato il 12 luglio 2023, rientra nei contenuti della campagna che possono essere scaricati e condivisi sulle diverse applicazioni di social network. Per questo ed ulteriori motivi della campagna si rimanda al link: <<https://www.energiewechsel.de/KAENEF/Redaktion/DE/Dossier/ueber-die-kampagne-energiewechsel.html#motive>> (ultimo accesso: 20 settembre 2023).



1. Poster promozionale *Es geht voran*

Il concetto di difesa del clima è un altro motivo ricorrente nella campagna per la transizione energetica, come illustrano i seguenti esempi:

- (4) Nur so sichern wir langfristig unsere Energieversorgung und leisten einen Beitrag zum Klimaschutz – für uns und für zukünftige Generationen⁴⁰.
- (5) Wir wollen unabhängiger werden von fossiler Energie – für unsere Freiheit, unsere Sicherheit und den Klimaschutz⁴¹.
- (6) Mit dem Gesetz für Erneuerbares Heizen leitet Deutschland die Energiewende in Gebäudebereich ein, um den Klimaschutz zu stärken⁴².

La testa del composto *Klimaschutz* innesca il *frame* della DIFESA che presuppone l'esistenza di tre ruoli fondamentali: una minaccia, una

40 Cfr. <<https://www.energiewechsel.de/KAENEF/Redaktion/DE/Dossier/ueber-die-kampagne-energiewechsel.html>> (ultimo accesso: 20 settembre 2023).

41 Cfr. <<https://www.energiewechsel.de/KAENEF/Redaktion/DE/Dossier/Kampagne/dialog-energiewechsel-einleitung.html>> (ultimo accesso: 20 settembre 2023).

42 Cfr. <<https://www.energiewechsel.de/KAENEF/Redaktion/DE/Dossier/geg-gesetz-fuer-erneuerbares-heizen.html>> (ultimo accesso: 20 settembre 2023).

vittima e qualcuno a difesa della potenziale ‘vittima’. In *Klimaschutz*, quindi, il clima costituisce l’entità in pericolo e l’umanità svolge la funzione di ‘eroe’ preposto a salvarlo. Il ruolo della minaccia resta, invece, apparentemente ‘vuoto’, come a dire che esiste un pericolo che incombe sul clima globale, ma non si conoscono le cause che lo hanno determinato. Ciò determina una narrazione accomodante della crisi climatica che, di fatto, solleva gli esseri umani dalle responsabilità dell’emergenza e delle sue nefaste conseguenze, trasformandoli piuttosto negli unici possibili salvatori del clima. Al contrario, Wehling⁴³ propone una differente distribuzione dei ruoli nel *frame* attivato da *Klimaschutz*. Secondo la studiosa, infatti, il ruolo della minaccia dovrebbe essere ‘occupato’ simultaneamente dal clima e dall’umanità. Alla luce di questo *reframing*, il clima non è soltanto in pericolo ma costituisce esso stesso un pericolo per quell’umanità che, da parte sua, lo ha danneggiato.

Nell’esempio (5) emergono altri spunti rilevanti per l’analisi. In primo luogo, merita attenzione la scelta dell’aggettivo di grado comparativo *unabhängiger*, ‘più indipendente’. Nel «Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache» (DWDS), vengono riportate le seguenti definizioni dell’aggettivo *unabhängig*:

nicht abhängig

- a) von Staaten, Völkern: politisch, ökonomisch nicht von anderen unterdrückt oder abhängig, selbstständig
- b) nicht an jmdn., an etw. gebunden
- c) nicht bedingt⁴⁴

La prima accezione, in particolare, si applica meglio al contesto dell’esempio (5), in quanto riferisce l’aggettivo ad una condizione di autonomia e di mancanza di pressioni, soprattutto in ambito politico ed economico. Il *frame* INDIPENDENZA presuppone, quindi, la presenza di un vincolo o condizionamento e un’entità che si emancipa da esso. Tali ruoli sono lessicalizzati rispettivamente da *fossiler Energie*, ‘energia fossile’ e dal pronome *wir*, ‘noi’, che metaforicamente sta per l’intera Germania. Tuttavia, come ci ricorda Lakoff, la negazione di un *frame* contribuisce non solo ad attivarlo, ma anche a rafforzarlo nella mente di chi legge o ascolta⁴⁵. Nella frase (5), *Wir wollen unabhängiger werden von fossiler Energie – für unsere Freiheit, unsere Sicherheit und den Klimaschutz*, la volontà di emanciparsi dalle fonti energetiche tradizionali, in realtà pare sottolineare la soggiacente dipendenza da esse.

43 Cfr. Wehling, *Politisches Framing*, cit., pp. 161-162.

44 Inserire riferimento

45 Cfr. Lakoff, *Non pensare all’elefante*, cit. p. 15.

È interessante evidenziare, inoltre, gli obiettivi di questo processo di autonomia: libertà (*unsere Freiheit*) e sicurezza (*unsere Sicherheit*). In termini di *frames*, LIBERTÀ e INDIPENDENZA hanno svariati punti in comune, come l'esistenza di un limite o di una pressione da cui ci si affranca⁴⁶. Il termine *Sicherheit*, invece, innesca strutture concettuali diverse, giacché può riferirsi sia alla sicurezza intesa come stato di assenza di pericoli e di protezione da minacce, sia alla condizione di certezza, affidabilità⁴⁷. Nel *frame* SICUREZZA evocato dall'esempio (5), il ruolo di minaccia non è ulteriormente specificato. Si può inferire, dunque, che il pericolo sia rappresentato dalla crisi climatica, a cui allude anche il già citato concetto di *Klimaschutz*. In linea, invece, con il significato di 'certezza' della parola *Sicherheit*, si attiverebbe un ulteriore *frame* che rimanda all'affidabilità dell'approvvigionamento energetico tedesco nonostante le incertezze generate dall'attacco russo in Ucraina.

Il *frame* SICUREZZA si interseca con un altro *frame* ricorrente nella comunicazione, quello della GUERRA. Nella campagna del BMWK non mancano i riferimenti al conflitto in Ucraina come evento scatenante della nuova politica di transizione energetica. Un esempio è fornito dalla dichiarazione del ministro del BMWK Habeck riportata nel comunicato stampa di presentazione della campagna⁴⁸:

(7) Putin nutzt Energie als Waffe. [...] Davon lassen wir uns aber nicht einschüchtern.

Le parole adoperate dal ministro mirano a generare precise associazioni nella mente dei cittadini, attivando ruoli come NEMICO, ARMA, DIFESA. Il *frame* bellico è tra i più impiegati nella comunicazione istituzionale giacché consente, da un lato, di promuovere la coesione dei cittadini, chiamati ad unirsi contro un nemico comune, e, dall'altro, di offrire rassicurazione contro la minaccia esterna, attraverso l'ostentazione di sicurezza e affidabilità⁴⁹.

46 Il «DWDS», infatti, spiega il significato di *Freiheit* in termini di «politische Unabhängigkeit im Hinblick auf Staat und Gesellschaft; Unabhängigkeit von äußerer, innerer Unterdrückung». [inserire riferimento](#)

47 Nel «DWDS», infatti, i primi due significati di *Sicherheit* sono: «1. Ungefährdetsein, das Geschütztsein vor Gefahr; 2. Zuverlässigkeit, Verlässlichkeit».

48 Il comunicato, dal titolo *Damit wir gut durch den Winter kommen*, risale al 13 ottobre 2022. Il testo integrale è reperibile nella sezione *Pressebereich* del portale Energiewechsel, insieme ad altri comunicati ufficiali per la promozione della campagna: <<https://www.energiewechsel.de/KAENEF/Navigation/DE/Service/Pressebereich/pressebereich.html>> (ultimo accesso: 20 settembre 2023).

49 Un simile framing è stato adoperato, ad esempio, anche per concettualizzare la pandemia da Coronavirus. Cfr. Annette Klosa-Kückelhaus, *Bilder und Metaphern im*

Un ulteriore *frame* da tener presente ai fini dell'analisi è quello del MOVIMENTO, che si può riscontrare nei seguenti esempi:

- (8) Jetzt umsteigen auf klimafreundliche Wärme!⁵⁰
 (9) [...] So treiben wir den Energiewechsel in Richtung Klimaneutralität voran. Weg von Öl und Gas, hin zu Wind- und Sonnenkraft. [...] Der Wechsel hin zu Erneuerbaren Energien kann jedoch nur gemeinsam gelingen⁵¹.

L'esempio (8), in evidenza sul sito web della campagna, è il titolo che annuncia l'introduzione delle nuove disposizioni governative in materia di riscaldamento domestico. La scelta del verbo *umsteigen* appare interessante. Nel «Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache» la prima accezione del verbo *umsteigen* è «aus einem Fahrzeug in ein anderes steigen», seguita dal significato «zu etw. anderem übergehen, überwechseln», marcato come colloquiale.

Lo slogan promuove il passaggio alla nuova riforma nei termini di cambiamento fortemente dinamico, adoperando l'efficace metafora concettuale LA TRANSIZIONE ENERGETICA È UN VEICOLO⁵². Come con un mezzo di trasporto pubblico, i cittadini possono 'cambiare linea' e 'salire' sull'*Energiewechsel* per dirigersi verso una nuova meta, ovvero un tipo di riscaldamento non dannoso per il clima. Anche l'esempio (9) ricorre a questa stessa concettualizzazione. In quanto VEICOLO, la transizione energetica può essere accelerata e, una volta abbandonato il punto di partenza (le energie fossili), condotta verso la destinazione del viaggio, ovvero la neutralità climatica.

Tra i punti fondamentali della campagna figurano, chiaramente, le energie rinnovabili, presentate come unica alternativa per il superamento della crisi energetica. Il concetto è tra i più ripetuti della campagna, con ben 213 occorrenze⁵³. Comune è anche la co-occorrenza con il sostantivo *Ausbau*, come mostrano in modo esemplificativo le seguenti frasi:

Wortschatz rund um die Coronapandemie [inserire riferimento completo](#).

50 Cfr. <<https://www.energiewechsel.de/KAENEF/Navigation/DE/Home/home.html>> (ultimo accesso: 20 settembre 2023).

51 L'esempio è tratto dalla nuova presentazione della campagna, pubblicata sul portale il 27 aprile 2023. Il testo è consultabile al link <<https://www.energiewechsel.de/KAENEF/Redaktion/DE/Dossier/Kampagne/dialog-energiewechsel-einleitung.html>> (ultimo accesso: 20 settembre 2023).

52 Cfr. Stefan Schweiger – Esther Trost – Steven Engler, *Metaphern der Energiewende. Eine Analyse der Bildsprache im Magazin DER SPIEGEL*, in *Mentalitäten und Verhaltensmuster im Kontext der Energiewende in NRW*, hrsg. v. Karin Schürmann – Diana Schumann, Forschungszentrum, Jülich 2017, pp. 195-214: 202.

53 Il risultato è emerso cercando l'aggettivo *erneuerbar* attraverso lo strumento di ricerca disponibile sul sito web della campagna.

- (10) Durch den Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine und die dadurch verursachte Energiekrise ist der Ausbau der erneuerbaren Energien noch dringlicher geworden⁵⁴.
- (11) Liebe 80 Millionen, mit euch stärken wir: Energiesicherheit, Energieeffizienz und den Ausbau Erneuerbarer Energien⁵⁵.

L'espansione delle energie rinnovabili costituisce, dunque, il fulcro della nuova politica energetica. La sua attuazione è descritta come ancora più urgente alla luce delle tensioni internazionali determinate dal conflitto in Ucraina. Tuttavia, il *frame* che viene innescato dalla locuzione *Ausbau der erneuerbaren Energien* risulta quanto meno fuorviante. Il termine *Ausbau* presuppone, infatti, che le energie rinnovabili siano una risorsa limitata, che necessita di essere ulteriormente sviluppata per garantirne l'uso massiccio da parte del Paese.

Meritevole di attenzione è, inoltre, l'aggettivo *erneuerbar* che compare in due vesti ortografiche diverse: in minuscolo nell'esempio (10) e in maiuscolo in (11), così come nel precedente esempio (9). Su *energiewechsel.de* si nota una certa preferenza per l'uso della maiuscola quando l'aggettivo si accompagna al sostantivo *Energien*, mentre la grafia minuscola ricorre in abbinamento ad altri sostantivi, come *Ressourcen* o *Quellen*. La scelta, se da un lato può essere giustificata da esigenze di variazione stilistica, dall'altro appare motivata dalla volontà di creare un'unica unità lessicale con *Energien*, enfatizzando l'inscindibilità dei due concetti e comunicando, dunque, che l'unica forma possibile di energia è quella derivata da risorse rinnovabili.

È opportuno notare, comunque, che *erneuerbar* innesca un *frame* fallace. Dalla consultazione del «DWDS» emerge che l'aggettivo, nell'ambito specifico dell'economia energetica, significa «nachwachsend, sich erneuernd oder unbegrenzt zur Verfügung stehend; (bei der Stromerzeugung) auf nachwachsenden, sich erneuernden Rohstoffen oder unbegrenzt nutzbaren Energiequellen beruhend»⁵⁶.

Il suffisso derivazionale *-bar* rimanda, invece, ad un'idea di potenzialità che non si applica a risorse come vento, sole, acqua e calore che, invece, sono inesauribili e sempre disponibili, non necessitando di alcun intervento umano per essere 'rinnovate'. Il *frame* attivato da *erneuerbar* suggerirebbe, invece, «die Notwendigkeit eines handelnden

⁵⁴ Cfr. <<https://www.energiewechsel.de/KAENEF/Redaktion/DE/Dossier/sichere-energieversorgung.html>> (ultimo accesso: 20 settembre 2023).

⁵⁵ L'esempio costituisce il testo di uno dei poster promozionali dell'iniziativa, visualizzabile al link: <<https://www.energiewechsel.de/KAENEF/Navigation/DE/Service/Kampagne/kampagne-energiewechsel.html>> (ultimo accesso: 20 settembre 2023).

⁵⁶ Cfr. <<https://www.dwds.de/wb/erneuerbar>> (ultimo accesso: 20 settembre 2023).

Subjektes, also jemandes, der [...] *erneuert* [sic]»⁵⁷, lasciando spazio all'ipotesi che queste fonti debbano consumarsi per poter essere rinnovate e che, quindi, siano limitate nella disponibilità.

Un ultimo aspetto di interesse per l'analisi emerge dai seguenti esempi:

- (12) Jeder Beitrag zählt, damit wir gut zusammen durch den Winter kommen⁵⁸.
- (13) Energiesparen geht am besten gemeinsam – und bringt uns sicher durch den Winter!⁵⁹

Nell'ottobre 2022, pochi mesi dopo l'inaugurazione della campagna «80 Millionen gemeinsam für Energiewechsel», il BMWK diffonde un secondo comunicato stampa per rilanciare l'iniziativa in vista dell'imminente stagione invernale. Nei due esempi si registra, pur con qualche variazione, lo stesso *frame*: l'INVERNO. Le associazioni a cui apre questo *frame* sono chiaramente molteplici. L'esperienza dell'alternarsi delle stagioni durante l'anno consente di inferire immediatamente una serie di informazioni: l'inverno è la stagione che va dal solstizio d'inverno all'equinozio di primavera ed è caratterizzata – soprattutto in alcuni Paesi del mondo – da temperature rigide, neve, scarsità di luce. La vegetazione è spoglia e senza frutti. In passato, soprattutto nelle società rurali, l'inverno era un periodo di stenti, reso più difficile dall'impossibilità di lavorare la terra a causa del freddo. Da ciò, superare l'inverno assume il significato di 'sopravvivere'.

Questo genere di *frame* viene evocato da espressioni come «durch den Winter kommen» e «durch den Winter bringen». Negli esempi sopracitati, superare bene o al sicuro l'inverno è strettamente connesso alla realizzazione delle direttive del Ministero, in particolare il risparmio di energia elettrica e gas. Come ricorda insistentemente l'intera campagna, risparmiare energia significa non dipendere dalle importazioni e avere risorse sufficienti da destinare al riscaldamento degli edifici pubblici e delle abitazioni. Ancora una volta, la riuscita dell'impresa viene affidata allo sforzo della comunità: soltanto insieme, grazie al contributo di tutti, si possono superare le difficoltà, energetiche ed economiche, connesse alla stagione invernale.

57 Wehling, *Politisches Framing*, cit., pp. 166-167.

58 Il comunicato stampa del BMKW *Damit wir gut durch den Winter kommen* è consultabile al link: <<https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Pressemitteilung/en/2022/10/20221012-damit-wir-gut-durch-den-winter-kommen.html>> (ultimo accesso: 20 settembre 2023).

59 Il testo fa parte dello stesso poster promozionale citato nella nota 51.

6. CONCLUSIONI

Il presente articolo si prefigge l'obiettivo di rilevare i *frames* ricorrenti nella campagna «80 Millionen gemeinsam für Energiewechsel», l'iniziativa promossa dal BMWK per attuare la transizione energetica tedesca attraverso il ricorso massiccio di energia proveniente da fonti rinnovabili. Com'è emerso dal quadro teorico-metodologico, la comunicazione politica è interamente fondata sui *frames* e tanto più questi sono coerenti con i valori dell'elettorato, tanto più efficace sarà il messaggio e più salda l'adesione alle riforme proposte.

Dall'analisi degli esempi selezionati emerge che la campagna «80 Millionen gemeinsam für Energiewechsel» punta su valori sociali fondamentali quali l'aiuto reciproco, il senso di responsabilità, la collaborazione fattiva di istituzioni e cittadini, riuniti in un simbolico 'noi'.

L'appello al senso di comunità costituisce il punto focale della comunicazione del BMWK. Il successo della transizione energetica è demandato allo sforzo della collettività e all'impegno di ciascun attore sociale nel mettere in atto le buone pratiche promosse dal Ministero. Da qui, il richiamo costante al concetto di *gemeinsam* e *zusammen* ad indicare la modalità collettiva con cui realizzare il cambiamento auspicato dall'*Energiewechsel* e superare le eventuali difficoltà ad esso connesse (si vedano gli esempi 12 e 13).

Benché la comunicazione della campagna sia coerente nel suo complesso, alcuni *frames* emersi dall'analisi hanno evidenziato dei punti di contraddizione. La svolta energetica, come si è visto, viene presentata come un ambizioso progetto collettivo, che comprende un insieme di azioni piuttosto articolato. Tuttavia, l'obiettivo ultimo di questo programma non sembra essere, come sarebbe ipotizzabile, la salvaguardia dell'ambiente e la lotta alla crisi climatica globale. Al contrario, i *frames* più ricorrenti afferiscono al dominio dell'economia – il risparmio sui costi dell'energia – o della politica, ovvero l'indipendenza energetica e la libertà dal giogo delle importazioni di gas russo. Laddove siano presenti *frame* che richiamano esplicitamente la tematica ambientale, risultano spesso fuorvianti e parziali, a conferma che la sostenibilità rappresenta un fine marginale all'interno dell'*Energiewechsel*.

Un ulteriore aspetto che emerge dall'analisi è il frequente ricorso a metafore concettuali all'interno di *frame* più ampi. Come sottolineato dagli studi teorici sull'argomento, le metafore trovano largo impiego soprattutto nella comunicazione politica perché consentono di concettualizzare idee astratte in modo 'concreto' o, almeno, più vicino al sistema valoriale dei destinatari del messaggio. Negli esempi

proposti, in particolare, compaiono metafore in cui la transizione energetica viene spesso rappresentata sotto forma di oggetti di uso quotidiano (apparecchio, veicolo). In tal modo, l'articolato piano di riforme dell'*Energiewechsel*, ovvero il dominio target della metafora, viene concettualizzato e reso più comprensibile attraverso le proprietà concrete del dominio di partenza. Rappresentare la transizione energetica come un veicolo o un apparecchio significa, in un certo senso, calarla nella quotidianità dei cittadini e renderla 'esperibile'.

Ciò che emerge dall'analisi della campagna «80 Millionen gemeinsam für Energiewechsel» è un *framing* della transizione energetica orientato maggiormente sui valori di risparmio, sicurezza e indipendenza che non sulla tutela ambientale. In quest'ottica, quindi, anche il richiamo alla partecipazione della comunità civile appare funzionale esclusivamente al conseguimento di fini utilitaristici.