

DM-Consigli

Scrivere in modo metaforico



La nostra lingua è incredibilmente ricca di immagini. Chi è in grado di sfruttare questo tesoro, cattura immediatamente l'interesse dei suoi lettori. Stefan Gottschling, autore e titolare del Textakademie GmbH ad Augusta, nella sua opera «Lexikon der Wortwelten» ha pubblicato le regole principali da prendere in considerazione nell'utilizzo di concetti metaforici. Noi ve le presentiamo brevemente.

Regola n. 1: le immagini devono essere coerenti...

Quanto più ci si addentra nel mondo delle metafore, tanto maggiore sarà il rischio di perdersi. Cercate quindi di non risvegliare immagini erranee nella mente dei lettori. L'immagine di un capitano che conduce la sua nave con sicurezza tra gli scogli è una buona metafora per raffigurare il tratto caratteriale di una persona scrupolosa, sebbene il fondo del mare o gli scogli non siano assolutamente il luogo in cui dovremmo immaginarci una nave. Utilizzando questa figura, il messaggio che verrebbe trasmesso nel caso di una crema che assicura una pelle pura e luminosa, è sicuramente controproducente. La stessa cosa accade rappresentando un cane da guardia in grado di fare tutto, il risultato è strano e singolare. L'immagine trasmessa è coerente se invece si rappresenta un cane dal buon fiuto per pericoli e ospiti indesiderati.

Regola n. 2: rimanete in un solo settore!

Una regola di ferro: non mischiate. Arricchire il testo con troppe metafore e immagini appartenenti a settori diversi genera una tremenda confusione nella mente del lettore. Non potrete così «fare rotta a tutto vapore verso il porto sicuro del matrimonio, per giungere in pole position». Le metafore formulate attorno al settore marittimo e motoristico non stanno bene insieme. Questa regola è valida in particolare quando una stessa frase ospita scene appartenenti a settori diversi. Ma a volte bisogna essere prudenti anche quando si rimane all'interno di un solo campo. Infatti suona un po' strano se ai piedi di un monte si incontra la testa di una spedizione.

Regola n. 3: nonostante ne siate tentati, non soffermatevi a lungo sulle immagini!

Chi ha trovato il giusto approccio per utilizzare una specifica metafora, si imbatte velocemente in molti giochi di parole e formulazioni scaltre. Ideare è divertente – ma a volte porta a creare testi troppo giocosi e costruiti, in cui il vero messaggio da trasmettere passa velocemente in secondo piano. Si possono utilizzare le metafore per associare magistralmente un'immagine ai prodotti e conferir loro una nuova parvenza. Tuttavia non soffermatevi troppo sulle immagini. Fatene un uso parsimonioso nei testi che mirano alla vendita, infatti, cullando il lettore nel mondo delle metafore, può essere poi difficile riportarlo con i piedi per terra nella realtà consumistica. Una regola generale: se una frase è stata formulata in modo metaforico, la successiva non dovrebbe contenere altre metafore. Poco è meglio...

Regola n. 4: create, ma non forzatamente!

A volte, mentre si scrive, sembra di riuscire ad afferrare e fare un buon uso del mondo delle metafore – ma non riusciamo a raggiungere lo scopo. Non cercate di costruire un mondo metaforico in modo ossessivo. Questo è il motivo per cui a volte il risultato è destinato al fallimento fin dal principio – e con queste immagini falsate l'effetto ottenuto è piuttosto inefficace. Utilizzare un linguaggio preciso e comprensibile dai lettori è il presupposto fondamentale per creare testi efficaci. Aggiungete immagini che hanno un significato, e il risultato sarà eccelso.

A cosa si presta l'utilizzo di metafore

Utilizzate le metafore per titoli e introduzioni. Oppure per avvicinarsi a un determinato argomento, e, alla fine dell'articolo, per allacciarsi all'immagine iniziale dello stesso metafora e perfezionare così il testo. Se ben utilizzate, queste metafore arricchiscono e ampliano anche le immagini di opuscoli, prospetti e siti web.

Per ulteriori informazioni visitate il sito www.posta.ch/directpoint.

La Posta Svizzera
PostMail
Marketing diretto
Viktoriastrasse 21
3030 Berna

Telefono 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.posta.ch/directpoint