

## La comunicazione di Matteo Salvini durante la pandemia: l'immigrazione e la delegittimazione dell'avversario politico

### Matteo Salvini's communication during the pandemic: The immigration issue and the de-legitimation of political opponents

Dario Lucchesi, University of Padua, FISPPA Department, Italy  
dario.lucchesi@unipd.it

#### Abstract

Following the critical discourse analysis approach, this article intends to highlight how the anti-immigration perspective is (re)produced within the Facebook page of the Italian political leader Matteo Salvini during the pandemic scenario between March 2020–March 2021. Quantitative and qualitative analysis have been applied to Salvini's posts and users' comments aiming at identifying the linguistic strategies that contribute to instrumentalizing the emergency and aim to reinforce the process of "securitization" of national borders as well as the re-legitimation of national identities. Findings suggest that the main discursive strategies used by the political leader do not include migrants as a danger for the spread of the virus. Rather, Salvini systematically organized the migratory narration on negative campaigning blaming political opponents and recontextualized the moralization of borders. The contribution helps to reveal how the anti-migration discourse is reproduced during the COVID-19 outbreak and how the politicization of the migration serves as a context for the normalization of migrant's exclusion.

#### Keywords

anti-immigration; COVID-19; critical discourse analysis; political communication; social media communication; populism; critical discourse studies

## 1 Introduzione

Se negli ultimi anni l'interesse per la rappresentazione dei media verso i fenomeni migratori ha riscontrato un forte incremento nella ricerca accademica internazionale, l'approccio critico-discorsivo applicato ai testi online rimane poco esplorato nell'attuale cornice mediale e politica italiana. In tale cornice, la mediatizzazione sta portando la politica ad alterare le sue modalità di funzionamento in un processo di ricerca di attenzione mediatica piuttosto che di rappresentazione politica (Krzyżanowski, Triandafyllidou, & Wodak, 2018), rendendo i confini tra politico e cultura pop sempre più sfumati (Mazzoleni & Bracciale, 2019). Questo processo viene agevolato da una serie di caratteristiche della comunicazione politica nei social media in grado di disintermediare e semplificare la relazione tra leader e cittadini rendendo l'azione performativa

dei politici sempre più determinante nel plasmare le narrazioni nelle agende dei media.

Tali dinamiche della mediatizzazione agevolano una diffusione trasversale del discorso sulle migrazioni rendendolo ideologicamente orientato soprattutto se messo in relazione con l'emergenza sanitaria globale, la quale ha ampliato il rischio di una normalizzazione di disuguaglianze formali e sostanziali verso le figure di rifugiati e richiedenti asilo. Se le migrazioni rappresentano dagli anni Novanta l'oggetto privilegiato del «panico morale»<sup>1</sup> in Italia (Dal Lago, 2012; Maneri, 2001), la

<sup>1</sup> Il termine fa riferimento alla nota opera di Stanley Cohen "Folk devils and moral panics: The creation of the mods and rockers" (1972) nella quale per panico morale si intendono ondate emotive per le quali un gruppo di persone viene definito dai mass media, politici e commentatori come minaccia per i valori di una società erigendo barricate morali.



recente emergenza sanitaria dovuta alla pandemia COVID-19 ha contribuito al rafforzamento delle «politiche della paura» (Wodak, 2015) portando ad un'ulteriore chiusura dei porti italiani dichiarati «non sicuri» e a una continua sospensione del diritto che assicura il soccorso in mare, nonché rafforzando la criminalizzazione delle operazioni di salvataggio. Nonostante l'OMS abbia dichiarato che la salute di migranti non può essere separata dalla salute della popolazione generale, le persone in fuga da guerre e persecuzioni sono state escluse dai percorsi di protezione sanitaria<sup>2</sup> (Carloti, 2020) consolidando il processo che li definisce 'Altro' e ampliando la percezione del panico morale soprattutto attraverso il potere discorsivo dei media e il loro ruolo di «macchina della paura» (Dal Lago, 2012).

L'emergenza sanitaria provocata dal virus COVID-19 va letta, dunque, come crisi globale in cui coloro che appartengono all'*in-group* definiscono con maggior facilità i gruppi «esterni» percepiti come «Altri significativi» (Triandafyllidou, 1998). Più generalmente l'emergenza sanitaria sta rappresentando un contesto storico inedito, che non solo mette in discussione il modello di mobilità transnazionale, ma si configura come momento rivelatore per comprendere i meccanismi di *framing* e le strategie di legittimazione in grado di plasmare la rappresentazione delle migrazioni e le modalità con cui i leader politici ne strumentalizzano il racconto. In questa direzione, durante i primi mesi della diffusione del virus, la metafora della guerra è stata quella maggiormente utilizzata dai politici e dai media nella narrazione della pandemia nella quale il coronavirus incarna il ruolo del nemico (Battistelli & Galantino, 2020; Boni, 2020). In tali condizioni di eccezionalità, i politici possono contare su un auditorio che diventa insolitamente

attento in quanto motivato a ottenere soluzioni urgenti e in grado di inquadrare gli eventi e di ordinarli in una narrazione coerente (Battistelli & Galantino, 2020).

L'analisi di un fenomeno considerato strutturalmente emergenziale, come le migrazioni, acquista dunque rilevanza nel contesto dell'attuale crisi sanitaria in quanto permette di comprendere le ricontestualizzazioni degli scenari tradizionali di emergenza che legittimano discorsi e politiche di esclusione e definiscono immaginari presenti e futuri sul piano ideologico (Krzyżanowski et al., 2018). Quest'ultimi vengono normalizzati attraverso la riproduzione di un discorso che, con l'intento di descrivere la realtà, cessa di raccontarla, legittimando tuttavia proposte politiche da adottare nel presente (Krzyżanowski, 2020). In questa direzione, dal punto di vista discorsivo, la letteratura ha ampiamente discusso di «discorso borderline» che, in un contesto di società incivile è gradualmente migrato dagli spazi online più marginali rispetto alla politica e ai media tradizionali, agevolando così il processo di normalizzazione della retorica anti-immigrazione (Krzyżanowski, Ekman, Nilsson, Gardell, & Christensen, 2021; Krzyżanowski & Ledin, 2017; Krzyżanowski et al., 2018). Tale processo si basa sulla costruzione di un discorso in cui affermazioni e messaggi estremi sono spesso sposati con un linguaggio apparentemente civile fungendo da legittimazione di posizioni e ideologie estreme, razionalizzate e trasformate in elementi accettabili del discorso pubblico (Krzyżanowski, 2020).

Partendo da questo contesto storico inedito, e alla luce del quadro teorico introdotto, l'obiettivo del presente lavoro è approfondire le possibili nuove articolazioni del discorso anti-immigrazione (ri) prodotto sui social media e, in particolare, verificare le ricontestualizzazioni di tale discorso di fronte alle sfide poste dall'emergenza sanitaria, approfondendo le strategie argomentative che legittimano discriminazioni verso i migranti giocando sul piano della razionalità. Fine specifico è dunque comprendere se e in che modo l'emergenza sanitaria sta rappresentando un contesto in grado di agevolare un proces-

2 Nello specifico si riconosce che il «decreto sicurezza» del 2018 ha impattato sul diritto alla salute dei migranti i quali, se privi di documenti, vengono esclusi dal Servizio Sanitario Nazionale avendo un limitato accesso ai servizi sanitari di base divenendo, di fatto, trascurati dalla autorità italiane (Carloti, 2020).

so di pre-legittimazione (re)introducendo elementi (inediti) sul piano discorsivo in grado di rafforzare e normalizzare il discorso populista anti-immigrazione.

Tale obiettivo è perseguito attraverso l'analisi della comunicazione del leader politico italiano che con maggiore efficacia costruisce il discorso anti-immigrazione sfruttando il potenziale comunicativo dei social media (Bracciale, Andretta, & Martella, 2021; Milazzo, 2020; Ziccardi, 2016). L'analisi è sviluppata all'interno della pagina Facebook del leader della Lega Matteo Salvini e si concentra sulla relazione tra pandemia globale e la migrazione di migranti verso le coste italiane durante il primo anno di emergenza sanitaria (marzo 2020–marzo 2021). Nello specifico, il lavoro di analisi si articola partendo dalle seguenti domande di ricerca:

- › R1: Quale rapporto lega il tema delle migrazioni a quello dell'emergenza sanitaria?
- › R2: Quali sotto-temi prevalgono creando il maggior volume di interazioni?
- › R3: Attraverso quali strategie il discorso anti-immigrazione viene legittimato e normalizzato durante l'emergenza sanitaria?<sup>3</sup>

A partire da queste domande di ricerca, il contributo intende, inoltre, verificare l'ipotesi secondo la quale la narrazione di Salvini durante la pandemia è caratterizzata dalla connessione tra la migrazione e il pericolo della diffusione del virus, sfruttando tradizionali retoriche de-umanizzanti che assegnano alle figure di rifugiati e richiedenti asilo un ruolo di minaccia per la salute della popolazione (Musolff, 2012).

Per rispondere a tali domande, la ricerca empirica presenta una prima fase di analisi quantitativa, per poi soffermarsi sulla dimensione discorsiva analizzandone i pattern prodotti dal leader. Le analisi vengono collocate all'interno della cornice

di emergenzialità che contraddistingue la narrazione dell'immigrazione in Italia (Binotto, Bruno, & Lai, 2016) e intendono individuare, inoltre, convergenze e differenze tra la dimensione discorsiva *top-down* e quella *bottom-up* al fine di decostruire la coerenza e la coesione dei testi e riflettere sul potere discorsivo e sul circuito con cui questo diffonde la sua legittimazione. Alla luce di questi obiettivi, il contributo intende inserirsi nel campo di studio delle rappresentazioni mediatiche dei fenomeni migratori e a quello interessato alla dimensione discorsiva del populismo e della sua normalizzazione (Krzyżanowski & Ledin, 2017; Krzyżanowski et al., 2018) alla luce delle sfide poste dall'emergenza sanitaria.

## 2 Il nuovo paradigma comunicativo e le implicazioni per il discorso

Il campo dei *critical discourse studies* (CDS) mira a decostruire le prospettive ideologiche che permeano i testi al fine di vedere come queste prospettive possano riprodurre relazioni di potere ineguali soprattutto in relazione al discorso politico e dell'informazione (ri)prodotto nei e dai media (Wodak & Mayer, 2015). Negli ultimi anni la dimensione discorsiva ha acquisito un piano d'analisi imprescindibile nel contemporaneo sistema mediale ibrido (Chadwick, 2013), in cui la forza destabilizzante dei media digitali ha modificato profondamente le regole e la stessa natura del dibattito politico introducendo mutamenti nella diffusione dell'informazione, nelle forme della comunicazione e nella configurazione della sfera pubblica (Mosca & Vaccari, 2011). Alla luce di tali riconfigurazioni, il campo CDS è stato ridefinito *social media critical discourse studies* (SM-CDS) (KhosraviNik, 2017): i temi più popolari della *critical discourse analysis* (CDA) come identità, discriminazione razziale, riproduzione dell'ideologia e persuasione hanno trovato nuovi sviluppi di analisi nelle piattaforme digitali in quanto spazi interattivi, multimodali e *circularly networked* (KhosraviNik, 2014). I social si sono configurati come «architettura sociale» con cui i pubblici si con-

3 Nello specifico si intende approfondire le caratteristiche linguistiche adottate da Salvini nella realizzazione di schemi argomentativi che compongono il discorso esclusionario verso i migranti nel contesto della crisi sanitaria.

frontano quotidianamente (Bentivegna & Boccia Artieri, 2019) non solo attraverso *reactions* per esprimere il proprio stato affettivo, ma ponendo al centro la dimensione discorsiva e la sua intertestualità che interessa diverse pratiche, piattaforme e attori. Queste caratteristiche sembrano garantire ai politici reazioni più immediate da parte del pubblico attraverso strumenti comunicativi che aumentano il potenziale coinvolgimento politico (Kruikemeier, van Noort, Vliegthart, & de Vreese, 2013; Mosca & Vaccari, 2011). Più in generale, con il processo di quotidianizzazione degli spazi pubblici digitali, stiamo assistendo a una riconfigurazione della relazione tra discorso e potere dei media che sta affermando nuove sfide nella comprensione della relazione tra produttori e fruitori di testi, combinando spazi e contenuti tradizionali con quelli creati dal basso (KhosraviniK & Unger, 2015; Lucchesi, 2020). Se i media tradizionali erano contraddistinti da un flusso comunicativo unilaterale, definito *one-to-many*, i media digitali focalizzano l'attenzione a un modello inteso *many-to-many* analizzando il flusso di contenuti interattivo, orizzontale e partecipativo segnando una de-monopolizzazione dei social media rispetto a quelli tradizionali (KhosraviniK & Esposito, 2018). Si è parlato, infatti, di nuova audience (Boccia Artieri, 2012) come soggetto pubblico in grado di negoziare in tempo reale i frame proposti dai media tradizionali, riarticolarla la relazione tra democrazia, sfera pubblica e flussi di comunicazione (Grossi, 2011).

### 3 La comunicazione politica nei social media: tra popolarizzazione e populismo

All'interno di queste riconfigurazioni, i linguaggi e le forme della comunicazione politica sono state interessate da un processo di rinnovamento apportato dalla diffusione dei social media che ha permesso ai leader politici nuove possibilità di personalizzazione della loro comunicazione (Mazzoleni & Bracciale, 2019). I media tradizionali avevano già sviluppato un adattamento della comunicazione dei soggetti

politici a logiche commerciali, portando a campagne elettorali sempre più «ibride» servendosi dell'interazione di logiche mediali tradizionali e quelle digitali (Bracciale & Cepernich, 2018).

Gli studi interessati alla popolarizzazione della politica nei media digitali offrono un contributo centrale al fine di comprendere come i leader politici producono senso nella sfera pubblica *networked* (Benkler, 2006) mostrando il ruolo dei processi di personalizzazione, disintermediazione, semplificazione e velocizzazione della comunicazione politica (Bentivegna, 2006, 2015) sempre maggiormente inserita nelle logiche mediali di spettacolarizzazione e vetrinizzazione scandite dai media (Mazzoleni & Schulz, 1999, p. 251). Tali dinamiche sono state interpretate come gli sviluppi della *politica pop* basata sull'adozione di forme comunicative che rivelano la volontà dei leader di avvicinarsi al popolo attraverso strategie e strumenti in grado di funzionare da collante tra il ceto politico e la cittadinanza (Mazzoleni & Bracciale, 2019, p. 32). Nello specifico, la politica pop costituisce uno degli effetti della mediatizzazione della politica per la quale la comunicazione dei leader si adatta a logiche commerciali e dell'industria culturale attraverso ritmi narrativi tipici della cultura pop digitale che obbliga a porre l'attenzione sulla natura linguistica ed estetica delle culture della rete che permeano nella politica e che legittimano, ad esempio, una predisposizione all'irriverenza e alla presenza di comportamenti denigratori, opinioni sessiste, omofobe e razziste (Boccia Artieri, 2019). In questa direzione la letteratura scientifica più recente definisce il selfie e il meme le espressioni più significative della politica pop online e individua nei leader populistici gli attori politici maggiormente abili a sfruttare strumenti comunicativi solitamente prodotti dai pubblici dal basso e viceversa (Mazzoleni & Bracciale, 2019) dando vita a un circuito che fa persistere l'ideologia populista grazie a pratiche egemoniche riprodotte dal basso attraverso i social media (Fuchs, 2016).

Sebbene il populismo<sup>4</sup> venga tradizionalmente definito e analizzato nei termini di ideologia (Mudde, 2004; Mudde & Kaltwasser, 2013), recentemente ci si è approcciati al fenomeno come stile comunicativo analizzandone la componente discorsiva (KhosraviNik, 2018; Moffitt, 2016) attraverso lo studio del linguaggio emotivo basato su slogan ed esagerazioni (Mudde, 2004) con cui si ridefiniscono i confini di ciò che viene considerato lecito esprimere agevolando una sua normalizzazione. Tale discorso viene enfatizzato dalla ricettività dei media e dal legame tra l'espansione del populismo e l'ecosistema della comunicazione digitale (Mazzoleni & Bracciale, 2019). Va sottolineato, inoltre, che i processi di mediatizzazione e popolarizzazione della politica sembrano aver amplificato una delle caratteristiche centrali della retorica populista ovvero la polarizzazione delle posizioni politiche che contrappone il popolo alle élite (Mazzoleni, 2014) attraverso una prospettiva manichea che combina la valorizzazione positiva del «noi» con la denigrazione dei «loro» supportata dal *negative campaigning* e dall'attribuzione della colpa verso le élite (Hameleers, Bos, & de Vreese, 2017; Plasser & Ulram, 2003).

Nella cornice di mediatizzazione e popolarizzazione, la *produzione memetica* si basa su un senso di coinvolgimento di tipo emozionale ed umoristica ed è contraddistinta da due funzioni principali: da una parte il sostegno del portato ideologico della propria fazione politica, dall'altra la critica e la delegittimazione degli avversari costruite entrambe sull'ibridazione di lin-

guaggi tra leader politici e cittadini-utenti (Mazzoleni & Bracciale, 2019, p. 99). Tali strumenti retorici massimizzano il loro portato ideologico attraverso gli aspetti visuali della politica pop modificandone i vocabolari visivi e le modalità di diffusione (Johansson & Holtz-Bacha, 2019). La dimensione visuale ha sviluppato infatti un proprio «linguaggio» in relazione alla delegittimazione dell'avversario politico sfruttando paura, umorismo e satira che trovano nelle piattaforme digitali maggiori probabilità di condivisione e convincimento di potenziali elettori (Johansson & Holtz-Bacha, 2019).

#### 4 Le migrazioni in Italia, la crisi dei rifugiati e l'emergenza sanitaria

Un ultimo quadro teorico di riferimento riguarda gli studi interessati alla rappresentazione mediale dei fenomeni migratoria in Italia. Dopo oltre 35 anni di indagini, è possibile individuare alcuni elementi essenziali che ricostruiscono il ritratto delle migrazioni il quale è stato definito immobile e congelato (Binotto et al., 2016, p. 33). Le immagini negative e de-umanizzate dei migranti, la retorica dell'invasione e dell'emergenza sicurezza si sono consolidate come aspetti strutturali dei media e dell'informazione nazionale dall'inizio degli anni Novanta raggiungendo un particolare livello di efficacia quando il sistema mediatico si attiva su eventi che posseggono un carattere di eccezionalità (Maneri, 2001). Tali dinamiche sono state rafforzate dal fenomeno migratorio che dal 2015 è stato riconosciuto come 'crisi migratoria' riguardando una questione umanitaria, politica e sociale interessata ai processi di politicizzazione e mediatizzazione (Krzyzanowski et al., 2018; van der Brug, D'Amato, Ruedin, & Berkhout, 2015). La «crisi migratoria» ha amplificato visioni politiche contrapposte intensificando un dibattito pubblico fortemente polarizzato che oscilla tra sentimenti nazionalisti che enfatizzano una re-legittimazione delle identità nazionali, e una posizione transazionale basata sull'unità, la diversità e un progetto di solidarietà e giustizia socia-

4 Una definizione ampiamente condivisa di populismo lo descrive come una sottile ideologia che considera la società separata in due gruppi omogenei-antagonisti: «il popolo puro» e «l'élite corrotta», sostenendo che la politica dovrebbe essere un'espressione della volontà generale del popolo (Mudde, 2004; Mudde & Kaltwasser, 2017). Adottando un approccio comunicativo e discorsivo, il presente lavoro considera il populismo come una variabile per la quale ogni attore politico può essere più o meno populista piuttosto che limitarsi a un'opposizione binaria tra ideologie populiste e non-populiste (Moffitt, 2016).

le (Zappettini, 2019). I risultati di recenti studi europei suggeriscono che in relazione alla «crisi migratoria» siamo di fronte a una ricontestualizzazione nazionale e transnazionale dei modelli storici con cui si percepiscono i fenomeni migratori e le persone che migrano attraverso la modificazione di argomenti e temi da un genere all'altro, da un piano pubblico ad un altro (Krzyzanowski et al., 2018). Nello specifico, il processo definito di moralizzazione dei confini (Vollmer, 2017) evidenzia come le misure di securizzazione e militarizzazione sono attuate non solo a livello politico, ma anche a livello morale implicando una serie di strategie discorsive che legittimano l'esclusione delle persone che migrano mentre viene giustificato il fondamento morale dell'UE e degli Stati membri (Wodak, 2017).

Come la «crisi migratoria» anche l'emergenza sanitaria provocata dal COVID-19 rappresenta a pieno quel distacco dalla «normalità informativa» (Binotto et al., 2016, p. 47) che produce una rappresentazione mediale delle migrazioni satura di elementi di notiziabilità e spettacolarizzazione in grado di accentuare narrazioni deformate che legittimano la negazione di rifugiati e richiedenti asilo. Recentemente è stato osservato il ruolo della pandemia come terreno simbolico su cui costruire un campo discorsivo per la politica e per l'informazione (Boccia Artieri, 2020) nel quale la metafora della guerra sta offrendo un repertorio di analogie e di associazioni nella definizione dello stato di crisi, permettendo di «pre-legittimare» l'emergenza attraverso una costruzione discorsiva in grado di proiettare il passato nel futuro e viceversa (Krzyzanowski, 2014, 2019).<sup>5</sup> Nonostante

un sistema comunicativo stressato dall'emergenza sanitaria (Iannelli, Splendore, Valeriani, & Marino, 2020), nell'agenda dei media si è continuato a parlare di migrazioni rivelando tuttavia un calo rispetto agli anni precedenti (Associazione Carta di Roma, 2020), mentre solo per alcuni leader politici il tema è rimasto presente nelle loro agende (Milazzo, 2020).

## 5 Caso di studio e selezione del materiale empirico

Si è scelto di prendere in esame il profilo Facebook del segretario della Lega Matteo Salvini che nel 2013 sostituisce Roberto Maroni e prima Umberto Bossi come leader del partito Lega Nord, il quale nel 2017 cambia nome in Lega segnando un'importante ridefinizione ideologica a sostegno di posizioni più vicine ai partiti di destra neo-populista e nazionalista allontanandosi da quelle regionaliste e secessioniste (Albertazzi, Giovannini, & Seddone, 2018). In questo quadro, Matteo Salvini incarna sia una personalizzazione politica che accentua le caratteristiche del leader sopra a quelle di partito sia una personalizzazione della comunicazione (Graziano, 2018). I temi principali veicolati dal leader ruotano attorno a battaglie all'immigrazione definita illegale, a riforme di tipo economico-occupazionale, le battaglie sulla legittima difesa e contro l'UE divenuta il «nemico» del popolo (Albertazzi et al., 2018; Graziano, 2018). Da un'analisi della sua comunicazione su Facebook, Salvini è risultato tra i leader politici italiani che maggiormente costruisce il popolo come nazione o etnia, il più attivo nell'attaccare le élite e nella costruzione dell'«altro pericoloso» con ripetuti «appello al popolo» che scaturiscono nella nota polarizzazione tra «noi» e «loro» come una delle caratteristiche base del populismo (Mazzoleni & Bracciale, 2018).

Dal 1 giugno 2018 al 5 settembre 2019 Salvini ricopre la carica di Ministro dell'Interno e Vicepresidente del Consiglio dei ministri del primo governo Conte, esecutivo costituito da Lega e Movimento 5 Stelle. Viene ricordato per i due «decreti sicurez-

5 Krzyzanowski (2014) ha più volte sostenuto che «la crisi» rappresenta uno strumento di «pre-legittimazione» discorsiva di azioni politiche che, sebbene spesso puramente immaginarie, sono proposte per scongiurare tale crisi. La pre-legittimazione consente agli oratori di presentare le loro posizioni come legittime sebbene non possano renderne prova pratica, non avendo maturato una rappresentazione post-fattuale basata sull'esperienza.

za» e per le numerose battaglie contro le ONG e le imbarcazioni della marina militare continuamente bloccate al largo delle coste italiane con a bordo centinaia di migranti. Tali vicende lo hanno portato a processo con l'accusa di sequestro di persona in relazione al caso della nave italiana Gregoretti e la ONG spagnola Open Arms.

Con oltre quattro milioni e mezzo di followers su Facebook, oltre due milioni su Instagram e un milione e trecentomila su Twitter, Matteo Salvini da alcuni anni rappresenta il leader politico italiano con il maggior seguito nei social media dimostrando un'attività comunicativa divenuta sempre più performante in termini di *engagement*<sup>6</sup> (Bracciale & Cepernich, 2018). Il segretario risulta, inoltre, il politico che investe maggiormente nella sponsorizzazione della comunicazione sui profili social: nel 2019 l'entourage di Salvini spese oltre novantamila euro per pubblicizzare i post dell'allora vicepremier, mentre nel periodo marzo-dicembre 2020, la pagina Facebook di Salvini è stata destinataria di oltre trecentotrentamila euro.<sup>7</sup> Il team che dirige la comunicazione è stato definito dallo stesso responsabile della comunicazione, «la bestia» sottolineando l'abilità nella gestione dei social a supporto della strategia politica. L'esempio più significativo è rappresentato da un gioco a premi, chiamato *VinciSalvini*, arrivato alla seconda edizione durante la campagna elettorale delle elezioni del 2018. Il gioco premiava gli utenti che accumulavano il maggior numero di punti attraverso la velocità e la quantità di *like* dati ai post pubblicati del leader nelle diverse piattaforme digitali. Tale gioco, oltre a rappresentare una delle

recenti novità nel processo di popolarizzazione della politica italiana, ha evidenziato la capacità del leader di sfruttare le dinamiche di diffusione consentite dagli algoritmi di Facebook al fine di ampliare il messaggio politico (Ziccardi, 2016). In studi recenti Salvini è stato considerato il leader politico italiano più attivo sui social (Milazzo, 2020) nell'attaccare l'élite, nella diffusione della retorica che contrappone gli italiani ai clandestini (Mazzoleni & Bracciale, 2018) e tra i politici maggiormente propensi a comunicare attraverso la condivisione di aspetti intimi e personali (Rega & Bracciale, 2018). In tal senso, viene riconosciuta l'abilità del leader della Lega nel raccontarsi come figura vicina alla quotidianità dei cittadini attraverso una comunicazione che coinvolge gli utenti spingendoli a commentare alimentando i tassi di interazione e il funzionamento degli algoritmi (Carone, 2021).

I pochi studi interessati alla comunicazione politica del leader durante la pandemia hanno sottolineato la forte persistenza del tema dell'immigrazione nella sua agenda rivelando il successo di tali post rispetto ad altri temi (Cavallaro & Pregliasco, 2021; Milazzo, 2020). Nello specifico il 21% della comunicazione di Salvini su Facebook durante l'estate 2020 ha riguardato il tema dell'immigrazione raccogliendo da questi post il più elevato volume di interazioni (Cavallaro & Pregliasco, 2021).

Considerando l'importanza delle interazioni, il caso di studio ha posto attenzione al rapporto di influenza tra dimensione *top-down* e *bottom-up* al fine di ottenere una visione più estesa del discorso anti-immigrazione. In altre parole, oltre ad analizzare i post del leader, si sono prese in considerazione alcune reazioni generate dagli utenti attraverso la pratica dei commenti in un contesto di *networked publics* (boyd, 2011). Quest'ultimo rappresenta quello stato di connessione che permette agli individui di connettersi con il mondo al di là delle cerchie sociali più ristrette (boyd, 2011) agendo a livello di rappresentazione dei fenomeni sociali che diventano il risultato di una accumulazione di immagini prodotte dall'alto e riprodotte

6 Sebbene il concetto di *engagement* necessiterebbe ulteriori articolazioni, è stato notato che durante la campagna elettorale per le elezioni del 2018 i leader più attivi in termini di frequenza sono stati Matteo Salvini, Luigi Di Maio e Giorgia Meloni con un tasso di pubblicazione di oltre 10 posti al giorno (Bracciale & Cepernich, 2018).

7 Sia per l'anno 2019 che per il 2020 i dati sono stati raccolti attraverso lo strumento di ricerca *Facebook Ad Library* che consente il monitoraggio delle inserzioni pubblicitaria di leader e partiti politici.

dal basso creando un contesto mediale inedito di consumo dell'informazione e di partecipazione al dibattito pubblico (Boccia Artieri, 2012).

## 6 Metodologia

Il lavoro ha previsto la costruzione di un corpus di testi analizzato con gli strumenti tipici del campo dei CDS attraverso sia analisi quantitative che qualitative (Baker et al., 2008). Il corpus è stato estratto attraverso il software di proprietà di Facebook CrowdTangle il quale ha permesso di monitorare il contenuto della pagina Facebook di Salvini esportandone metriche di base, informazioni sulla tipologia dei post, il loro testo e i dati relativi ai feedback degli utenti.<sup>8</sup> Le ricerche delle attività della pagina del leader della Lega sono state condotte durante il primo anno di crisi sanitaria tra il 1/3/2020 e il 1/3/2021.

La procedura di analisi ha previsto i seguenti step: 1) archiviazione di tutte le attività della pagina per l'arco di tempo selezionato al fine di ottenere il corpus di partenza; 2) da quest'ultimo si è provveduto a individuare, attraverso l'interrogazione dei testi, i post relativi al tema delle migrazioni creando un sub-corpus di dati relativo al tema;<sup>9</sup> 3) all'interno di questo sub-corpus ogni post è stato classificato manualmente a seconda dei sotto-temi relativi alle migrazioni quantificando le categorie e analizzando le macro caratteristiche; 4) i post di tale corpus sono stati successivamente ordinati secondo le migliori prestazioni in termini di interazioni generate dagli utenti; 5) l'insieme di questi step ha suggerito l'individuazione delle «tracce» del discorso offrendo un punto di partenza per le analisi delle strategie discorsive condotte su un insieme di testi ridotto.

In relazione alla dimensione *bottom-up*, i commenti degli utenti sono stati selezionati manualmente dai post analizzati

focalizzando l'attenzione sui contenuti con un elevato numero di reactions e/o commenti facendo riferimento al principio della *scalabilità* che permette ad alcuni contenuti di ottenere una visibilità maggiore rispetto ad altri (boyd, 2011). Come accennato nell'introduzione, si è voluto, inoltre, evidenziare il livello di interstestualità del discorso tra i contenuti creati dal leader e i suoi *followers* al fine di individuare i legami espliciti e impliciti tra testi attraverso tempi e spazi differenti (Wodak, 2015). Tale approccio agevola l'individuazione delle strategie argomentative maggiormente riprodotte nella legittimazione e normalizzazione del discorso anti-immigrazione (R3).

Come accennato, il campo dei CDS è caratterizzato dalla demistificazione di ideologie e di dinamiche di potere attraverso un'analisi sistematica di tipologie di testi medialità (scritti e visuali) in grado di decostruire strati di significato soggiacenti al discorso anti-immigrazione messo in relazione all'attuale crisi sanitaria. L'esclusione di rifugiati e richiedenti asilo avviene, infatti, anche attraverso il linguaggio con effetti chiaramente discriminatori (Reisigl & Wodak, 2001) dando vita a costruzioni discorsive che assumono il ruolo di pratica sociale che costruisce significato e assume potere di modellare gli orientamenti socio-politici (Fairclough, Mulderrig, & Wodak, 2011). In questa fase della ricerca, l'analisi non si è concentrata dunque sul conteggio di parole e frasi isolate, ma su elementi in comune che interessano diversi testi seguendo un approccio orientato all'argomentazione (Krzyżanowski, 2019). Nello specifico, si farà riferimento a quelle strategie discorsive che giustificano giudizi positivi o negativi attraverso *topoi* (plurale di *topos*): ovvero schemi argomentativi impiegati al fine di persuadere l'audience della validità delle opinioni e offrendo, al contempo, l'opportunità per un'analisi sistematica delle strategie che garantiscono la transizione da un argomento alla sua conclusione (Wodak, 2015). Il caso di studio prende come riferimento lo schema di *topoi* (Tabella 1) presentato da Wodak & Meyer (2001) e citato in diversi lavori (ad esempio: Hart, 2013; Wodak, 2015, 2017).

8 Per maggiori informazioni e limiti del software: <https://www.crowdtangle.com/>

9 Il testo dei post è stato interrogato attraverso una serie di parole-chiave relative al tema migratorio derivanti dalla letteratura e da un'analisi esplorativa sul corpus di dati.

Tabella 1: Lista di topoi

Utilità, vantaggio, benefico	Farsi carico
Inutilità, svantaggi	Finanza
Definizione	Realtà
Pericolo e minaccia	Numeri
Umanitario	Legge
Giustizia	Storia
Privilegio	Cultura
Responsabilità	Abuso

Nota: Lista presentata da Wodak e Mayer (2001), traduzione dell'autore. Allo schema originale è stato aggiunto il topos definito del «privilegio» introdotto da Hart (2013) come *topos of displacement*.

Tabella 2: Sotto-temi trattati da Salvini nella narrazione dell'immigrazione tra marzo 2020–marzo 2021

Sotto-tema	N
Sbarchi	263
Criminalità e sicurezza	162
Decreto Sicurezza	105
Processi	69
Generale	60
Sanatoria	56
Terrorismo	22
Pro-migranti	3

Nota: Va sottolineato che i sotto-temi non si escludono a vicenda: un singolo post potrebbe contenere più di un singolo sotto-tema. Per tale motivo la somma dei singoli sotto-temi è maggiore al corpus dell'immigrazione (N=594) e i valori percentuali non sono stati riportati in Tabella.

## 7 Risultati e discussione

Nei prossimi sotto-paragrafi vengono prima presentati i risultati delle analisi quantitative relative alle diverse tipologie di post e sotto-temi (7.1), per poi focalizzarsi sull'analisi delle strutture discorsive (7.2).

### 7.1 Analisi quantitative sui corpus di dati

Il corpus estratto dalla pagina Facebook del leader della Lega tra marzo 2020 e marzo 2021 è composto da un totale di 4959 post. A partire da tale corpus sono stati individuati 594 post legati al tema delle migrazioni che hanno formato il sub-corpus tematico (N=594) sul quale si sono concentrate le analisi. Va dunque notato che durante il primo anno di crisi sanitaria, il leader politico italiano con la più alta frequenza di post pubblicati nei social media

e di interazioni generate dai post (Milazzo, 2020) dedica in media una notizia su nove al tema delle migrazioni, pari al 12 % del corpus generale.

Come accennato il sub-corpus è stato codificato individuando diverse categorie di sotto-temi (Tabella 2).<sup>10</sup> Il tema «Sbarchi» (263) è presente in poco meno della metà del sub-corpus rappresentando parte considerevole della narrazione dell'immigrazione durante il primo anno di emergenza sanitaria. La centralità di tale sotto-tema trova conferma se paragonato con l'agenda dei media tradizionali nel 2020: se durante l'anno quotidiani e telegiornali hanno parlato meno di migrazioni rispetto all'anno precedente (-34 %), la narrazione è rimasta caratterizzata dalla centralità degli sbarchi come tema che prevale su accoglienza, criminalità e sicurezza e terrorismo (Associazione Carta di Roma, 2020). Il secondo sotto-tema «Criminalità e sicurezza» (145 post) raggruppa i post che narrano la presenza dei migranti attraverso un racconto che mette in primo piano episodi di tensione e allarme sociale includendo quelli dove si menziona la positività dei migranti al coronavirus. Segue il sotto-tema relativo alla modifica del «Decreto Sicurezza» (104) da parte dell'allora governo in carica documentata con dirette video degli interventi degli esponenti del partito nelle sedi istituzionali. I restanti sotto-temi risultano più omogenei nella loro frequenza: i «Processi» (69) che vedono imputato il leader della Lega in relazione alle vicende della nave militare e la ONG Open Arms, il sotto-tema definito «Generale» che include i post che trattano l'immigrazione senza accostarla a una tematica specifica e/o citandola assieme ad altri temi dell'agenda politica (60) e la «Sanatoria» (56) riguardante la regolarizzazione degli stranieri impiegati nel settore agroalimentare, nell'allevamento, nell'assistenza casalinga e nel lavoro domestico. Infine, la categoria «Terrorismo» (22), incentrata quasi esclusivamente

<sup>10</sup> Nella definizione dei sotto-temi si è fatto riferimento al lavoro dell'Associazione Carta di Roma nel monitorare annualmente il racconto delle migrazioni da parte di quotidiani e telegiornali italiani.

sull'attentato di Nizza il 30 ottobre 2020, e un ultimo sotto-tema composto da 3 post nei quali Salvini si serve di un'immagine positiva dei migranti.

### 7.1.1 *Le migrazioni e la pandemia nella comunicazione di Salvini*

Questi dati introduttivi permettono di approfondire il rapporto che lega il tema delle migrazioni con quello della pandemia (R1): al fine di indagare quantità e forme di questo rapporto, il sub-corpus (N=594) è stato analizzato manualmente al fine di comprendere se ogni post presentasse una relazione con l'emergenza sanitaria nei termini di connettere o citare i sotto-temi con quello della diffusione del Coronavirus. Ne è emerso che in 172 post (29%) è stato possibile individuare tale relazione mentre nei restanti 422 (71%) la narrazione non è stata legata con l'emergenza sanitaria. Un ulteriore approfondimento riguarda quei post che presentano una connessione tra migrazioni e pandemia riferendosi ai migranti quale pericolo per la diffusione del virus attraverso il termine «positivo» o con connotazioni stigmatizzanti come «infetto» o «untore»: solamente 66 post, pari all'11% del sub-corpus, presentano tale relazione.

A fronte di questi risultati emerge che la connessione tra l'immigrazione e l'emergenza sanitaria (R1), seppur presente nel corpus analizzato, non appare una caratteristica strutturale della comunicazione politica di Salvini durante il primo anno di pandemia. Nello specifico, va notato che i migranti come veicolo di diffusione del virus non rappresentano la strategia più frequentemente adottata dal segretario della Lega. Emerge piuttosto che l'emergenza sanitaria è connessa con l'immigrazione in larga parte al fine di delegittimare l'avversario politico sulla gestione del fenomeno (vd. par. 7.2), facendo permanere una narrazione autonoma del tema costruita su elementi noti che non si servono necessariamente della pandemia e del pericolo del virus da parte dei migranti, ma sfruttano uno spettro di tematiche più ampio e consolidato relativo alle migrazioni. In questa direzione è stato possibile analizzare il sub-corpus di dati al

fine di verificare quanti post hanno citato il governo o i loro esponenti attraverso specifiche parole-chiave e / o hashtag: ne è emerso che in 300 post (51%) si menziona governo, ministri o partiti di riferimento evidenziando la politicizzazione come carattere persistente e distintivo della narrazione delle migrazioni durante la pandemia.

### 7.1.2 *I post con maggiore volume di interazioni*

Tali dati assumono una sfumatura differente se analizzati nei termini di volume di interazioni ed engagement creato dai post da parte degli utenti (R2).<sup>11</sup> Prendendo in considerazione l'intero corpus della ricerca (N=5949) appare significativo che alla luce della monopolizzazione del tema della pandemia nelle agende dei media, tre nei primi venti post con le migliori performance riguardano le migrazioni. Ponendo l'attenzione al sub-corpus (N=594) si nota, inoltre, che tra i primi dieci post con le migliori prestazioni, sette riguardano o citano il sotto-tema «Sbarchi» mostrando la sua centralità non solo in termini di frequenza di post prodotti dalla pagina, ma anche in relazione al rendimento delle interazioni degli utenti. Va sottolineato, infine, che cinque tra i primi dieci post presentano un collegamento tra le migrazioni e la crisi sanitaria. Questi dati ci mostrano che la relazione tra migrazioni e pandemia non emerge come dato sistematico nell'insieme del sub-corpus, ma che quando presente essa veicola un elevato volume di interazioni e una risonanza di questo discorso pubblico. A partire da questi dati, nei prossimi paragrafi si pre-

<sup>11</sup> Questo parametro è calcolato da CrowTangle confrontando il numero di interazioni che i post di quell'account ottengono dopo un certo periodo di tempo. I *benchmark* vengono calcolati dagli ultimi 100 post di ciascun tipo di post (foto, video, link, ecc.). Retrieved from <https://help.crowdtangle.com/en/articles/1184978-crowdtangle-glossary#:~:text=Overperforming%20is%20calculated%20by%20benchmarking,from%20the%20account>. Va segnalato che il software Crowdtangle non è non è in grado di riportare se un post è stato oggetto di sponsorizzazione o meno.

sentano i risultati delle analisi dei *topoi* e delle strategie discorsive di Salvini e dei suoi followers secondo l'approccio storico-discorsivo all'interno del campo dei CDS (Wodak 2017).

## 7.2 L'analisi critica del discorso

I dati che emergono dalla CDA e dall'approccio orientato all'argomentazione e all'individuazione dei *topoi* (Krzyżanowski, 2019; Wodak & Meyer, 2001), si allineano con i risultati di oltre trent'anni di ricerche nel campo dei CDS. Le strategie utilizzate da Salvini al fine di legittimare il discorso anti-immigrazione durante l'emergenza sanitaria (R3) evidenziano il consolidamento di una logica binaria e polarizzata che contrappone, mettendoli in competizione, un «noi» umanizzato, legittimato e vittimizzato rappresentato dai cittadini italiani e un «loro» de-umanizzato, delegittimato e criminalizzato rappresentato sia dai migranti che dal governo (Maneri & Quassoli, 2020; Wodak, 2015). Tuttavia, l'articolazione della nota contrapposizione «noi-loro» (van Leeuwen & Wodak, 1999; Wodak, 1996, 2015, 2017) è sviluppata in larga misura attraverso la delegittimazione e la denigrazione dell'avversario politico (Geer, 2006; Hameleers et al., 2017; Johansson & Holtz-Bacha, 2019) con l'impiego di strategie discorsive di legittimazione costruite su elementi di razionalizzazione, richiamo alla morale e all'autorità (van Leeuwen & Wodak, 1999).<sup>12</sup> A supporto di tale schema discorsivo va evidenziato che i sotto-temi più frequenti come gli «Sbarchi», i «Processi» e i «Decreti Sicurezza» mostrano la persistenza di una marcata politicizzazione dell'immigrazione

(van der Brug et al., 2015) caratterizzata dalla scarsa presenza di strategie discorsive di nomina e predicazione verso i migranti (Reisigl & Wodak, 2001) e da uno spostamento del discorso sul piano prettamente politico contraddistinto in prevalenza dal *negative campaigning*. Accanto a questa politicizzazione discorsiva persiste, nonostante sia meno centrale, un racconto dei flussi e dei migranti legato a insicurezza e criminalità rafforzandone il binomio attraverso il pericolo della diffusione del virus (vd. par. 7.2.2). Il legame pandemia-immigrazione e la dimensione del rischio ad esso connessa diventa dunque una risorsa adoperata sia nelle strategie di attribuzione di colpa che nel binomio immigrazione-sicurezza.

Nei prossimi paragrafi verranno presentati alcuni post considerati rappresentativi della comunicazione di Salvini e attorno ai quali si è concentrato la più elevata attività di interazioni che ha prodotto visibilità del contenuto e ha permesso di approfondire le strategie discorsive che hanno costruito il discorso anti-immigrazione articolato attorno ai specifici sotto-temi.<sup>13</sup> Tutte le immagini sono disponibili nel documento "online supplement".

### 7.2.1 Gli sbarchi durante l'emergenza sanitaria

Sette post tra i primi dieci presentano il riferimento al sotto-tema degli «Sbarchi» di migranti nelle coste italiane. Gli esempi riportati evidenziando il processo di «drammatizzazione» (Albertazzi, 2007) costruita con l'uso diffuso del «topos del pericolo» in grado di stabilizzare uno scenario di minaccia al fine di cavalcare un' «insicurezza

12 Nello specifico gli autori identificano: 1) *legittimazione attraverso razionalità* che si riferisce all'utilità di pratiche specifiche attraverso una razionalizzazione basata sulla definizione di obiettivi, scopi e benefici; 2) *legittimazione attraverso morale* che fa riferimento a un sistema obliquo di valori astratti (religiosi, diritti umani, giustizia, cultura, ecc.) accennati per mezzo di espressioni che veicolano emozioni; 3) *legittimazione attraverso autorità* che richiama un'autorità istituzionale in-tesa come personale o impersonale, dettata dalla legge, dalla tradizione o dalle consuetudini (van Leeuwen & Wodak, 1999).

13 Nel prossimo paragrafo il nome degli autori dei commenti ai post di Salvini è stato anonimizzato per riservare la privacy dei utenti con profili personali. Le immagini 2, 3 e 5 non presentano dunque la fonte che rimane a disposizione dell'autore. Il nome di Matteo Salvini, assieme a quelli di altri politici intervenuti nei commenti ai suoi post (vd. Immagine 7), non sono stati anonimizzati in quanto personaggi politici aventi pagine pubbliche di Facebook. Tutte le immagini sono disponibili nel documento "online supplement".

percepita», ovvero una insicurezza soggettiva non giustificata da dati. Il primo post è un video pubblicato il 15 novembre 2020 che documenta l'arrivo di un'imbarcazione al porto di Lampedusa ripreso e narrato da un cittadino al fine di assegnare un grado di autenticità alla vicenda. Il post è introdotto dalla frase: «Il grido di dolore di Lampedusa, nel silenzio del governo» e dal testo incorporato nel video: *«fate girare questo video non lo vedrete in tv. Il governo chiude gli italiani in casa ma lascia i porti aperti»*. In modo analogo, il post del 6 novembre 2020 è caratterizzato da un «collage» di elementi che unisce un breve testo scritto (*«Ingiusto, assurdo e pericoloso per la sicurezza del Paese. #Conteincapace»*), un'immagine composta da una fotografia dell'allora presidente del Consiglio Giuseppe Conte e da una raffigurante un barcone di migranti seguite da una didascalia: *«Vietati spostamenti tra comuni ma africa-italia tutto ok!»*. Mentre il primo post agisce sull'attribuzione della colpa verso l'operato del governo in relazione alla gestione degli sbarchi, il secondo post prende di mira una specifica figura politica rappresentando un attacco personalizzato (Geer, 2006).

Tuttavia, entrambi i post connettono il tema degli sbarchi con la gestione politica della pandemia costruendo un discorso in grado di agire su un piano argomentativo duplice e sovrapposto: la contrapposizione «noi-loro» e la delegittimazione dell'avversario politico. Il primo piano agisce attraverso una strategia di collettivizzazione (van Leuween, 1996) che consente di presentare gli italiani come un «noi» caratterizzato da una narrazione non solo implicitamente positiva, ma vittimizzata in quanto costretto nelle abitazioni o da mobilità limitata (*«Il governo chiude gli italiani in casa; vietati gli spostamenti tra comuni»*). Tale contrapposizione, poggiata su opposizioni semantiche elementari, fa affidamento ai topoi dell'«(in)Giustizia» e del «Privilegio» costruiti sullo stesso principio di (in)eguaglianza che legittima la narrazione degli italiani come vittime di un pregiudizio inverso e suggerisce l'urgenza di misure in grado di correggere

tale squilibrio<sup>14</sup> (Hart, 2013). Da un punto di vista discorsivo, presentare gli italiani vittime delle restrizioni offre una maggiore opportunità di massimizzare il senso di ingiustizia e accrescere i sentimenti di indignazione consentendo di sostenere scenari in cui il prototipo ipertipico del cittadino rispettabile è svantaggiato rispetto agli «Altri» e vittima di una presunta ingiustizia (Maneri, 2012). Quest'ultima viene enfatizzata in entrambi i post con la congiunzione avversativa «ma» che introduce l'Alterità come l'elemento di disparità (*«ma lascia i porti aperti»*; *«ma spostamenti africa-italia tutto ok»*). Va notato, tuttavia, che in entrambi i casi non vi è una chiara definizione di un «loro» che ne attribuisce una condizione o una qualità apertamente negativa, ma emerge piuttosto uno stile apparentemente privo di elementi incivili o discriminatori che lascia spazio a un tentativo di razionalizzazione basato su una contrapposizione che sposta il discorso sul piano della delegittimazione dell'avversario politico attraverso il «topos della responsabilità» riferito al governo che chiude *«gli italiani in casa»*. Ciò che risulta imprescindibile in questa narrazione è contestare l'azione di governo e...

... dimostrare che, se anche premier e ministri non hanno responsabilità dirette nella genesi del fenomeno, ne hanno sicuramente nella gestione della crisi, inadeguata o addirittura controproducente. (Battistelli & Galantino, 2020, p. 20)

In tal modo i post enfatizzano la presunta impreparazione dell'esecutivo in materia di immigrazione e di gestione dell'emergenza sanitaria legittimando in ultima

14 Il principio alla base del «topos della (in) Giustizia» ha come riferimento la parità di diritti: *se le persone sono tutti uguali in relazione a qualcosa, allora dovrebbero essere trattate tutte allo stesso modo* (Wodak & Meyer, 2001). Il principio alla base del «topos del Privilegio» si esprime come segue: *se una situazione porta alcuni individui ad essere privilegiati rispetto ad altri individui, si dovrebbe agire per correggere questo squilibrio* (Hart, 2013).

istanza la minaccia alla sicurezza della salute.

Spostando l'attenzione sulla dimensione bottom-up, ovvero sulle reazioni degli utenti, la narrazione di Salvini appare riprodotta in uno stampo disponibile nutrendosi delle retoriche che l'hanno generata (Dal Lago, 2012) mostrando un'intertestualità nelle costruzioni discorsive tra attori mediali *top-down* e *bottom-up*. Ciò è particolarmente frequente in relazione alla pratica di denigrazione dell'avversario politico che caratterizza il discorso di Salvini e quello degli utenti (vd. Immagine 1 & 2). Tra i commenti che ricevono un maggior numero di reactions vanno evidenziate, infatti, alcune immagini che mostrano un'operazione di memizzazione (Mazzoleni & Bracciale, 2019) in cui le foto degli esponenti del governo evocano il «topos della responsabilità» e sono accompagnate da una condanna morale che rafforza la rappresentazione caratterizzata da impreparazione, lasciando di fatto sullo sfondo il discorso sulle migrazioni.

Entrambe le immagini mettono in primo piano la ridicolizzazione degli esponenti dell'allora governo definiti «*la vergogna d'Italia*» e «*Trio Sciagura*». Gli utenti rappresentano *la voce* del «noi» e ricoprono il ruolo di testimoni legittimi in grado di supportare e promuovere la narrazione del leader amplificandone fedelmente il portato ideologico e producendone una sua legittimazione. Tale dinamica è evidenziata dal commento riportato nell'Immagine 3 in cui l'esperienza del singolo individuo, documentata da un testo e una fotografia della propria attività, acquisisce veridicità creando un circuito discorsivo che si autoalimenta.

Siamo di fronte al ricorso di un'esperienza diretta che trasmette autenticità alla realtà drammatica dei cittadini la quale contrasta quando confrontata con i privilegi di cui godrebbero i migranti. Dal punto di vista interdiscorsivo, tali reazioni appaiono come naturali implicazioni della strategia discorsiva suggerita e messa a disposizione come risorsa simbolica dal leader che viene *performata* dagli utenti (Wodak, 2015). Quest'ultimi trasformano le associazioni evocate dal leader (vd. Im-

agine 1) in tesi confermate dai cittadini che utilizzano vecchie e nuove argomentazioni al fine di conferire oggettività alla narrazione. Anche da questi post emerge, inoltre, una campagna negativa che grazie alla dimensione visuale riesce a tenere assieme un attacco di natura personale e uno maggiormente indirizzato a un tema politico (Geer, 2006).

### 7.2.2 Criminalità e sicurezza

La seconda categoria di post più frequenti è relativa al sotto-tema «Criminalità e sicurezza»: due tra i primi dieci post con maggiori *reactions* presentano un'emozione emotiva che oscilla tra la preoccupazione e l'aperto rifiuto verso l'arrivo e la presenza dei migranti raccontati come i protagonisti di disordini, violenze e criminalità. Nonostante le analisi quantitative non abbiamo evidenziato uno sistematico utilizzo dei migranti come veicolo di diffusione del COVID-19, l'approccio orientato all'argomentazione ha decostruito l'articolazione con le note retoriche securitarie che rafforzano il binomio migrazione-insicurezza. Con il post pubblicato l'8 agosto 2020 (vd. Immagine 4) si introducono alcuni elementi discorsivi apertamente discriminatori e incivili in grado di agire sul piano della discriminazione diretta verso i migranti attraverso un'argomentazione costruita sul «topos del pericolo» che in tal caso assume diverse connotazioni: dalla propagazione del virus provocata dalla presenza dei migranti fino alla loro azione violenta e pericolosa per la cittadinanza.<sup>15</sup>

Tuttavia, anche in questo post è presente il «topos della responsabilità» enfatizzato dall'aggettivo «vergognoso» riferito al «#governoclandestino» il quale «*spalanca i porti e permette ai clandestini di infettare mezza Italia*». Il post è l'unico nei primi dieci a stabilire una diretta correlazione tra gli sbarchi e la diffusione del virus nella quale i migranti sarebbero in grado di tentare l'incolumità della salute dei cittadini. Il verbo *infettare* rientra in quella

<sup>15</sup> Tale topos è basato sulla seguente argomentazione generale: *se ci sono particolari minacce o pericoli attesi da una certa (situ)azione o decisione, si dovrebbe agire contro di loro* (Reisigl & Wodak, 2001).

narrazione de-umanizzante che organizza l'esclusione dello straniero...

... intorno ai nuclei della malattia, della protezione dell'igiene pubblica, della purezza, trasformando l'altro in microbo, virus, bacillo, morbo, pestilenza, cancro, tumore, sporcizia, inquinamento. (Volpato, 2011, p. 16)

La natura minacciosa di questa metafora suggerisce la necessità di affrontare l'alterità attraverso misure drastiche che legittimano la politica dei «porti chiusi» come soluzione razionale al blocco dei contagi attraverso una ricontestualizzazione della moralizzazione dei confini (Vollmer, 2017). Parallelamente al pericolo sanitario, il post aggiunge un ulteriore elemento incentrato sul «topos del pericolo» riguardante un presunto episodio di violenza riportato dal quotidiano *Liberio* che avrebbe visto alcuni migranti mangiare i cani di una residente di Lampedusa. Nonostante la vicenda sembra non essere mai stata verificata, il video riporta un contenuto amatoriale servendosi di una narrazione dal basso che lascia la parola ai cittadini nell'etnicizzare il presunto reato e nella de-umanizzazione delle figure dei migranti legittimando un'equazione implicita di immigrazione, disordine e minaccia. L'argomentazione, come accennato, è affiancata dal «topos della responsabilità», per il quale governo diventa «clandestino»: siamo di fronte a un'ulteriore articolazione della contrapposizione «noi-loro» che definisce, attraverso una nota strategia di nomina e predicazione (Reisigl & Wodak, 2001), sia le figure di rifugiati e richiedenti asilo sia il governo. Sebbene in passato, i media italiani abbiano creato un campo di dicibilità per la diffusione del termine «clandestino», rendendolo un'idea di senso comune (Maneri, 2012), oggi giorno buona parte dei media tradizionali evita l'uso di tale etichetta. Come sottolineato da Faloppa (2011), il termine era solito mettere in evidenza il tratto semantico dell'invisibilità degli immigrati, presenti ma poco visibili. Contrariamente, Salvini fa un uso sistematico del termine al fine di mostrare come i flussi migratori siano oggi evidenti e visibili: «Il tratto oggi più

rilevante di «clandestino», [...], non è tanto la «segretezza», quanto l'illegalità» (Faloppa, 2011, p. 68), enfatizzando dunque l'evidenza del carattere criminale sia dei migranti che degli avversari politici al governo. Va notato, infine, l'uso di un registro informale che enfatizza il senso di empatia del lettore («*BASTA, gli Italiani sono stanchi!*») servendosi di una legittimazione morale finalizzata a sollecitare il livello di *intimacy* e prossimità con gli utenti (Mazoleni & Bracciale, 2019).

In questa direzione è interessante sottolineare che anche di fronte a un post con contenuti esplicitamente discriminatori verso i migranti, i commenti con maggior reazioni (vd. Immagine 5) mettono in evidenza un discorso condizionato dall'attacco e dall'attribuzione di responsabilità ai politici al governo diventati capi espiatori (Wodak, 2015).

Ancora una volta i commenti fungono da elementi dimostrativi che avvalgono la convinzione suggerita dal leader politico oggettivando l'atteggiamento di rifiuto verso l'Altro e consolidando un circuito discorsivo che si auto-alimenta. Ciò emerge da questi post è l'abilità del leader Lega nell'orchestrare il pericolo in modi eterogenei servendosi del meccanismo tautologico della paura (Dal Lago, 2012): il nucleo della minaccia, inizialmente declinato nei migranti, al contempo infetti e violenti, è trasferito alla irresponsabilità dell'operato del governo estendendo il processo di securizzazione che diviene legittimato attraverso una razionalizzazione del legame tra immigrazione, illegalità e criminalità (Maneri & Quassoli, 2016).

### 7.2.3 I processi

Due tra i primi dieci post riguardano i «processi» a carico di Salvini legati alle vicende del 2019 e rappresentano una specifica articolazione del discorso sull'immigrazione del leader della Lega durante il primo anno di pandemia. Il post del 30 luglio 2020 (vd. Immagine 6) rappresenta una delle più comuni strategie di personalizzazione della comunicazione politica attraverso una fotografia di Salvini che incarna un esempio di *self-personalization* atto a mettere in primo piano la centralità del leader attraverso

una forma di auto-rappresentazione fortemente ritualizzata. La fotografia presenta la didascalia «*A testa alta*» che riassume il contenuto del testo riguardante il risultato della votazione del Senato che ha portato a Salvini processo per il caso “Open Arms” dal quale deve rispondere dell'accusa di sequestro di persona plurimo.

Con questo post siamo di fronte a una costruzione discorsiva che mira a rivendicare la violazione delle norme internazionali del diritto del mare, il sequestro di migranti e la sospensione delle operazioni umanitarie finalizzate al salvataggio delle vite. La difesa del suo operato rappresenta la struttura argomentativa costruita su diversi elementi che richiamano strategie di legittimazione razionale, morale e dell'autorità (van Leeuwen & Wodak, 1999). Rivendicando di «*aver difeso l'Italia*», il leader mette in primo piano l'utilità e l'efficacia delle sue politiche contrapponendole all'attuale numero crescente degli sbarchi («*topos dei numeri*») quantificando e rendendo esplicita la pericolosità degli arrivi e dunque (ri)legittimando razionalmente l'azione per la quale è indagato. Rispetto agli altri post, appare evidente il tentativo di adottare una comunicazione che rientra nelle cornici di discorso civile attraverso strategie di legittimazione che si appellano a diverse forme di autorità: quella impersonale della legge citando la Costituzione («*Mi tengo stretto l'articolo 52 della Costituzione*») e quella personale del sapere esperto («*Quando la politica entra nella giustizia, la giustizia esce dalla finestra*») citando una frase di Luigi Einaudi. Accanto a tali elementi il post presenta delle forme di legittimità morale che guidano il senso di giusto e sbagliato facendo riferimento a un sistema obliquo di valori accennati per mezzo di espressioni che veicolano una componente emotiva (van Leeuwen, 1996): «*Vado avanti, a testa alta e con la coscienza pulita, guarderò tranquillo i miei figli negli occhi perché ho fatto il mio dovere con determinazione e buonsenso*». Il riferimento al ruolo del padre buono, alla «*coscienza pulita*» e al «*buonsenso*» agiscono sul piano valoriale veicolando immagini che riguardano la sfera privata e gli affetti del leader. Tutta-

via, anche in questo post, il tema dell'immigrazione funge da dispositivo in grado di indirizzare l'attenzione sull'individuazione del nemico politico rappresentato in questo caso da «*i Palamara, i vigliacchi, gli scafisti e chi ha preferito la poltrona alla dignità*».

Nella sezione dei commenti (vd. Immagine 7) vanno messi in evidenza alcuni esempi di solidarietà provenienti da altri personaggi politici come la leader del partito nazionalista Fratelli d'Italia Giorgia Meloni, e due esponenti della Lega.

Accanto alla manifestazione di supporto al leader della Lega, questi commenti agiscono come sintonizzazione affettiva<sup>16</sup> (Papacharissi, 2015) attorno a un tema personalizzato e intimizzato da Salvini mettendo in primo piano la coerenza narrativa interna del racconto che risulta prevalere rispetto alle evidenze e ai fatti della vicenda giudiziaria da una parte, e ai doveri a cui gli Stati devono adempiere quando si tratta di diritto del mare dall'altra.

## 8 Conclusioni

Questo lavoro ha analizzato il discorso anti-immigrazione (ri)prodotto nella pagina Facebook di Matteo Salvini durante il primo anno di emergenza sanitaria, approfondendo le strategie argomentative messe in gioco dal leader della Lega di fronte alle sfide poste dalla pandemia. Le analisi esplorative condotte sul corpus di dati hanno individuato alcune macro-caratteristiche della comunicazione tra marzo 2020 e marzo 2021, mostrando che il tema delle migrazioni ha contraddistinto il 12% dell'agenda comunicativa del leader della Lega posizionandosi in linea con altri studi sul tema (Cavallaro & Pregliasco, 2021; Milazzo, 2020).

Dall'analisi del legame tra migrazioni ed emergenza sanitaria sono emersi i risultati maggiormente significativi che non confermano l'iniziale ipotesi della ricerca:

16 Il termine si riferisce agli *affective publics* ovvero pubblici in rete mobilitati, connessi o disconnessi attraverso l'espressione di sentimenti (Papacharissi, 2015).

in effetti, il discorso anti-immigrazione articolato da Salvini durante la pandemia non è stato prevalentemente articolato sulla connessione tra l'emergenza sanitaria e il pericolo della diffusione del virus da parte di rifugiati e richiedenti asilo. Seppur presente, tale argomentazione non costituisce un dato ricorrente e sistematico della narrazione rispetto all'utilizzo più frequente di altri temi. Va sottolineato, tuttavia, che quando presente la relazione migrazione-pandemia registra un elevato livello di coinvolgimento nel pubblico, veicolando un volume di interazioni per post maggiore alla media e agevolando la viralità di tale narrazione e la sua riproduzione discorsiva. Siamo di fronte, dunque, a pochi contenuti con grande visibilità piuttosto che a una strategia ripetutamente messa in gioco dal leader durante l'arco di tempo considerato. L'analisi esplorativa della dimensione *bottom-up* ha permesso, dunque, di individuare un orientamento maggioritario attorno al tema migratorio fortemente in linea non solo con le opinioni del leader, ma con le medesime strategie argomentative in grado di far riconoscere la voce e l'esperienza del singolo con quella della collettività. Al contempo va sottolineata una scarsa capacità dei *followers* nell'esercitare una *voice* autonoma (Maineri & Quassoli, 2020) evidenziando il carattere intertestuale del discorso in grado di fornire continue fonti di rinnovamento e validazione rendendo autonoma la (ri) produzione e legittimazione discorsiva. Tali risultati sottolineano una sostanziale staticità del discorso anti-immigrazione da parte del segretario della Lega il quale durante l'emergenza sanitaria non ha inserito elementi discorsivi sostanzialmente innovativi.

È emerso con evidenza, invece, una persistenza della politicizzazione del fenomeno migratorio: l'immigrazione ha costituito il terreno dello scontro politico ovvero il luogo in cui il leader della Lega ha dettato le (note) opinioni sul tema (Krzyzanowski et al., 2018), (ri)legittimando la presunta minaccia del fenomeno durante l'emergenza sanitaria, giustificando l'efficacia del suo operato e ricontestualizzando la fortificazione dei confini. La cifra

distintiva di tale politicizzazione è rappresentata dalla delegittimazione dell'avversario politico come carattere trasversale alle diverse categorie di sotto-temi che conferma la centralità dell'attribuzione del rituale del *blaming* (Boni, 2020) come elemento centrale della retorica populista (Hameleers et al., 2017).

Si evidenziano alcuni limiti della ricerca che non hanno permesso un'analisi sistematica della dimensione *bottom-up* limitandosi a un focus su alcuni commenti ritenuti più significativi e coerenti con il frame discorsivo proposto dal leader omettendo le voci di dissenso a tale narrazione. Dal punto di vista della comunicazione *top-down*, la ricerca non ha esplorato la frequenza e il contenuto di altri temi dell'agenda politica al fine di comparare i risultati emersi dalle analisi sul corpus relativo all'immigrazione.

I risultati della ricerca propongono tuttavia possibili nuovi input per tracciare alcune traiettorie nell'evoluzione della normalizzazione del discorso anti-immigrazione (Krzyzanowski & Ledin, 2017; Krzyzanowski et al., 2018; Krzyzanowski et al., 2021) nel contesto della pandemia da parte di partiti populistici attraverso diverse forme di legittimazione (van Leeuwen & Wodak, 1999) che solo in parte hanno visto l'utilizzo di retoriche incivili verso i migranti come veicolo di diffusione del virus. In questi termini la politicizzazione appare fungere da meccanismo di normalizzazione del discorso in grado di spostare l'attenzione da una retorica apertamente discriminatoria verso i migranti al terreno dello scontro politico che sottende una normalizzazione delle discriminazioni e accentua l'invisibilità delle persone che migrano.

## Riconoscimenti

Si ringraziano i revisori anonimi e gli editori del volume i quali, con i loro commenti, hanno contribuito allo sviluppo dell'articolo.

## Conflitto di interessi

L'autore dichiara che non c'è nessun conflitto d'interessi.

## Materiale supplementare

Il materiale supplementare per questo articolo è disponibile online nel formato fornito dagli autori (inedito).  
<https://www.hope.uzh.ch/scoms/article/view/j.scoms.2021.02.013>

## Riferimenti bibliografici

- Albertazzi, D. (2007). Addressing 'the People': A comparative study of the Lega Nord's and Lega dei Ticinesi's political rhetoric and styles of propaganda. *Modern Italy*, 12(3), 327–347. <http://doi.org/10.1080/13532940701633791>
- Albertazzi, D., Giovannini, A., & Seddone, A. (2018). 'No regionalism please, we are Leghisti!' The transformation of the Italian Lega Nord under the leadership of Matteo Salvini. *Regional & Federal Studies*, 28(5), 645–671. <https://doi.org/10.1080/13597566.2018.1512977>
- Associazione Carta di Roma (2020). *Notizie di transito. VIII Rapporto Carta di Roma 2020*. Retrieved from <https://www.cartadiroma.org/wp-content/uploads/2020/12/Notizie-di-transito.pdf>
- Baker, P., Gabrielatos, C., KhosraviNik, M., Krzyzanowski, M., McEnery, T., & Wodak, R. (2008). A useful methodological synergy? Combining critical discourse analysis and corpus linguistics to examine discourses of refugees and asylum seekers in the UK press. *Discourse & Society*, 19(3), 273–306. <https://doi.org/10.1177/0957926508088962>
- Battistelli, F., & Galantino, M. G. (2020). *Sociologia e politica del coronavirus. Tra opinioni e paure*. Milano: FrancoAngeli.
- Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Bentivegna, S. (2006). *Campagne elettorali in rete*. Roma-Bari: Laterza.
- Bentivegna, S. (2015). *A copli di tweet*. Bologna: Il Mulino.
- Bentivegna, S., & Boccia Artieri, G. (2019). *Le teorie delle comunicazioni di massa e la sfida digitale*. Roma-Bari: Laterza.
- Binotto, M., Bruno, M., & Lai, V. (2016). *Tracciare confini. L'immigrazione nei media italiani*. Milano: FrancoAngeli.
- Boccia Artieri, G. (2012). *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*. Milano: FrancoAngeli.
- Boccia Artieri, G. (2019). La politica pop ai tempi dei social media. *Comunicazione politica. Quadrimestrale dell'Associazione Italiana di Comunicazione Politica*, 20(2), 251–262. <https://doi.org/10.3270/94200>
- Boccia Artieri, G. (2020). A Voce Alta. Pandemic politics: un nuovo campo discorsivo per la ricerca sulla politica. *Comunicazione politica. Quadrimestrale dell'Associazione Italiana di Comunicazione Politica*, 21(3), 443–449. <https://doi.org/10.3270/98802>
- Boni, F. (2020). Frammenti di un discorso virale. Le cornici del coronavirus. *Mediascapes Journal*, 15, 3–12. Retrieved from <https://rosa.uniroma1.it/rosa03/mediascapes/article/view/16754>
- boyd, d. (2011). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and Implications. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 39–59). New York, NY: Routledge.
- Bracciale, R., Andretta, M., & Martella, A. (2021). Does populism go viral? How Italian leaders engage citizens through social media. *Information, Communication & Society*, 24(10), 1477–1494. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1874472>
- Bracciale, R., & Cepernich, C. (2018). Hybrid 2018 campaigning: The social media habits of Italian political leaders and parties. *Italian Political Science*, 13(1), 36–50. Retrieved from <https://italianpoliticalscience.com/index.php/ips/article/view/31>
- Carlotti, S. (2020). Migration policy and health insecurity: Italy's response to COVID-19 and the impact of the Security Decree. *Rivista trimestrale di scienze dell'amministrazione*, n/a(2), 1–24. <http://dx.doi.org/10.32049/RTSA.2020.2.14>

- Carone, M. (2021). Il politico sui social media: Costruire un'immagine e sfruttare l'algoritmo per ottenere consenso. In C. Riva (Ed.), *Social media e politica. Esperienze, analisi e scenari della nuova comunicazione politica* (pp. 45–62). Torino: UTET Università.
- Cavallaro, M., & Pregliasco, L. (2021). Di cosa parlano i leader politici italiani sui social? Il caso dell'osservatorio «Politica e Social». In C. Riva (Ed.), *Social media e politica* (pp. 81–93). Torino: UTET Università.
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system politics and power*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Cohen, S. (1972). *Folk devils and moral panics: The creation of mods and rockers*. London, UK: Contestable.
- Dal Lago, A. (2012). *Non-persone. L'esclusione dei migranti in una società globale*. 4° edizione. Milano: Feltrinelli.
- De Genova, N. (2016). *The borders of "Europe": Autonomy of migration, tactics of bordering*. Durham, NC: Duke University Press. <https://doi.org/10.1215/9780822372660>
- Faloppa, F. (2011). *Razzisti a Parole (per tacer dei fatti)*. Roma-Bari: Laterza.
- Fairclough, N., Mulderrig, J., & Wodak, R. (2011). Critical discourse analysis. In T. A. van Dijk (Ed.), *Discourse studies. A multidisciplinary introduction* (pp. 357–378). London, UK: Sage.
- Fuchs, C. (2016). Racism, nationalism and right-wing extremism online: The Austrian presidential election 2016 on Facebook. *Momentum Quarterly*, 5(3), 172–196. Retrieved from <https://www.momentum-quarterly.org/ojs2/index.php/momentum/article/view/1772>
- Geer, J. G. (2006). *In defense of negativity: Attack ads in presidential campaigns*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Graziano, P. (2018). *Neopopulismi. Perché sono destinati a durare*. Bologna: Il Mulino.
- Grossi, G. (2011). Sfera Pubblica flussi di comunicazione nell'epoca della rete. In L. Mosca & C. Vaccari (Eds.), *Nuovi media, nuova politica? Partecipazione e mobilitazione online da MoveON al Movimento 5 stelle* (pp. 35–52). Milano: FrancoAngeli.
- Hameleers, M., Bos, L., & de Vreese, C. H. (2017). "They did it": The effects of emotionalized blame attribution in populist communication. *Communication Research*, 44(6), 870–900. <https://doi.org/10.1177/0093650216644026>
- Hart, C. (2013). Argumentation meets adapted cognition: Manipulation in media discourse on immigration. *Journal of Pragmatics*, 59(Part B), 200–209. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2013.06.005>
- Iannelli, L., Splendore, S., Valeriani, A., & Marino, G. (2020). Studiare la polarizzazione politica nello "shockdown mediale". *Mediascapes Journal*, 15, 189–202. Retrieved from <https://rosa.uniroma1.it/rosa03/mediascapes/article/view/17118>
- Johansson B., & Holtz-Bacha, C. (2019). From analogue to digital negativity: Attacks and counterattacks, satire, and absurdism on election posters offline and online. In A. Veneti, D. Jackson, & D. Lilleker (Eds.), *Visual political communication* (pp. 99–118). London, UK: Palgrave Macmillan.
- KhosraviNik, M. (2014). Critical discourse analysis, power and new media discourse. In M. Kalyango (Ed.), *Why discourse matters: Negotiating identity in the mediatized world* (pp. 287–306). New York, NY: Peter Lang.
- KhosraviNik, M. (2017). Social media critical discourse studies (SM-CDS). In J. Flowerdew & J. Richardson (Eds.), *Handbook of critical discourse analysis* (pp. 582–596). London, UK: Routledge.
- KhosraviNik, M. (2018). Social media techno-discursive design, affective communication and contemporary politics. *Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences*, 11(4), 427–442. <https://doi.org/10.1007/s40647-018-0226-y>
- KhosraviNik, M., & Esposito, E. (2018). Online hate, digital discourse and critique: Exploring digitally-mediated discursive practices of gender-based hostility. *Lodz Papers in Pragmatics*, 14(1), 45–68. <https://doi.org/10.1515/lpp-2018-0003>
- KhosraviNik, M., & Unger, J. (2015). Critical discourse studies and social media: Power, resistance and critique in changing media ecologies. In R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of critical discourse studies* (3rd ed., pp. 206–233). London, UK: Sage.
- Kruikemeier, S., van Noort, G., Vliegthart, R., & de Vreese, C. H. (2013). Getting closer: The effects of personalized and

- interactive online political communication. *European Journal of Communication*, 28(1), 53–66. <https://doi.org/10.1177/0267323112464837>
- Krzyżanowski, M. (2014). Values, imaginaries and templates of journalistic practice: A critical discourse analysis. *Social Semiotics*, 24(3), 345–365. <https://doi.org/10.1080/10350330.2014.930607>
- Krzyżanowski, M. (2019). Brexit and the imaginary of ‘crisis’: A discourse-conceptual analysis of European news media. *Critical Discourse Studies*, 16(4), 465–490. <https://doi.org/10.1080/17405904.2019.1592001>
- Krzyżanowski, M. (2020). Discursive shifts and the normalisation of racism: Imaginaries of immigration, moral panics and the discourse of contemporary right-wing populism. *Social Semiotics*, 30(4), 503–527. <https://doi.org/10.1080/10350330.2020.1766199>
- Krzyżanowski, M., Ekman, M., Nilsson, P.-E., Gardell, M., & Christensen, C. (2021). Introduction: Uncivility, racism, and populism: Discourses and interactive practices in anti- and post-democratic communication. *Nordicom Review*, 42(S1), 3–15. <https://doi.org/10.2478/nor-2021-0003>
- Krzyżanowski, M., & Ledin, P. (2017). Uncivility on the web populism in / and the borderline discourses of exclusion. *Journal of Language and Politics*, 16(4), 566–581. <https://doi.org/10.1075/jlp.17028.krz>
- Krzyżanowski, M., Triandafyllidou, A., & Wodak, R. (2018). The mediatization and the politicization of the “refugee crisis” in Europe. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 16(1–2), 1–14. <https://doi.org/10.1080/15562948.2017.1353189>
- Lucchesi, D. (2020). The refugee crisis and the delegitimation of the EU: A critical discourse analysis of newspapers’ and users’ narratives in Italian Facebook pages. *Culture, Practice & Europeanization*, 5(1), 34–51. Retrieved from <https://www.uni-flensburg.de/fileadmin/content/seminare/soziologie/dokumente/culture-practice-and-europeanization/cpe-vol.5-no.1-2020/cpe-5-1-pp34-51-lucchesi-2020.pdf>
- Maneri, M. (2001). Il panico morale come dispositivo di trasformazione dell’insicurezza. *Rassegna Italiana di Sociologia*, 42(1), 5–40. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10281/4245>
- Maneri, M. (2012). L’immigrazione nei media. La traduzione di pratiche di controllo nel linguaggio in cui viviamo. *Anuac*, 1(1), 24–37. <http://doi.org/10.7340/anuac2239-625X-8>
- Maneri, M., & Quassoli, F. (2016). Humanity and security under siege. European discursive politics on immigration and asylum. *DIJALOG*, 1(2), 69–81. Retrieved from <https://boa.unimib.it/retrieve/handle/10281/226362/328513/Dijalog%201-2-2016.pdf#page=69>
- Maneri, M., & Quassoli, F. (2020). *Un attentato «quasi terroristico». Macerata 2018, il razzismo e la sfera pubblica al tempo dei social media*. Roma: Carocci editore.
- Mazzoleni, G. (2014). Mediatization and political populism. In F. Esser & J. Strömbäck (Eds.), *Mediatization of politics* (pp. 42–56). London, UK: Palgrave and Macmillan. [https://doi.org/10.1057/9781137275844\\_3](https://doi.org/10.1057/9781137275844_3)
- Mazzoleni, G., & Bracciale, R. (2018). Socially mediated populism: The communicative strategies of political leaders on Facebook. *Palgrave Communications*, 4, 1–10. <https://doi.org/10.1057/s41599-018-0104-x>
- Mazzoleni, G., & Bracciale, R. (2019). *La politica pop online. I meme e le nuove sfide della comunicazione politica*. Bologna: Il Mulino.
- Mazzoleni, G., & Schulz, W. (1999). “Mediatization” of politics: A challenge for democracy? *Political Communication*, 16(3), 247–261. <https://doi.org/10.1080/105846099198613>
- Milazzo, G. (2020). Inside the screen. L’agenda social dei leader Politici. *Comunicazione politica. Quadrimestrale dell’Associazione Italiana di Comunicazione Politica*, 21(3), 457–464. <https://doi.org/10.3270/98804>
- Moffitt, B. (2016). *The global rise of populism: Performance, political style, and representation*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Mosca, L., & Vaccari, C. (2011). *Nuovi media, nuova politica? Partecipazione e mobilitazione online da MoveOn al Movimento 5 stelle*. Milano: FrancoAngeli.
- Mudde, C. (2004). The populist zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4),

- 541–563. <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x>
- Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (2013). Exclusionary vs. inclusionary populism: Comparing contemporary Europe and Latin America. *Government and Opposition*, 48(2), 147–174. <http://doi.org/10.1017/gov.2012.11>
- Musolff, A. (2012). *Immigrants and parasites: The history of a bio-social metaphor*. In M. Messer, R. Schroeder, & R. Wodak (Eds.), *Migrations: Interdisciplinary perspectives* (pp. 249–258). Berlin: Springer.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Plasser, F., & Ulram, P. A. (2003). Striking a responsive chord: Mass media and right-wing populism in Austria. In G. Mazzoleni, J. Stewart, & B. Horsfield (Eds.), *The media and neo-populism: A contemporary comparative analysis* (pp. 21–43). Westport, CT: Praeger.
- Rega, R., & Bracciale, R. (2018). La self-personalization dei leader politici su Twitter. Tra professionalizzazione e intimitizzazione. *The Lab's Quarterly*, 20(2), 61–86. Retrieved from <https://thelabsquarterly.files.wordpress.com/2018/06/the-labs-quarterly-2018-2-3-rossella-rega-roberta-bracciale.pdf>
- Reisigl, M., & Wodak, R. (2001). *Discourse and discrimination: The rhetorics of racism and antisemitism*. London, UK: Routledge.
- Triandafyllidou, A. (1998). National identity and the 'other'. *Ethnic and Racial Studies*, 21(4), 593–612. <https://doi.org/10.1080/014198798329784>
- van der Brug, W., D'Amato, G., Ruedin, D., & Berkhout, J. (2015). *The politicisation of migration*. London, UK: Routledge.
- van Leeuwen, T. (1996). The representation of social actors. In C. R. Coulthard & M. Coulthard (Eds.), *Texts and practices: Readings in critical discourse analysis* (pp. 32–70). London, UK: Routledge.
- van Leeuwen, T., & Wodak, R. (1999). Legitimizing immigration control: A discourse-historical analysis. *Discourse Studies*, 1(1), 83–118. <https://doi.org/10.1177/1461445699001001005>
- Vollmer, B. A. (2017). A hermeneutical approach to European bordering. *Journal of Contemporary European Studies*, 25(1), 1–15. <https://doi.org/10.1080/14782804.2016.1148591>
- Volpato, C. (2011). *Deumanizzazione: Come si legittima la violenza*. Roma-Bari: LaTerza.
- Wodak, R. (1996). "The genesis of racist discourse in Austria since 1989". In C. R. Coulthard & M. Coulthard (Eds.), *Texts and practices: Readings in critical discourse analysis* (pp. 107–128). London, UK: Routledge.
- Wodak, R. (2015). *The politics of fear. What right-wing populist discourses mean*. London, UK: Sage.
- Wodak, R. (2017). "Strangers in Europe". A discourse-historical approach to the legitimization of immigration control 2015/16. In S. Zhao, E. Djonov, A. Björkvall, & M. Boeriis (Eds.), *Advancing multimodal and critical discourse studies: Interdisciplinary research inspired by Theo van Leeuwen's social semiotics* (pp. 31–49). New York, NY: Taylor & Francis. <https://doi.org/10.4324/9781315521015>
- Wodak, R., & Meyer, M. (2001). Critical discourse analysis: History, agenda, theory, and methodology. In R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods for critical discourse analysis* (2nd rev. ed., pp. 1–33). London, UK: Sage.
- Wodak, R., & Meyer, M. (2015). *Methods of critical discourse studies* (3rd ed.). London, UK: Sage.
- Zappettini, F. (2019). The Brexit referendum: How trade and immigration in the discourses of the official campaigns have legitimised a toxic (inter)national logic. *Critical Discourse Studies*, 16(4), 403–419. <https://doi.org/10.1080/17405904.2019.1593206>
- Ziccardi, G. (2016). *L'odio online. Violenza verbale e ossessioni*. Milano: Raffaello Cortina.