

Zeitschrift: Bulletin suisse de linguistique appliquée / VALS-ASLA
Herausgeber: Vereinigung für Angewandte Linguistik in der Schweiz = Association suisse de linguistique appliquée
Band: - (2023)
Heft: 118: Le istituzioni pubbliche sui social media : lingua e comunicazione = Les institutions publiques sur les réseaux sociaux : langue et communication

Artikel: Da Meloni di "uno straccio di idea" a Meloni della "questione non peregrina" : comunicazione elettorale e comunicazione istituzionale a confronto
Autor: Bianco, Antonio / Zanchi, Chiara
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1063009>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 14.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Da Meloni di "uno straccio di idea" a Meloni della "questione non peregrina": comunicazione elettorale e comunicazione istituzionale a confronto¹

Antonio BIANCO

Università di Bergamo
Scuola di dottorato in Scienze Linguistiche
19, via Salvecchio, 24129 Bergamo, Italy
antonio.bianco@unibg.it
ORCID: 0009-0001-2070-8423

Chiara ZANCHI

Università di Pavia
Dipartimento di Studi Umanistici
2, Piazza del Lino, 27100 Pavia, Italy
chiara.zanchi@unipv.it
ORCID: 0000-0001-9216-9986

Politicians employ linguistic and argumentative strategies to persuade voters, for example by attacking opponents or praising allies (Brocca et al. 2016). To achieve these goals, politicians often resort to explicit or implicit persuasive strategies. The latter can more effectively disengage the recipient's epistemic vigilance (Sperber et al. 2010). Considering these aspects, the study aims to observe whether political speeches, varying in communicative contexts and formality levels, resort to explicit and implicit persuasive strategies differently. So, the analysis examined three speeches delivered by Giorgia Meloni in different communicative contexts, disseminated via YouTube. The speeches are as follows: 1) Closing speech of the electoral campaign (22/9/22); 2) First speech as Prime Minister (25/10/22); 3) Post-European Council press conference (30/5/23). Firstly, we considered the explicit strategies, focusing specifically on lexical choices. In this regard, we calculated the breadth and lexical diversity of the three selected speeches, and then we proceeded with a qualitative comparison of the key terms used for manipulative purposes. We then analyzed, both quantitatively and qualitatively, the implicit strategies (implicitness of content and implicitness of responsibility) used to convey biased information. The lexical analysis revealed that the degree of formality and the communicative contexts influence both syntactic structure and lexical breadth. Furthermore, all speeches tend to utilize terms readily available. Regarding to implicit communication, Meloni tends to resort frequently to implicitness of content (vagueness, implicatures), particularly to convey attacks. Instead, the implicitness of responsibility (Topic, presuppositions) is more commonly used in the campaign speech: the sharing of political and cultural ideals enhances the persuasive power of these implicit strategies, based precisely on the emitter's ability to present debatable information as already known to the audience.

Keywords:

political discourse, lexical analysis, persuasive strategies, presuppositions, topic, implicatures, vagueness.

Parole chiave:

discorso politico, analisi lessicale, strategie persuasive, presupposizioni, topic, implicature, vaghezza.

¹ Il lavoro è frutto della collaborazione continua dei due autori. Per i fini dell'accademia italiana, Antonio Bianco è responsabile delle sezioni 1 e 4, mentre Chiara Zanchi delle sezioni 2 e 3. La sezione 5 è stata scritta congiuntamente da entrambi gli autori.

1. Introduzione

La politica è legata alla persuasione (Cavazza 2006): la comunicazione politica ha l'obiettivo di indurre atteggiamenti nell'elettorato e di influenzarne l'espressione del voto (Dell'Anna 2010: 11). Il discorso politico è, difatti, "un tipo particolare di interazione, volta a stabilire o a rafforzare il consenso nei confronti di un partito, di un movimento o di uno specifico esponente" (Spina 2012: 81). La Pragmatica e la Teoria dell'Argomentazione (Brocca et al. 2016; Lombardi Vallauri 2019; Macagno 2022, tra gli altri) hanno esaminato le strategie persuasive usate dai politici per raggiungere tali fini. Tali strategie sono state classificate secondo la loro esplicitezza, in termini di disponibilità del contenuto per il destinatario e di impegno dell'emittente sul valore di verità del messaggio. Tra le strategie esplicite, sono state analizzate le scelte lessicali e stilistiche di alcuni politici e partiti (Dell'Anna 2010; Antonelli 2017; Combei 2020) e il ricorso a espressioni pronominali e deittiche (Desideri 1984). Tuttavia, l'effetto persuasivo delle strategie esplicite può essere attenuato dalla vigilanza epistemica (Sperber et al. 2010), che induce il destinatario a mettere in discussione le informazioni ricevute. Pertanto, i politici ricorrono frequentemente a strategie implicite che, veicolando surrettiziamente le informazioni, permettono di eludere più agevolmente la vigilanza epistemica del destinatario (Lombardi Vallauri & Masia 2014, sezione 2.2).

Alla luce di queste premesse, l'articolo indaga se, nella comunicazione politica e istituzionale della Presidente del Consiglio e leader di Fratelli di Italia (FDI) Giorgia Meloni, le strategie persuasive esplicite e implicite varino al variare del genere testuale (Dell'Anna 2010: 36-56), dell'ufficialità e del contesto di proferimento del discorso. Sono stati analizzati i primi dieci minuti di tre discorsi di Meloni, pronunciati in contesti comunicativi differenti e ricoprendo ruoli più o meno istituzionali, e diffusi via YouTube dal canale ufficiale di FDI e da quello istituzionale di Palazzo Chigi.

L'articolo è strutturato come segue. La Sezione 2 delinea le peculiarità del discorso politico nell'era digitale e le caratteristiche persuasive degli impliciti. La Sezione 3 descrive il corpus e le metodologie di analisi. La Sezione 4 presenta i risultati, con particolare attenzione alle strategie implicite. La Sezione 5 contiene brevi conclusioni.

2. Comunicazione politica e impliciti linguistici

2.1. *La comunicazione politica 2.0*

Con il web 2.0, i politici usano costantemente piattaforme digitali e social media (Facebook, Instagram, X, YouTube) per comunicare e interagire in tempo reale con gli utenti della rete (Novelli 2018). Il successo della comunicazione politica via social è dovuto alla possibilità per i politici di prendere parola autonomamente su qualunque argomento (Antonelli 2017) e di raggiungere

senza mediazioni un numero sempre più ampio di elettori (Bentivegna 2015: 36). L'uso di risorse digitali ha, da un lato, estremizzato l'individualizzazione del discorso e, dall'altro, comportato un rinnovamento delle strategie retoriche e linguistiche utilizzate dai politici e dal loro staff (Spina 2012; Bentivegna 2015). In particolare, l'ecosistema mediale e la necessità da parte di questa "nuova generazione di leader social" (Novelli 2018: 153) di imporre la propria narrazione hanno radicalizzato la tendenza a usare schemi argomentativi improntati all'(ant-)agonismo (Spina 2012).

Come vedremo (Sezione 4.2), l'uso di schemi narrativi antagonistici si traduce, specie nella comunicazione populista (Wodak 2015), in una ricerca della contrapposizione con i leader e i partiti avversari e nella creazione di polarizzazioni tra categorie *ingroup* – presentate in termini positivi e in cui l'emittente si identifica – e *outgroup* da cui l'emittente si distacca (van Dijk 2004). Inoltre, la ricerca di consenso impone l'uso di strategie comunicative che puntano al coinvolgimento emotivo del destinatario con un frequente utilizzo di espressioni legate alle emozioni e con il racconto di esperienze di vita quotidiana (Ernst et al. 2019). La combinazione di una narrazione polarizzante e rivolta a un pubblico vasto ha reso necessario per i politici adottare uno stile altamente semplificato rispetto al "politichese" (Dell'Anna 2010: 83) e vicino a quello del destinatario ("paradigma del rispecchiamento", in Antonelli 2017: 21-28). Questa semplificazione si avvale di una sintassi iper-semplificata (Spina 2012: 35) e di un linguaggio volutamente colloquiale (Antonelli 2017) e tendente a banalizzazione e ripetizione (Mengaldo 1994: 55; Spina 2012: 36; vedi anche Combei 2020). Tuttavia, nonostante queste tendenze, burocratismi (Raso 2005), tecnicismi ed espressioni astratte sono ancora sfruttati poiché permettono all'emittente di incrementare la propria credibilità e/o mascherare la debolezza dell'argomentazione (Spina 2012: 28-31).

2.2. *Gli impliciti come strumento persuasivo*

I contenuti impliciti non sono elementi accessori di un testo ma appartengono al suo contenuto semantico (Sbisà 2007) e completano quanto comunicato esplicitamente (Domaneschi 2014: 57). Gli impliciti linguistici sono stati classificati da Lombardi Vallauri & Masia (2014) in due tipologie: impliciti della responsabilità (presupposizioni e Topic) e impliciti del contenuto (implicature e vaghezza). Queste tipologie differiscono per funzioni ed effetti persuasivi.

Le presupposizioni sono contenuti la cui verità viene data per scontata (Sbisà 2007: 20) e presentati come informazioni presenti nella memoria a lungo termine del destinatario (Lombardi Vallauri 2019: 174). Le presupposizioni sono legate all'uso di "attivatori" (Levinson 1985)². Tra i principali vi sono i sintagmi nominali definiti, i verbi fattivi (p.e. *biasimare*, *ignorare*), alcune subordinate

² La Sezione 4 esamina alcuni attivatori presupposizionali. Per una lista esaustiva per l'italiano, si veda Domaneschi (2014: 154-160).

circostanziali (temporali, causali, comparative e ipotetiche controfattuali) e le relative restrittive a testa definita (Lombardi Vallauri 2009: 32-35). A livello persuasivo, l'emittente, presupponendo un contenuto non *bona fide* vero e non asserito, "finge" che quel contenuto sia già in possesso del destinatario (Sbisà 2007; Lombardi Vallauri & Masia 2014) deresponsabilizzandosene: non è identificato dal destinatario come fonte di quella informazione (Lombardi Vallauri 2019: 144). Ciò fa sì che il destinatario processi con ridotta vigilanza epistemica i contenuti presupposti perché li percepisce come parte delle sue conoscenze.

Come Cresti (2000) e Lombardi Vallauri (2009), consideriamo Topic la porzione di enunciato che fornisce informazione accessoria alla quale "agganciare" il Focus, la parte dell'enunciato che ne veicola lo scopo informativo. È frequente che Topic e Focus si sovrappongano a Dato (informazione attiva nella memoria a breve termine del destinatario) e Nuovo (informazione non attiva): Topic e Focus possono essere considerati come delle modalità di espressione di Dato e Nuovo (Lombardi Vallauri 2009: 16). Il parlante può segnalare Topic e Focus in diversi modi. Nell'oralità al Focus è generalmente legata la prominente intonativa dell'enunciato (p.e. maggiore intensità della voce e durata della sillaba), mentre il Topic è il più delle volte segnalato dall'assenza di un vero picco intonativo (Lombardi Vallauri 2009: 105-107). Inoltre anche determinate strutture sintattiche (p.e. frasi scisse o pseudo-scisse), caratterizzate da precise configurazioni prosodiche (Cresti 2000), segnalano l'alternanza tra Topic e Focus. Gli usi persuasivi dei Topic riguardano proprio casi di informazione nuova e discutibile presentata come marginale: la tendenza del Topic a veicolare informazione Data fa sì che il destinatario non la processi con la dovuta vigilanza poiché la ritiene già in suo possesso (Lombardi Vallauri 2019).

Le implicature, per Grice (1975), sono significati che si aggiungono a quanto detto esplicitamente (Sbisà 2007: 95) e non incidono sul valore di verità dell'enunciato (Domaneschi 2014: 58). Grice (1975) ne distingue due tipi: implicature convenzionali e conversazionali. Le prime dipendono dal significato convenzionale di alcune espressioni (p.e., *ma*, *quindi*, *finalmente*, *perfino*). Le seconde sono significati impliciti di natura strettamente inferenziale (Levinson 1985) e non dipendono direttamente dalle espressioni usate. Il "calcolo" delle implicature dipende dall'aspettativa dei parlanti riguardo al fatto che, in uno scambio comunicativo, ci si attenga al Principio di Cooperazione e alle Massime Conversazionali (Grice 1975). Nei casi in cui l'emittente violi apertamente una o più Massime si parla di "implicature di riparazione" (Sbisà 2007). Le implicature di riparazione spiegano molte figure retoriche come la metafora, l'iperbole e l'ironia. L'effetto persuasivo delle implicature risiede nel fatto che devono essere elaborate dal destinatario. L'emittente è deresponsabilizzato dall'aver introdotto un contenuto discutibile e il destinatario, ritenendo di aver introdotto personalmente quell'informazione, è, per l'*egocentric bias* (Reboul 2011), meno propenso a metterla in discussione.

La vaghezza riguarda espressioni e strutture sintattiche che possono indicare nello stesso contesto entità o stati di cose differenti (Machetti 2006). Casi tipici di vaghezza semantica sono i *general extender* (p.e. *e cose del genere*; Fiorentini 2018), gli indefiniti e le forme di mitigazione (p.e. *in un certo senso*); la vaghezza sintattica è in genere ottenuta con la forma passiva, che permette di mettere sullo sfondo o omettere l'agente, e con l'omissione degli altri argomenti del verbo. La vaghezza in certa misura è sistemica nel linguaggio umano (De Mauro 1982), ma può anche essere intenzionale (Voghera 2012: 342). Nella comunicazione politica, la vaghezza è spesso una precisa scelta manipolativa (Mannaioli 2023): le espressioni vaghe garantiscono gli stessi effetti delle implicature deresponsabilizzando l'emittente dall'aver introdotto un contenuto discutibile e lasciando al destinatario il compito di arricchire il significato sottospecificato (Lombardi Vallauri 2019: 104).

Impliciti diversi possono co-occorrere nella stessa stringa di testo (Lombardi Vallauri & Masia 2014), il che aumenta l'efficacia manipolatoria del messaggio. Inoltre, Brocca et al. (2016) e Garassino et al. (2019) suggeriscono che gli impliciti sono generalmente associati a cinque funzioni comunicative: difesa, attacco, espressione di opinioni personali, autoelogio ed elogio di altri. Tali funzioni risultano tanto più efficaci quanto più attuate implicitamente.

Nella sezione 4.2, adottando la metodologia di Lombardi Vallauri & Masia (2014), quantificheremo gli impliciti presenti nei testi considerati, la loro estensione in rapporto alla lunghezza complessiva del testo e l'indice globale di implicitezza di ciascun discorso. L'analisi permetterà di operare confronti tra i testi analizzati e di verificare se l'uso degli impliciti e le funzioni comunicative siano sensibili alle dimensioni di variazione scelte per la selezione dei discorsi (sezione 3.1). Per esempio, è possibile ipotizzare che i discorsi comiziali siano maggiormente improntati all'attacco rispetto a discorsi più istituzionali. L'analisi permetterà, inoltre, di raffrontare i risultati ottenuti con il lavoro di Cominetti et al. (2023).

3. Dati e metodi

3.1. Il corpus

Il corpus comprende porzioni di tre discorsi pronunciati da Meloni nel 2022 e nel 2023. Per ognuno sono stati trascritti i primi dieci minuti in modo da preservare coesione e coerenza testuale e avendo così a disposizione una sequenza discorsiva compiuta per l'analisi. La trascrizione di questi discorsi è in Appendice 1.³ Ciascun discorso è numerato per rigo, e a tale numerazione si fa riferimento discutendo i risultati nella Sezione 4. Trattandosi di trascrizioni di discorsi orali, l'introduzione della punteggiatura è stata un'operazione

³ L'Appendice è liberamente consultabile e scaricabile al link: https://github.com/unipv-larl/Appendice_Da-Meloni-di-uno-straccio-di-idea-a-Meloni-della-questione-non-peregrina.

interpretativa necessaria alla trascrizione. Per compiere tale operazione, ci siamo attenuti alle convenzioni discusse in Ferrari et al. (2018).

I discorsi sono stati diffusi su YouTube dal canale istituzionale di Palazzo Chigi e dall'account di FDI. YouTube appartiene al *toolkit* elettorale di partiti e leader politici. Inoltre, come dimostra il discorso d'insediamento diffuso dall'account di Palazzo Chigi, YouTube è usato dalle istituzioni come strumento d'informazione, spesso in tempo reale, per i cittadini. Dato che YouTube garantisce contatto diretto con i cittadini e uno spazio conversazionale attraverso i commenti, l'uso di questa piattaforma può essere incluso tra le pratiche di semplificazione della comunicazione istituzionale. Il successo di YouTube nella comunicazione politica deriva anche dalla sua possibilità di diffusione su altri social: YouTube può essere definita "la TV globale del nuovo millennio" (Amenta 2015) completamente auto-gestita dagli utenti. Infine, YouTube offre la possibilità di pubblicare video di generi molto diversi (Simonsen 2011), come mostrano i tre discorsi qui discussi: si tratta di testi differenti che – tenendo conto del contesto comunicativo, dell'ufficialità e della tipologia di parlato – formano un *continuum*.

Il primo testo è il discorso di chiusura della campagna elettorale del 2022⁴. È un discorso di tipo comiziale (Mazzoleni 1998) con un basso grado di ufficialità: Meloni interviene in qualità di *leader* di partito. Il discorso, non classificabile come parlato conversazionale spontaneo (Lubello & Nobili 2018: 89), è rivolto a un pubblico ideologicamente compatto e parte dell'*ingroup* di Meloni. Al polo opposto del *continuum*, si colloca il discorso di insediamento di Meloni come Presidente del Consiglio. Si tratta di un discorso istituzionale programmatico (Bolasco 1996), cioè un discorso proferito in sedi istituzionali da chi ricopre cariche ufficiali. Il discorso mostra le caratteristiche tipiche dello scritto-parlato (Nencioni 1976): l'eloquio è controllato e basato su una versione scritta. Nonostante il contesto comunicativo e il ruolo dell'emittente, Meloni è nel momento del discorso anche *leader* di FDI. Ciò determina, come vedremo (Sezione 4), una sovrapposizione con "il discorso di parte" (Dell'Anna 2010: 28), che si riflette sia sulla componente lessicale e sui temi trattati sia sull'uso degli impliciti. Inoltre, sebbene il discorso sia in primo luogo rivolto ai membri del Parlamento, l'uso di YouTube fa sì che il testo possa arrivare ai cittadini, il che contribuisce a spiegare la presenza di mezzi persuasivi. Il terzo discorso si pone, per ufficialità e contesto, in posizione intermedia rispetto agli altri due: è un'intervista giornalistica rilasciata al termine di un Consiglio Europeo dedicato all'immigrazione⁵. Si tratta, quindi, di un'oralità mediata (Dell'Anna 2010: 44): le domande sono poste dai giornalisti e su di esse Meloni elabora in maniera estemporanea le proprie risposte. La comunicazione è di tipo unidirezionale e i

⁴ La trascrizione è stata effettuata dal min. 1.50, escludendo l'intervento di Pino Insegno.

⁵ Non sono state trascritte le domande poste dai giornalisti.

principali fruitori del discorso (altri politici e cittadini) sono assenti dal contesto comunicativo.

3.2. Metodologia per l'analisi lessicale e degli impliciti disonesti

Per indagare le scelte lessicali e stilistiche di Meloni nei tre discorsi campionati abbiamo usato metodologie di tipo qualitativo e quantitativo.

Anzitutto, abbiamo analizzato le espressioni diafasicamente più connotate e le scelte lessicali che più fanno presa sull'uditorio aumentando, ad esempio, l'autorevolezza della fonte o suscitando emotività. Inoltre, come Combei (2020), abbiamo calcolato l'ampiezza e la diversità lessicale dei tre discorsi computandone il rapporto tra parole (*token*) e forme (*type*) e il rapporto tra lemmi e forme. Per fare ciò abbiamo usato SketchEngine, che ha anche permesso, attraverso la funzione *wordlist*, di estrarre le parole più frequenti in ciascun discorso⁶. Per analizzare la povertà/ricchezza lessicale dei discorsi, abbiamo calcolato, con uno script di Python *ad hoc* (cfr. Appendice 3), la frequenza di lemmi che non appartengono al *Nuovo Vocabolario di Base* dell'italiano (De Mauro 2016)⁷.

L'analisi degli impliciti adotta metodi del progetto IMPAQTS (<https://impaqts.it>; Cominetti et al. 2022). I soli impliciti analizzati sono quelli che veicolano contenuti non indiscutibilmente veri e che realizzano le funzioni comunicative discusse nella sezione 2.2. Questo permette di distinguere gli impliciti disonesti usati con finalità persuasive dagli impliciti con sole funzioni testuali (Ferrari 2014). Come si vede in Appendice 1, in corrispondenza dell'implicito è stata sottolineata la porzione di testo che lo contiene e aggiunta un'etichetta con la tipologia di implicito e la sua funzione comunicativa.

L'analisi quantitativa degli impliciti ha seguito la metodologia di Lombardi Vallauri & Masia (2014). Tale metodologia prevede che a ogni tipo di implicito sia assegnato un indice di implicezza ("index of concealment effectiveness", ivi: 167), che indica l'efficacia dell'implicito nel celare un contenuto o la responsabilità dell'emittente.

Le presupposizioni hanno il valore più alto (indice 4): il ricevente può non accorgersi mai che l'informazione presupposta è stata introdotta dall'emittente. I Topic (indice 3) hanno un valore più basso delle presupposizioni poiché l'informazione discutibile è presentata come presente nella memoria a breve termine del destinatario e non in quella a lungo termine. Tra gli impliciti del contenuto, l'indice più alto (indice 3) è assegnato alla vaghezza e alle implicature conversazionali: entrambe lasciano parte del contenuto inespresso e legato alle inferenze del destinatario. Le implicature convenzionali hanno l'indice di implicezza più basso (indice 1) dato che sono legate a elementi

⁶ <https://www.sketchengine.eu/>.

⁷ <https://www.dropbox.com/s/mkcyo53m15ktbnp/nuovovocabolariodibase.pdf?dl=0>.

lessicali e richiedono meno processi inferenziali di elaborazione.⁸ Qualora una porzione di testo presenti co-occorrenza di impliciti, i relativi indici vanno sommati. Sulla base di tali indici, è possibile quantificare l'impatto globale dell'implicitezza in un testo come segue. L'estensione (in numero di caratteri) di ogni porzione di testo contenente un implicito è moltiplicata per l'indice di intensità corrispondente al tipo di implicito (l'indice di intensità pesa in proporzione all'estensione dell'implicito). La somma di tutti questi valori rappresenta l'indice di implicitezza globale del testo. Inoltre, sommando l'estensione dei diversi tipi di impliciti, è possibile ottenere l'estensione complessiva degli impliciti presenti in un testo (Lombardi Vallauri & Masia 2014: 172).

Nella sezione 4.2 saranno commentati i valori di estensione e di implicitezza globale, ottenuti per ciascuno dei testi considerati, e discusse le funzioni degli impliciti. In Appendice 2 sono, invece, riportate le tabelle di calcolo.

4. Risultati

4.1. Aspetti sintattico-lessicali

Dal punto di vista sintattico, il grado di ufficialità del discorso e il contesto comunicativo incidono sulla strutturazione dei testi. Difatti, il discorso di insediamento e il discorso post-Consiglio Europeo mostrano maggiore complessità sintattica, dettata principalmente dal ricorso alla subordinazione (rr. 26-28, 52-54 nell'intervista) e dall'assenza della sintassi franta osservabile nel discorso comiziale (rr. 30-33, 39-43). È probabile che ciò dipenda dal fatto che Meloni si rivolga non (direttamente) ai cittadini, ma alle Camere e ai giornalisti. Emerge, dunque, la necessità di adottare uno stile adeguato al contesto istituzionale. Di contro, il discorso comiziale mira a raggiungere un pubblico più ampio possibile e deve, pertanto, tendere all'immediatezza e alla semplicità stilistica. Questi effetti sono ottenuti riducendo le subordinate e con il ricorso a frasi brevi (rr. 39-43) e a effetto (rr. 62-72). Inoltre, sono frequenti i parallelismi sintattici (rr. 22, 40-41) e gli elenchi (rr. 19-21, 47-51, 85-88), che concorrono a semplificare la struttura del testo (Nobili 2019).

Riguardo all'ampiezza lessicale (Tabella 1), il discorso di insediamento e quello comiziale sembrano indebolire l'ipotesi (sezione 2.1) secondo cui il lessico della politica contemporanea sia ripetitivo: i valori dei rapporti forme-parole sono piuttosto alti rispetto a quelli del discorso post-Consiglio. Questo dato è probabilmente da ricondurre a una certa ripetitività tematica dell'intervista giornalistica, incentrata sui risultati del Consiglio Europeo e sulla gestione delle migrazioni: proprio termini come *consiglio* (11 occorrenze) e *migrazione* (10 occorrenze) sono tra i più frequenti nel discorso. Tale ripetitività potrebbe essere

⁸ Si tralasciano le implicature generalizzate poiché non individuate, con fine manipolatorio, nei testi analizzati.

dovuta anche al fatto che, trattandosi di un'intervista, Meloni risponda alle domande dei giornalisti senza seguire un testo elaborato in precedenza.

Analizzando le parole che si discostano dal *Nuovo Vocabolario di Base*, osserviamo che il discorso d'insediamento è quello che le usa con maggiore frequenza (12,3%; Tabella 1): si vedano termini come *susseguirsi*, *riverenza*, *deriva*, *battagliere*, *anteponendo*, *sancire*, *osato*. Inoltre contribuiscono a innalzare il registro metafore di non facile comprensibilità (rr. 39-40) e riferimenti alla storia italiana (rr. 41-45, 94-99) che, in sinergia con espressioni legate alle aree semantiche dell'impegno (*dovere*, *responsabilità*, *riverenza*, *profondo rispetto*) e dei principi di giustizia e costituzionalità (*diritti*, *doveri*, *sovranità*, *dovere civico*, *coesione*, *volontà popolare*, *Costituzione*), concorrono a conformare il testo al contesto istituzionale e a conferire autorevolezza alla neo-eletta Presidente del Consiglio. L'innalzamento del registro è presente anche nelle dichiarazioni post-Consiglio in cui è possibile osservare, nonostante l'inferiore diversità lessicale e un più moderato distacco dal *Nuovo Vocabolario di Base* (circa 9%), la presenza di termini tecnici appartenenti al lessico burocratico-amministrativo (*ricollocamenti*, *dimensione esterna*, *fondi coesione e PNRR*, *approvvigionamenti*, *demografia*, *revisione del bilancio pluriennale*, *partenariato strategico*) o, comunque, diafasicamente elevati (*questione peregrina*, *movimenti primari*, *antipodi*, *solidali*). Questi termini, assenti nel discorso comiziale, fanno sì che Meloni possa accreditarsi come esponente istituzionale, anche in ambito europeo, agli occhi di giornalisti e/o di altri politici. A questo proposito, si noti il ricorso a espressioni che rimandano all'attività svolta da Meloni nell'ambito del Consiglio Europeo (rr. 24-25, 40-41, 128-130) e alla concretizzazione della sua attività politica nei documenti ufficiali (rr. 11, 16-19, 32-34). Inoltre, i tecnicismi potrebbero avere anche un risvolto persuasivo: non permettono a tutti i destinatari di comprendere pienamente (Lubello & Nobili 2018: 73), e quindi di vagliare criticamente, le informazioni veicolate dall'emittente.

Dunque, i parametri di variazione considerati hanno un ruolo nelle scelte lessicali. Questo dato emerge confrontando il discorso istituzionale e l'intervista giornalistica con il discorso comiziale che, infatti, è caratterizzato prevalentemente (solo il 7,5% se ne distacca) dall'uso del lessico fondamentale e di alta disponibilità (*paura*, *amici*, *povertà*, *amore*, *odio*, *menzogna*, *nazione*, *famiglia*). Inoltre, sono presenti anche colloquialismi (es. *straccio di idea*) e espressioni tipiche del lessico giornalistico e dei *talk show* (p.e. *turarsi il naso*, *inciucisti* e *trasformisti*). Tuttavia, anche nel discorso comiziale troviamo espressioni formali e di scarsa frequenza come *asservire*, *soloni*, *prezzolati*, *congeniale*, *d'oltralpe*, *armamentario*. Come si vedrà nella sezione 4.2, alcune di queste espressioni (p.e. *soloni*, *prezzolati*, *battagliere*) sono usate in enunciati ironici rivolti ad avversari politici per sottolinearne la distanza dall'*ingroup*, cioè la maggioranza degli italiani che Meloni aspira a rappresentare.

A livello semantico, è interessante osservare nel discorso comiziale la presenza di espressioni connesse con le emozioni (p.e. *paura*, *speranza*, *orgoglio*, *entusiasmo*, *terrore*, *sinistra rabbiosa*, *pudore*, *preoccupazione*), che concorrono a incrementare la persuasività del discorso. Cavazza (2006) e Wodak (2015) hanno notato come sia vantaggioso suscitare l'emotività dell'uditorio, stimolandone la parte irrazionale. Quest'effetto è incrementato nel contesto comiziale, in cui vi è una forte interazione emotiva tra emittente e destinatario. Quindi, anche l'appello alla sfera emotiva sembra essere correlato al contesto comunicativo e all'ufficialità del discorso: il discorso istituzionale e le dichiarazioni post-Consiglio europeo non presentano espressioni emotivamente connotate. Questo è significativo in riferimento all'intervista giornalistica dedicata alla gestione delle migrazioni, tema spesso affrontato sia in ambito politico sia giornalistico con toni sensazionalistici (X Rapporto Carta di Roma).⁹ In questo discorso, almeno esplicitamente, sembra prevalere una narrazione più informativa e argomentativa che si riflette, come detto, nel periodare più ampio e complesso e in una formulazione chiara degli argomenti a sostegno delle proprie tesi. A questo proposito, si notino per esempio le espressioni di riformulazione (rr. 9-10, 17-18, 24-25) e riassuntive (rr. 27, 36, 108). Come si vedrà (sezione 4.2), strettamente connesso con questo maggiore rigore argomentativo è il minore ricorso a enunciati ironici, forme di *humor*) e a strategie di avvicinamento attanziale.

Discorso	Parole	Lemmi	Forme	Forme/Parole	Lemmi/Forme	Frequenza di lemmi al di fuori del Vocabolario di Base
Comizio elettorale	882	302	387	0.4387	0.7803	7,5%
Discorso di insediamento	1.186	463	596	0.5025	0.7768	12,3%
Intervista	1.582	423	563	0.3557	0.7512	8,87%

Tabella 1: Ampiezza del lessico e incidenza del *Nuovo Vocabolario di Base*

4.2. Strategie persuasive implicite

Meloni in tutti e tre i discorsi ricorre agli impliciti per veicolare informazioni discutibili: a livello di estensione, gli impliciti occupano il 16,30% del discorso d'insediamento, il 21,50% dell'intervista giornalistica e il 23,40% del comizio elettorale (Tabella 2). Questo dato, peraltro, è in linea con quanto rilevato in Cominetti et al. (2023: 54-55): i politici di destra ricorrono frequentemente agli impliciti.

Considerando l'estensione e l'impatto degli impliciti (indice di implicitezza*estensione), si nota come l'uso degli impliciti tenda a variare in relazione al genere testuale, al contesto e all'ufficialità del discorso. Difatti, gli

⁹ <https://www.cartadiroma.org/osservatorio/rapporti/>.

impliciti hanno più impatto ed estensione nel discorso comiziale (più spontaneo e non ufficiale) e meno nel discorso d'insediamento (più controllato e ufficiale), mentre l'intervista occupa una posizione intermedia in relazione a questi parametri e alla presenza di impliciti. Anche Cominetti et al. (2023: 56-57) hanno osservato come i politici, a prescindere dall'appartenenza politica, sembrano essere più impliciti proprio nei contesti non istituzionali e informali (p.e. comizi), dove la necessità di persuadere gli elettori e di rafforzarne l'identità ideologica è maggiore.¹⁰

È possibile, inoltre, che il minor ricorso agli impliciti nel discorso d'insediamento dipenda anche dalle tematiche affrontate (Cominetti et al. 2023: 58). Nella prima parte del discorso, Meloni formula ringraziamenti istituzionali (rr. 13-19) e menziona fatti storici (rr. 41-45), mentre affronta questioni politiche solo più avanti, dove gli impliciti diventano una risorsa per riferirsi alle opposizioni e ai governi precedenti (p.e. rr. 57-59, 81-83).

	Comizio elettorale	Discorso di insediamento	Intervista
Estensione impl. responsabilità	6,80%	3,70%	3,80%
Estensione impl. contenuto	16,60%	12,60%	17,70%
Tot. estensione impliciti	23,40%	16,30%	21,50%
Impatto impl. responsabilità	0,2823	0,1440	0,1327
Impatto impl. contenuto	0,5406	0,3768	0,5141
Tot. impatto implicitezza	0,8229	0,5208	0,6468

Tabella 2: Estensione impliciti e impatto implicitezza globale nei discorsi analizzati

In relazione alle funzioni comunicative emerge che quella più di frequente associata agli impliciti è l'attacco (Tabella 3), mentre le funzioni di (auto-)elogio e di espressione di opinioni soggettive risultano poco rappresentate (rispettivamente 7 e 2 occorrenze) nei testi analizzati. Questo dato dipende, probabilmente, sia dall'antagonismo tipico del discorso politico contemporaneo (sezione 2.1) sia dal fatto che l'attacco è una funzione comunicativa più compromettente per l'emittente rispetto all'opinione personale e all'autoelogio (Garassino et al. 2019: 203). Difatti, sia nel discorso comiziale sia nel discorso d'insediamento, l'autoelogio è veicolato anche esplicitamente (rr. 18-19, 20-21, 72-73 nel discorso d'insediamento). A questo proposito, è peraltro probabile che il consenso elettorale appena ottenuto garantisca a Meloni di non essere smentita su quanto di positivo asserito.

Tuttavia, gli impliciti con funzione d'attacco sono più frequenti nel discorso comiziale (Tabella 3). Dunque, l'atmosfera conviviale e la prossimità con l'uditorio possono facilitare il ricorso a strategie di attacco implicite rispetto ai

¹⁰ Si precisa che l'influenza di questi fattori sulla presenza degli impliciti tendenziosi non è da considerarsi come statisticamente significativa nel nostro *corpus*, anche per via delle dimensioni del campione di testi analizzato. Ciò è stato riscontrato in Cominetti et al. (2023:55) anche per altri fattori, come il ruolo politico dell'emittente e l'argomento del discorso.

contesti più formali (Cominetti et al. 2023: 57). Infatti, la negativizzazione dell'*outgroup* permette di rafforzare l'identità dell'*ingroup* (Dell'Anna 2010: 12-13) e di fare presa sull'uditorio coinvolgendo emotivamente i destinatari. Ne consegue che il discorso comiziale possa essere interpretato sia come discorso polemico (Desideri 1984) sia come "messaggio trasversale" (Dell'Anna 2010: 13): i destinatari non sono solo gli astanti ma anche gli avversari politici. In ogni caso, impliciti con funzione d'attacco caratterizzano anche il discorso d'insediamento (14 occorrenze), nonostante l'esplicito appello alla coesione (rr. 20-21, 63-64).

Nell'intervista giornalistica, invece, vi è un numero maggiore di impliciti con una funzione diversa da quella di attacco. Questo dato – differente da quanto riscontrato negli altri testi – è legato all'obiettivo comunicativo di Meloni, vale a dire: presentare alla stampa gli aspetti positivi dei risultati conseguiti in ambito europeo per (auto-)accreditarsi anche come leader internazionale.

L'(auto-)elogio implicito occorre, invece, una sola volta sia nel discorso comiziale (rr. 12-13) sia nel discorso d'insediamento (rr. 60-61).

	Comizio elettorale		Discorso insediamento		Intervista			
Tipologie di impliciti:	attacco	(auto)-elogio	attacco	(auto)-elogio	attacco	(auto)-elogio	opinione personale	Tot:
Vaghezza semantica/sintattica	11	0	5	0	2	0	2	20
Implicature conversazionali	9	0	4	0	1	4	0	18
Implicature convenzionali	0	0	0	0	1	0	0	1
Ironia	3	0	2	0	0	0	0	5
Presupposizioni	14	1	2	1	1	2	0	21
Topic	2	0	1	0	0	1	0	4
Tot:	39	1	14	1	5	7	2	

Tabella 3: Tipologie di impliciti e funzioni comunicative nei discorsi analizzati

Riguardo alle tipologie di implicito, gli impliciti del contenuto (44) arrivano quasi a doppiare gli impliciti della responsabilità (25). Gli impliciti del contenuto, inoltre, hanno maggiore estensione e impatto in tutti e tre i discorsi (Tabella 2). È a questi impliciti, infatti, che Meloni ricorre più di frequente per veicolare attacchi: 14 implicature conversazionali, 18 casi di vaghezza e cinque di ironia.

Più in dettaglio, Meloni usa nel discorso comiziale le implicature conversazionali per elaborare attacchi assai complessi (cfr. rr. 12-13,14-15,17-18). Questi enunciati veicolano esplicitamente o presuppongono (rr. 12-13) contenuti che (auto-)elogiano la campagna elettorale del centro-destra, implicando che per le sinistre valga il contrario di quanto asserito. Per esempio, è implicato che per il Partito Democratico (PD) la politica sia fatta di odio e menzogna (rr. 12-13) e che il PD abbia condotto la campagna elettorale come una crociata (r. 14). Meloni ricorre alle implicature conversazionali anche per alludere al fatto che la

coalizione di sinistra sia priva di una comune ideologia (r. 28) o che voglia adottare strategie anti-democratiche (rr. 34-35), un tema costante della "narrazione anti-PD" di Meloni. Infatti, implicature simili si trovano anche nel discorso d'insediamento dove Meloni implica che la sinistra vorrebbe imporre un sistema di potere (rr. 65-66), la cui esistenza è peraltro presupposta nel discorso comiziale (r. 24), e non accettare l'esito delle urne (rr. 81-83).

Implicature con funzione d'attacco sono usate anche nell'intervista giornalistica: i bersagli sono l'Unione Europea (UE) e le forze politiche contrarie ai suoi progetti politici. Ad esempio, ai rr. 93-94, per non violare la Massima della Quantità, occorre inferire che gli avversari di Meloni abbiano affrontato il tema delle migrazioni solo propagandisticamente e con toni da spot elettorale. Interessante è anche l'uso dell'avverbio *finalmente* (rr. 91-92) che implica convenzionalmente che l'UE non sia riuscita finora ad affrontare le migrazioni in modo strutturale. Questo attacco conferma la linea antieuropeista, tipica delle destre sovraniste, anche dopo il conseguimento di incarichi nelle istituzioni europee.

Lo stile polemico di Meloni è caratterizzato anche dal ricorso all'ironia.¹¹ Questa è efficace per persuadere: generando *humor* (Bischetti 2022), l'ironia aumenta l'indice di gradimento della fonte e la fruibilità del discorso (Forabosco 2011). Nel comizio, l'ironia è presente ai rr. 46-48: diffatti, Meloni riporta (Clark & Gerrig 1984) per distaccarsene le (ipotetiche) parole del PD, presentandolo come dipendente dalla politica dell'UE e dagli interessi di gruppi facoltosi (*influencer, membri del circolo golf*) o legati al mondo dell'intrattenimento (*attori, cantanti*), categorizzati da Meloni come *outgroup*. Ulteriore caso di ironia con funzione d'attacco è al r. 38, dove viene implicato il contrario di quanto asserito: *gli illuminati soloni* (espressione già connotata sarcasticamente) *del servizio pubblico italiano* non sono affatto illuminati. Nel discorso istituzionale l'ironia (r. 87) è usata per attaccare i soggetti internazionali (vagamente identificati con l'espressione: *parecchi anche al di fuori dei nostri confini nazionali*) che criticano l'operato del Governo. Meloni, difatti, implica ironicamente che stiano perdendo tempo. Ironia è generata anche ai rr. 88-90 con la "mock politeness" (Haugh 2015: 4-7), strategia innescata da forme di cortesia esplicita (*valide, battagliere forze di opposizione*) che, alla luce degli obiettivi comunicativi dell'emittente e delle conoscenze del destinatario, fano implicare una valutazione negativa sulle *forze di opposizione*. Invece, l'ironia è assente nelle dichiarazioni post-Consiglio: è possibile che la natura estemporanea dell'intervista abbia inciso sulla performance comunicativa e attenuato il ricorso a strategie di spettacolarizzazione (cfr. anche l'assenza di espressioni emotive, Sezione 4.1).

In relazione alle strategie di attacco, si segnala anche che Meloni introduce forme antagonistiche di polarizzazione (sezione 2). Si osserva nei tre discorsi il

¹¹ Per una sintesi sull'ironia e il legame con le implicature conversazionali si veda Attardo (2020: 168-170).

ricorso ai pronomi deittici *noi*, *voi*, *loro* per opporre *ingroup* e *outgroup*. Nel discorso comiziale, l'uso di questi pronomi è insistito (*noi* 12x, *loro* 17x) per la maggiore necessità di creare *embrayage* attanziale con i sostenitori e generare una reciproca identificazione tra emittente e destinatari (Desideri 1984). Se l'*ingroup* (il *noi*) è costantemente rappresentato dagli *italiani* o dal partito di Meloni, l'*outgroup* (il *loro*) è invece costituito, nei tre discorsi, da gruppi sociali e politici molto diversi (*PD*, *sinistra*, *forze di opposizione*, *amici degli amici*, *qualche intellettuale d'oltralpe*, *alcuni potentati*, *UE*, *chi dall'estero dice...*). Nel discorso comiziale vi è la massima diversificazione degli *outgroup*: *i commentatori prezzolati*, *gli eterni inciucisti*, *amici dei centri sociali*, *trasformisti* o i politici indicati con la perifrasi ai rr. 86-88. Si noti che l'implicatura conversazionale ai rr. 53-55 caratterizza questi gruppi sociali come non italiani: asserendo che l'interesse di FDI è rivolto solo agli italiani e non a *questa gente* (r. 52), si implica per la Massima della Quantità che queste categorie non siano considerate come italiane.

Meloni, sebbene nomini esplicitamente le categorie *outgroup*, non ne fornisce mai un'identificazione precisa: è compito del destinatario identificarne i membri, il che deresponsabilizza l'emittente che non formula attacchi diretti (Cominetti et al. 2022: 161). A questo proposito, si vedano gli 11 casi di vaghezza nel discorso comiziale (p.e. rr. 49-51, 86-88) e quelli dell'intervista giornalistica (rr. 26-28, 105-106) e del discorso d'insediamento (rr. 30, 85-86, 91-93).¹² Inoltre, la vaghezza, nelle dichiarazioni post-Consiglio, è usata per celare opinioni controverse a sostegno delle sue proposte, per esempio in che cosa sarebbe possibile spendere i milioni del PNRR (rr. 12-13). Ai rr. 52-54 a non essere esplicitate sono, invece, le differenze geografiche/storiche a cui Meloni fa riferimento per sostenere la posizione della Polonia e dell'Ungheria. Peraltro, la politica di accoglienza di questi Paesi è elogiata implicitamente presupponendo, con una relativa restrittiva, che Ungheria e Polonia siano i Paesi che più si occupano dei profughi ucraini (rr. 116-117).

La funzione di (auto-)elogio, nelle dichiarazioni post-Consiglio, è associata (4 casi) anche alle implicature conversazionali, usate per introdurre surrettiziamente l'eccezionalità dell'operato del governo italiano. Ai rr. 40-41, la congiunzione e fa implicare conversazionalmente che tra le due azioni asserite vi sia una correlazione causa-effetto. Questa relazione connota l'operato internazionale di Meloni come risolutivo. Lo stesso vale per le implicature conversazionali ai rr. 5-6, 30, 134-135. L'autoelogio è veicolato anche con il verbo fattivo (*sono contenta*), che presuppone la verità della clausola complemento (rr. 15-16), e con la topicalizzazione ai rr. 56-57.

Infine, segnaliamo che anche gli impliciti della responsabilità sono usati per attaccare gli avversari (20 occorrenze), in particolare nel discorso comiziale,

¹² Cominetti et al. (2022: 161) notano come la vaghezza intenzionale sia più frequente nei comizi rispetto ai discorsi più istituzionali.

dove troviamo 14 descrizioni definite usate per negativizzare le forze politiche rivali. Per esempio, è dato per scontato che la sinistra abbia detto menzogne (r. 5) e (r. 44) sostenga tesi bizzarre (informazione anche in Topic) o che esistano gruppi di potere che abbiano piegato le istituzioni ai propri interessi. Nel discorso istituzionale, invece, Meloni ricorre solo due volte alla presupposizione per formulare attacchi (rr. 67, 80-82) e una volta nel discorso post-Consiglio, dove il verbo *restituire* (rr. 102-103) è utilizzato per dare per scontato che la UE non sia stata finora protagonista nella politica estera.

5. Conclusioni

Questo lavoro ha confrontato le strategie persuasive esplicite e implicite usate dallo stesso emittente, Giorgia Meloni, in discorsi differenti per genere testuale, ufficialità, contesto di proferimento e maggiore/minore controllo dell'eloquio. Dal confronto è emerso quanto riassunto di seguito.

L'analisi lessicale ha mostrato come l'ufficialità del discorso e una maggiore pianificazione incidano sia sulla strutturazione sintattica (p.e. il discorso d'insediamento e l'intervista sono sintatticamente più complessi) sia sull'ampiezza del lessico impiegato. Inoltre, seppur in percentuali differenti, tutti i discorsi tendono a usare termini d'uso comune e ad alta disponibilità. Ciononostante sono frequenti anche espressioni diafasicamente alte e/o di scarsa frequenza usate sia in ottemperanza alle convenzioni del genere testuale sia per aumentare la credibilità/autorevolezza dell'emittente o in enunciati con fine ironico.

I risultati permettono, inoltre, di riflettere sulla tipologia di impliciti e sulle loro funzioni comunicative. Gli impliciti del contenuto sono la strategia a cui Meloni tende a ricorrere con più frequenza, in particolare per veicolare attacchi. Come osservano Garassino et al. (2019), per altre tipologie testuali, vi è una correlazione tra le implicature conversazionali (e anche l'ironia) e la funzione d'attacco. Gli impliciti della responsabilità con funzione di attacco sono, invece, usati maggiormente da Meloni nel discorso comiziale: la condivisione di ideali politico-culturali incrementa il potere persuasivo di questi impliciti basato proprio sull'abilità dell'emittente di presentare informazioni tendenziose come già note per il pubblico.

In futuro, la metodologia adottata potrà essere usata per indagare se e come il ruolo istituzionale dell'emittente incida sull'uso degli impliciti e sulle loro funzioni comunicative. A questo proposito, si potrebbe confrontare un comizio tenuto da Presidente del Consiglio con uno da non Presidente.¹³ Inoltre è senz'altro da approfondire, ampliando il campione di politici e di generi testuali considerati, l'uso della *mock politeness* e di altre forme di *humor* come strategie persuasive

¹³ Si ringraziano i revisori anonimi per questo suggerimento.

atte non solo ad attaccare gli avversari ma anche a migliorare l'immagine dell'emittente (Bianco 2024).

BIBLIOGRAFIA

- Amenta, D. (2015). YouTube. In *Enciclopedia Treccani* - IX Appendice. [https://www.treccani.it/enciclopedia/youtube_\(Enciclopedia-Italiana\)](https://www.treccani.it/enciclopedia/youtube_(Enciclopedia-Italiana)).
- Antonelli, G. (2017). *Volgare eloquenza*. Bari/Roma: Laterza.
- Attardo, S. (2020). *The linguistics of humor*. Oxford: Oxford University Press.
- Bentivegna, S. (2015). *A colpi di tweet. La politica in prima persona*. Bologna: Il Mulino.
- Bianco, A. (2024). Mock-politeness and mock-impoliteness in Italian political discourse: A case study on Italian political tweets. Comunicazione presentata alla *Humor Research Conference 2024* (Commerce, Texas), disponibile al link : https://www.youtube.com/watch?v=d4j9_an52Fc.
- Bischetti, L. (2022). Umoreismo. In F. Domaneschi & V. Bambini (a cura di), *Pragmatica sperimentale* (pp. 79-89). Roma: Carocci.
- Bolasco, S. (1996). Il lessico del discorso programmatico di governo. In M. Villone (a cura di), *L'attività dei governi della Repubblica Italiana* (pp.163-349). Bologna: Il Mulino.
- Brocca, N., Garassino, D. & Masia, V. (2016). Politici nella rete o nella rete dei politici? L'implicito nella comunicazione politica italiana su Twitter. *PhiN-Beiheft*, 11, 66-79.
- Cavazza, N. (2006). *La persuasione*. Bologna: Il Mulino.
- Clark, H. & Gerrig, R. (1984). On the pretense of irony. *Journal of Experimental Psychology*, 113, 121-126.
- Combei, C. R. (2020). Parlo come mangio. Il lessico populista su Twitter. *CLUB-WPL*, 4, 103-122.
- Cominetti, F., Gregori L., Lombardi Vallauri E. & Panunzi, A. (2022). IMPAQTS: un corpus di discorsi politici italiani annotato per gli impliciti linguistici. In E. Cresti & M. Moneglia (a cura di), *Atti del LIV Congresso della Società di Linguistica Italiana* (pp.151-164), Milano: Officinaventuno.
- Cominetti, F., Cimmino, D., Coppola, C., Mannaioli, G. & Masia, V. (2023). Manipulative effects of implicit communication: A comparative analysis of French, Italian and German political speeches. *Linguistik online*, 120, 41-64.
- Cresti, E. (2000). *Corpus di italiano parlato*. Firenze: Accademia della Crusca.
- Dell'Anna, M. V. (2010). *Lingua italiana e politica*. Roma: Carocci.
- De Mauro, T. (1982). *Minisemantica dei linguaggi non verbali e delle lingue*. Bari/Roma: Laterza.
- De Mauro, T. (2016). Nuovo Vocabolario di Base della Lingua Italiana. Consultabile al link: <https://www.dropbox.com/scl/fi/zg2y99xqik4k11nj19fgi/nuovovocabolariodibase.pdf?rlkey=s0uf8ggv11kf44ip6a2ldz16n&e=1&dl=0>.
- Desideri, P. (1984). *Teoria e prassi del discorso politico. Strategie persuasive e percorsi comunicativi*. Roma: Bulzoni.
- Domaneschi, F. (2014). *Introduzione alla pragmatica*. Roma: Carocci.
- Ernst, N., Blassing, S., Engesser, S., Büchel, F. & Esser, F. (2019). Populists prefer social media over talk shows. *Social Media Society*, 5, 1-14.
- Ferrari, A. (2014). *Linguistica del testo*. Roma: Carocci.
- Ferrari, A., Lala, L., Longo, F., Pecorari, F., Rosi, B. & Stojmenova, R. (2018). *La punteggiatura italiana contemporanea*. Roma: Carocci.
- Fiorentini, I. (2018). Eccetera eccetera e così via di seguito. I general extenders dell'italiano contemporaneo. *CLUB- WPL*, 2, 20-39.

- Forabosco, G. (2011). Notes on humour and persuasion in advertising and legal discourse. In M. Dynel (a cura di), *The pragmatics of humour across discourse domains* (pp. 353-364). Amsterdam: John Benjamins.
- Garassino, D., Brocca, N. & Masia, V. (2019). Tweet as you speak. The role of implicit strategies and pragmatic functions in political communication. *Rassegna italiana di Linguistica applicata*, 2-3, 187-208.
- Grice, P. (1975). Logic and conversation. In P. Cole & J. Morgan (a cura di), *Syntax and Semantics III* (pp. 41-58), New York: Academic Press.
- Haugh, M. (2015). *Im/politeness Implicatures*. Berlino: De Gruyter.
- Levinson, S. (1985). *La pragmatica*. Bologna: Il Mulino.
- Lombardi Vallauri, E. (2009). *La struttura informativa dell'enunciato*. Roma: Carocci.
- Lombardi Vallauri, E. (2019). *La lingua disonesta*. Bologna: Il Mulino.
- Lombardi Vallauri, E. & Masia, V. (2014). Implicitness impact: Measuring texts. *Journal of Pragmatics*, 61, 161-184.
- Lubello, S. & Nobili, C. (2018). *L'italiano e le sue varietà*. Firenze: Franco Cesati.
- Macagno, F. (2022). Argumentation profiles and the manipulation of common ground. The arguments of populist leaders on Twitter. *Journal of Pragmatics*, 191, 67-82.
- Machetti, S. (2006). *Uscire dal vago*. Bari/Roma: Laterza.
- Mannaioli, G. (2023). La vaghezza linguistica come strategia implicita persuasiva e fenomeno di interfaccia tra semantica, sintassi e pragmatica. *LinguaDue*, 2, 206-221.
- Mazzoleni, M. (1998). *La comunicazione politica*. Bologna: Il Mulino.
- Mengaldo, P.V. (1994). *Il Novecento*. Bologna: Il Mulino.
- Nencioni, G. (1976). Parlato-parlato, parlato-scritto, parlato-recitato. *Strumenti Critici*, 10, 1-56.
- Nobili, C. (2019). Un vecchio italiano per una neo-politica. La lingua in azione di Matteo Salvini. *LinguaDue*, 2, 671-696.
- Novelli, E. (2018). *Campagne elettorali in Italia*. Bari/Roma: Laterza.
- Raso, T. (2005). *La scrittura burocratica*. Roma: Carocci.
- Reboul, A. (2011). A relevance theoretical account of the evolution of implicit communication. *Studies of Pragmatics*, 13, 1-19.
- Sbisà, M. (2007). *Detto non detto*. Bari/Roma: Laterza.
- Simonsen, T. (2011). Categorising YouTube. *MedieKultur*, 51, 72-93.
- Sperber, D., Clément, F., Heintze, C., Mercier, H., Origgi, G. & Wilson, D. (2010). Epistemic vigilance. *Mind & Language*, 25, 359-393.
- Spina, S. (2012). *OpenPolitica: il discorso dei politici italiani nell'era di Twitter*. Milano: Franco Angeli.
- van Dijk, T. (2004). *Ideologie. Discorso e costruzione sociale del pregiudizio*. Roma: Carocci.
- Voghera, M. (2012). Chitarre, violini, banjo e cose del genere. In A. Thornton. & M. Voghera (a cura di), *Per Tullio De Mauro* (pp. 429-460), Roma: Aracne.
- Wodak, R. (2015). *The politics of fear: What right-wing populist discourses mean*. Los Angeles: Sage.

