

# Analisi visuale e mobilitazione politica della destra radicale

## Una prospettiva di movimento sociale

di MANUELA CAIANI

Nel 2017 il gruppo di estrema destra Reconquista Germanica diffonde sul Web un manuale di «guerriglia mediatica» che offre consigli su come impegnarsi efficacemente nell'attivismo online. L'arma centrale sono le Meme, ovvero grafica di remix visivi e testuali ampiamente condivisi nello spazio online. In poche settimane diverse migliaia di attivisti rispondono all'appello (Bogerts e Fielitz 2020).

### 1. *Introduzione: prendere in considerazione la politica visiva<sup>1</sup> della destra radicale*

Questo articolo si occupa della politica visiva della destra radicale<sup>2</sup> (del *come* studiarla e del *perché*), tema di rilevanza scientifica e socio-politica crescente, e tuttavia ancora relativamente poco studiato. Sebbene le immagini siano molto importanti per gli attori politici e i movimenti sociali, inclusi quelli di destra radicale (Cheles 1992; Milman, Doerr 2021), gli studi empirici considerano ancora raramente i materiali visivi come dati rilevanti

*Ringrazio il progetto AUTHLIB Neo-Authoritarianisms in Europe (HORIZON-CL2-2021-DEMOCRACY-01-01) e il Cosmos Reseach Center presso la SNS (Scuola Normale Superiore), così come tutti i partecipanti alla SNS Summer School in Visual Analysis and Contentious Politics (Cortona 2023), da cui ho ricevuto preziosi consigli e sollecitazioni. Un ringraziamento particolare a Nicole Doerr, che ha pazientemente letto e commentato numerose versioni dell'articolo e a Federica Frazzetta.*

<sup>1</sup> Gli aggettivi «visuale» e «visiva» sono usati nell'articolo in modo interscambiabile.

<sup>2</sup> L'articolo utilizza il concetto di destra radicale per riferirsi sia alle organizzazioni di estrema destra che alle organizzazioni populiste di destra che condividono nativismo, autoritarismo (legge e ordine, valori conservatori) e populismo (Mudde 2019) e che comprendono partiti politici e organizzazioni di movimento sociale. Destra radicale e populismo di destra possono talvolta coincidere nel medesimo referente empirico, ma non sono sempre sovrapponibili (Caiani, Graziano 2016).

dell'indagine sociale (Mattoni, Teune 2014). Questo è tanto più vero per gli attori di destra radicale, sia movimenti che partiti (per eccezioni, Wodak, Forchtner 2014; Richardson, Colombo 2013; Schmuck, Matthes 2017; e i paragrafi successivi). Nonostante la crescente letteratura sulla comunicazione politica online delle organizzazioni della destra radicale (ad esempio, Kakavand 2023), quella sulla comunicazione politica visiva rimane sottorappresentata (Liebhart 2016; Moffitt 2022). La ricerca qualitativa si basa molto sul linguaggio scritto o parlato, con questionari, interviste e focus group che dominano le ipotesi della maggior parte degli studiosi sui metodi di ricerca (e sui risultati)<sup>3</sup>.

Se nella scienza politica e sociologia l'analisi visuale è stata applicata molto allo studio della mobilitazione dei movimenti sociali (della cosiddetta sinistra libertaria), la politica di destra radicale è ancora studiata per lo più all'interno della letteratura su partiti ed elezioni, oppure su estremismo e violenza politica (Caiani *et al.* 2012). Questo influenza anche i metodi usati, come argomentiamo in questo articolo.

Eppure, come mostra la citazione precedente, le «guerre culturali» attraverso le immagini stanno diventando sempre più cruciali per le organizzazioni della destra radicale (Nagle 2017)<sup>4</sup>. Come altri attori collettivi, la destra radicale può utilizzare il materiale visivo per soddisfare molti aspetti importanti dell'attivismo politico, tra cui la formazione delle identità collettive, attraverso la comunicazione interna ed esterna della loro costruzione simbolica della realtà sociale e politica<sup>5</sup>, ovvero dei quadri interpretativi; la mobilitazione e il reclutamento; l'organizzazione di campagne politiche; la diffusione di informazioni politiche e la propaganda. Inoltre, le immagini sono efficaci per suscitare emozioni e il populismo di destra è stato caratterizzato da una strategia comunicativa con «un forte richiamo emotivo» e un linguaggio drammatizzato (Tuomola, Wahl-Jorgensen 2023; Caiani, DiCocco 2023). Anche il successo elettorale degli attori della destra radicale è stato collegato alle loro capacità comunicative, spesso

<sup>3</sup> Ad esempio, nel cercare di comprendere il successo della mobilitazione degli attori della destra radicale (populista), la letteratura tende a concentrarsi sulle loro offerte di *policies* o sul discorso politico, trascurando la visualità.

<sup>4</sup> <https://www.radicalrightanalysis.com/2020/04/08/the-visual-culture-of-far-right-terrorism/>.

<sup>5</sup> <https://www.radicalrightanalysis.com/2019/09/18/manifesto-memes-the-radical-rights-new-dangerous-visual-rhetorics/>.

basate su immagini potenti per la loro auto-rappresentazione (Awad *et al.* 2022). Infine, il materiale visivo può veicolare i messaggi degli attori a un pubblico più ampio, facilitando la comunicazione interculturale e la transnazionalizzazione (Trenz 2023). L'analisi visuale, di cui ci occuperemo in questo articolo, serve per affrontare ed esaminare empiricamente questi aspetti.

Per esplorare il ruolo delle immagini nella politica della destra radicale, l'articolo affronta il metodo e l'approccio dell'analisi visiva, valutandone criticamente l'applicazione e le funzioni nella ricerca sociale su mobilitazione politica, e in particolare nello studio dei partiti e dei movimenti della destra radicale, e proponendo un quadro analitico per la ricerca futura.

Nell'ultimo decennio numerosi studi hanno contribuito alla crescita della riflessione accademica e sistematizzazione metodologica dell'uso delle immagini nella ricerca sociale sulla mobilitazione politica (si veda di recente, Milman, Doerr 2023, ma anche Lotfalian 2013; Philipps 2012; Teune 2012; Robinson, Schulzke 2016; Streeby 2013)<sup>6</sup>. Tuttavia, gli studi di questo tipo applicati alla destra radicale sono ancora relativamente pochi, selettivi e frammentati (ad esempio basati su singoli casi o specifiche campagne), e sono rari i tentativi di integrare l'analisi visiva all'interno di un quadro teorico più ampio capace di affrontare importanti quesiti sulla mobilitazione politica all'interno di questo lato dello spettro politico.

In questo articolo muoviamo da queste osservazioni per offrire un contributo al dibattito. Lo studio delinea criticamente questo filone di ricerca in crescita (ovvero *analisi visiva e destra radicale*) a partire a un lato da alcune categorie analitiche (sui ruoli delle immagini nella mobilitazione) che ci vengono offerte dalla ricerca su visualità e azione collettiva (e ancora scarsamente applicate alle destre); dall'altro, da categorie metodologiche legate all'approccio visuale nella ricerca sociale, sistematizzando così gli studi esistenti secondo una proposta di agenda di ricerca per il futuro. In particolare, guarderemo al ruolo delle immagini per gli attori di destra radicale (sia partiti che movimenti) come espressione da parte dei medesimi, rappresentazione da parte di

<sup>6</sup> Esistono nel frattempo numerosi manuali sull'analisi visiva (ad esempio Pauwels, Mannay 2020; Rose 2007) che possono essere utilizzati per orientarsi sul campo; così come riviste accademiche di settore (per esempio la «Rivista Studi Visivi», <https://www.tandfonline.com/journals/rvst20>).

altri, e all'interno del contesto che le influenza (paragrafi 4, 5, 6). Esamineremo il potenziale ruolo delle immagini per raccontare una storia, testimoniarla e costruire la realtà simbolica e politica circostante da parte degli attori collettivi, così come osserveremo le varie angolature da cui possiamo analizzare le immagini nella ricerca sociale come contenuto, processo o impatto (sulla partecipazione politica). Nelle conclusioni (paragrafo 7), ritornando sugli studi su visualità e conflitto da un lato e sulla letteratura metodologica sulla analisi visuale dall'altro, proporremo un quadro concettuale per la ricerca futura riguardo alla politica di destra radicale, sottolineando sfide e vantaggi dell'approccio. Le potenzialità dell'analisi visuale per lo studio di varie dimensioni importanti della mobilitazione politica delle destre radicali del ventunesimo secolo verranno sottolineate.

## 2. *L'analisi visuale e la destra radicale: quando usarla e perché?*

Se si accetta che la politica visiva delle organizzazioni di destra radicale sia un importante oggetto di ricerca, la difficile domanda che segue è: come la studiamo? In generale va sottolineato che non esiste un metodo, non importa quanto approfondito o sistematico, che può fornirci intuizioni autentiche su cosa siano le immagini o come funzionino (Bleiker 2015).

In termini definitivi, alcuni analisti, muovendo dalla storia dell'arte e dal campo degli studi su comunicazione politica, media e analisi visuale, definiscono la nozione di immagine in senso stretto: come fotografie, documenti, manifesti o altre forme visive, ovvero materiali presenti su supporto cartaceo o altrove, già esistenti (Müller, Özcan 2007; Doerr, Milman 2014). Altri, muovendo dalla sociolinguistica e dall'analisi del discorso, adottano un approccio più ampio, includendo nella definizione di immagine anche costrutti mentali espressi in varie forme discorsive (Kress, Van Leeuwen 2006), così come le *performances* e il processo di produzione di una immagine.

Nella ricerca sociale le immagini possono svolgere almeno tre funzioni ed avere altrettanti significati (si veda anche Hunter 2021) (Fig. 1). Esse possono essere concettualizzate e studiate come: 1. *la storia in sé*, vale a dire con un'analisi del contenuto di materiali visivi che sono già disponibili al ricercatore (ad esempio arte o riutilizzo degli spazi urbani, si veda Demirsu 2022; foto,

e altre rappresentazioni visive o immaginari, che costituiscono il materiale, vale a dire residui culturali di persone e gruppi); 2. *per sollecitare una storia*, in cui il partecipante della ricerca è esposto a immagini (ad esempio ad esempio fotografie, vignette,) creando dati attraverso le sue risposte, oppure crea immagini per il ricercatore (ad esempio con la mappatura cognitiva (sulla sollecitazione attraverso immagini durante focus group in una ricerca sul populismo di destra e musica pop, si veda Caiani, Padoan 2003). Infine, 3. Il materiale visuale può essere usato (dal ricercatore e dagli attori politici stessi) *per raccontare una storia*: vale a dire costruire la realtà, come accade con la disseminazione di risultati e opinioni mediante immagini, diagrammi, video (van den Scott 2018).



FIG. 1. Come studiare la politica visuale della destra radicale?

Fonte: Hunter 2021, rielaborazione dell'autrice.

A questo consegue che, a seconda dell'argomento di ricerca che si intende esplorare, può aver senso selezionare materiale visivo diverso, e che questo può essere parte di un più ampio progetto di ricerca, sia qualitativo che quantitativo.

In generale, quando si guarda alla letteratura sociologica e di scienza politica su visualità e ricerca, troviamo vari ruoli che le immagini possono svolgere. Gli studi sulla partecipazione politica hanno guardato con interesse crescente alla *relazione tra le im-*

*magini e l'attivismo politico* (ad esempio Corrigan-Brown, Wilkes 2014; Teune 2012). Le produzioni visuali da parte degli attori politici nella forma di foto, manifesti, volantini e meme sono considerate rilevanti per il loro potere comunicativo, che procede secondo una *logica di associazione simbolica*, a differenza dei testi che tendono soprattutto (ma non sempre) a basarsi sulla logica dell'argomentazione razionale (Müller, Özcan 2007). Analizzare le immagini serve per far emergere il legame tra le *emozioni e gli aspetti cognitivi* della partecipazione: le immagini possono infatti suscitare emozioni (Joffe 2008), che sono importanti nell'influenzare opinioni e comportamenti politici (Gross 2008). Inoltre, il compito dell'analisi visuale non è solo descrittivo, ma serve a enfatizzare il ruolo dell'«agente» nella formazione *dell'identità collettiva e nelle mobilitazioni* (Adami 2020). Allo stesso tempo, l'analisi visuale mira a mettere in evidenza le ambivalenze del significato (anche politico) nel contesto (Stocchetti, Kukkonen 2011). Gli studiosi sottolineano infine che le immagini sono da considerarsi associate a un complesso *stock culturale* di conoscenza ed esperienze, *frames* (Caiani 2023) e *identificazioni*, e che sono dinamicamente interpretate e re-interpretate dagli attori politici (Milman, Doerr 2021).

Tutti questi aspetti appaiono molto importanti anche per comprendere la politica della destra radicale. In particolare, nella ricerca visuale su movimenti sociali e mobilitazione, si possono identificare tre principali aree di studio, vale a dire tre principali aspetti delle dinamiche di movimento e partecipazione politica cui la analisi visuale può essere applicata:

*l'espressione visuali dei movimenti sociali*, attraverso immagini e altri manufatti visivi (per esempio fotografie) prodotte dagli attori politici come una classe di espressione (di sé stessi e della loro battaglia);

*la rappresentazione visuale* dei movimenti sociali da parte di altri attori esterni al movimento (ad esempio i media, varie *audiences*, ecc.), cioè la rappresentazione dei movimenti sociali nelle immagini diffuse nei processi mediatici;

il più generale aspetto della *visibilità dei movimenti sociali* e delle loro rivendicazioni tramite immagini all'interno di un contesto circostante. Ovvero, perché certi gruppi e rivendicazioni sono più visibili mentre altri rimangono invisibili? Qui l'attenzione è rivolta al più ampio quadro sociale che garantisce visibilità a determinati gruppi e domande e non ad altre.

Per riassumere quanto finora illustrato, se intersechiamo le tre principali aree della ricerca visuale sui movimenti sociali e azione collettiva sopra menzionate (*i.* le espressioni visive dei movimenti attraverso le immagini; *ii.* la rappresentazione visuale dei movimenti da parte di altri; e *iii.* l'aspetto più generale della visibilità dei movimenti nel contesto) con le tre dimensioni o significati del lavorare con le immagini nella ricerca sociale (*a.* la storia in sé, *b.* l'elaborazione di una storia e *c.* il racconto di una storia), otteniamo una griglia analitica utile per collocare e interpretare gli studi esistenti sull'analisi visiva e la destra radicale, oltre che per riflettere su aree di ricerca inesplorate per quanto riguarda la politica di destra (Tab. 1).

TAB. 1. *Tipi di dati e materiale visivo nello studio della destra radicale: Il caso dello studio del populismo di Trump al potere (2016-20)*

<i>Tipo di dati</i>	<i>Numero di documenti analizzati</i>
Retorici (discorsi politici e manifesti)	66
Visuali (Posters, meme, video, spot pubblicitari durante campagne politiche, immagini del leader e proprio partito da sito web e social media ufficiali)	69 (fonti: account personali del leader, es. twitter, FB, Instagramm; mailing lists, Youtube, personali campagne di promozione e sito web del partito).
Interviste (con attivisti e rappresentanti di partito)	56
Etnografici (osservazione partecipante rallies e eventi politici)	11

*Fonte:* Rielaborazione dell'autore da Venizelos 2023.

*Nota:* In questo studio l'analisi è costantemente condotta ponendo in comunicazione elementi discorsivi e visuali appartenenti alla medesima «immagine» (come testimonianza anche l'uso delle interviste): «immagine», «segno», « testo», «video», fanno tutti così' parte del processo di rappresentazione: dell'evento politico in oggetto, del nemico politico, della situazione sociale specifica, e di particolari «interessi» difesi. In questo tipo di analisi, il discorso fornisce il serbatoio semantico per la comprensione degli elemento visuali, mentre le immagini veicolano messaggi radicati in un contesto preesistente e culturalmente correlato, costruito sul discorso.

Nei paragrafi successivi (4, 5, 6), dopo aver illustrato in dettaglio le fasi dell'analisi visiva applicata (paragrafo 3), ver-

ranno presentati casi di studio empirici europei (per ogni cella identificata della tab. 1), al fine di illustrare l'argomento.

### 3. *Come funziona l'analisi visuale? I concetti chiave e un'applicazione allo studio della destra radicale*

L'analisi visuale può essere suddivisa grosso modo in tre grandi approcci. Il primo è l'analisi visiva critica (*critical visual analysis*) (Stocchetti, Kukkonen 2011), che concepisce le immagini come processi, invece che solo come oggetti di studio, e si concentra sulle «immagini in uso» e sugli obiettivi sociali e politici del loro utilizzo. Vi è poi l'approccio della «grammatica visuale» (Kress, Van Leeuwen 2006), che si basa sull'assunto che la semiotica visuale sia culturalmente influenzata e si concentra sugli elementi convenzionali (principalmente occidentali) presenti nelle forme delle produzioni visive. Infine, vi è l'analisi visuale e il contributo degli studi sui movimenti sociali (Doerr, Milman 2014), che forniscono una serie di concetti e ipotesi importanti per l'analisi dell'azione collettiva. Esiste anche un quarto approccio, che possiamo definire «analisi visuale qualitativa» (Venizelos 2023), il quale insiste sul fatto che il confine tra «visivo» e «verbale» è sottile, e le immagini non sono indipendenti ma piuttosto mediate dal discorso.

Metodologicamente l'applicazione dell'analisi visuale prevede tre importanti passaggi. Il primo passaggio è l'«analisi del contenuto» (*visual content analysis*) o «descrizione approfondita» dell'immagine. Qui le immagini (ad esempio volantini, manifesti) sono descritte in dettaglio e gli elementi importanti (loghi, colori) vengono analizzati separatamente. In questa prima fase il ricercatore dovrebbe chiedersi (Doerr, Milman 2014, 434): cosa viene mostrato nell'immagine? Cosa si trova al centro e nello sfondo o ai margini? Chi viene mostrato nell'immagine? Quando e dove? Quali colori e stili vengono utilizzati? Quali sono gli elementi visivi e testuali, e come sono in relazione tra loro?

La seconda fase implica la cosiddetta «analisi iconografica» (ovvero dei simboli evocati). Qui l'obiettivo è individuare i simboli culturali più antichi o familiari e la loro risonanza interna ed esterna al fenomeno in oggetto. Ad esempio, se usiamo l'interpretazione iconologica per spiegare perché un determinato manifesto prodotto da un gruppo di attivisti è stato ampiamente diffuso in

diversi paesi, potremmo implicitamente imporre la nostra esperienza dell'immagine. L'«iconografia politica» è infatti un metodo comparativo mirato a rivelare il significato delle immagini in un contesto specifico e in un momento specifico (Müller, Özcan 2007, 287). In questa fase dell'analisi il ricercatore dovrebbe riflettere sulla propria «posizionalità» (mai neutrale socialmente e culturalmente), che influenza l'analisi e la ricerca stessa. Questa tappa di analisi dovrebbe quindi includere le seguenti domande: Come le immagini create dagli attivisti rimandano a simboli culturali esistenti nel contesto? Come il loro significato dominante viene ri-utilizzato dall'attore politico che produce l'immagine? In termini poi di ricezione e decodifica, come i simpatizzanti e/o oppositori del movimento interpretano, sfidano e ricevono l'immagine prodotta dal gruppo? Come tale immagine viene, se del caso, modificata, copiata e alterata nel processo di diffusione?

Infine, la terza fase di analisi è quella della cosiddetta «triangolazione» delle immagini, che si riferisce alla polivalenza del materiale visivo da collegarsi con il contesto. In questo passaggio il ricercatore raccoglie e analizza dati sui contorni della produzione del materiale visivo, al fine di collocare meglio le immagini nel loro contesto sociale e politico. Qui, il ricercatore dovrebbe valutare i seguenti punti: In che modo i gruppi locali hanno discusso poster e rappresentazioni visive nelle loro discussioni? Ci sono stati conflitti? Chi si sente rappresentato dall'immagine, e chi no? Questo significa che l'analisi visuale potrebbe essere utilizzata insieme all'analisi del discorso, all'osservazione partecipante e alle interviste. Ad esempio, studi recenti analizzano le immagini combinando metodi qualitativi e quantitativi, come analisi computazionali che permettono di esaminare grandi quantità di dati visivi, (Hokka, Nelimarkka 2020) o le analisi storico-discorsive delle immagini insieme a dati quantitativi (per esempio il «*clustering* gerarchico sulle componenti principali»), per comprendere quali immagini hanno ottenuto maggiore attenzione tra i destinatari (Bast 2021). A studi che applicano la triangolazione insieme alla analisi visiva vanno ricondotti anche lavori che utilizzano l'analisi multimodale, che integra forme di comunicazione testuale e visiva (Svatoňová 2020; Doerr, Milman 2014; Doerr *et al.* 2013; Kress, van Leeuwen 2006).

Più specificamente, le fonti per l'analisi visuale della mobilitazione politica, anche della destra radicale, possono essere molteplici ed essere sia online che offline (Tab. 2). Esse includono:

Manifesti e video di campagne politiche, dove testo, simboli, colori e musica possono essere presi in considerazione allo stesso tempo;

Video dal vivo o registrati di comizi, conferenze, discorsi dei *leader*, proteste, utilizzati anche per cogliere coreografie corporee come gesti e comportamento, tono e volume della voce degli attori politici, emozioni e relazioni (per uno studio classico, Benford, Hunt 1992);

Immagini sui social media come Twitter/X, Instagram e Facebook, che possono fornire integrazioni ai dati verbali.

TAB. 2. *Possibili applicazioni dell'analisi visuale allo studio della destra radicale*

	<i>I ruoli delle immagini nella ricerca sociale</i>		
<i>Tre principali aree di ricerca su visualità e mobilitazione (derivanti da contentious politics)</i>	La storia in sé	Per raccontare una storia	Per sollecitare una storia
L'espressione visuale dei movimenti	++		
La rappresentazione dei movimenti da parte di altri		++	
La visibilità e contesto			+

*Legenda:* ++ (studi empirici sul tema 'abbastanza-molti'); + (studi empirici sul tema 'rari').

*Note:* Due notazioni relativamente alla griglia analitica proposta. Primo, qui il medium viene introdotto solo come contesto, ma ci si può chiedere se con Instagram e i social media più in generale non stiamo assistendo a un cambiamento qualitativo nel modo in cui si possono applicare le due dimensioni o assi della tabella. Ad esempio, con i social media, il confine tra l'espressione visiva da parte dei movimenti e la loro rappresentazione da parte degli altri diventa sfumato, dato che la stessa immagine viene condivisa rapidamente da molte persone. In questo senso «il mezzo è il messaggio». Secondo, ci si può anche chiedere se la visibilità, oltre che legata al contesto (terza riga), non sia anche una funzione della rappresentazione visiva di sé (prima riga) e da parte degli altri (seconda riga). Si possono infatti pensare molti casi studio che non stanno sulla diagonale ma all'intersezione di altre celle. Ad esempio «la rappresentazione visiva da parte di altri che diventa la storia stessa», come vediamo nelle recenti manifestazioni per la pace nelle immagini con gli slogan radicali delle attuali proteste filo-palestinesi, o le immagini della marcia del giorno dell'indipendenza da Varsavia.

Il materiale visivo può inoltre essere raccolto: *i. online*, attraverso gli account personali di Facebook, Twitter o Instagram dei leader e degli attori collettivi sotto indagine, ma anche *web mining* sui medesimi utilizzando parole chiave; *ii.* attraverso *i siti*

*web* delle organizzazioni (e loro leader); *iii.* con *l'osservazione partecipante*, grazie a cui si possono raccogliere fisicamente materiali visivi come volantini, adesivi e spille, per esempio durante le manifestazioni oppure nelle sedi di partiti politici e organizzazioni, o durante raduni e altri eventi rilevanti (si veda a questo proposito il recente studio etnografico di Hyttinen 2022, sulla organizzazione di destra radicale Jobbik). Anche le fotografie di eventi, raduni e arene di mobilitazione rilevanti prodotte dallo stesso ricercatore costituiscono materiali visivi della ricerca (sul populismo di destra, si veda Caiani, Padoan 2023).

### 3.1. *Una applicazione dei passaggi analitici del metodo ad un caso di destra radicale*

Nella sua analisi visuale applicata alla comunicazione politica di alcune organizzazioni di destra radicale Italiana (uno studio comparato di un evento culturale locale ed uno di natura transnazionale), Adami (2020) guarda ai casi del concerto nazi-rock in memoria di Jan Palach (uno studente cecoslovacco che si diede fuoco all'indomani della Primavera di Praga nel 1969) dell'organizzazione identitaria Nomos - Terrà e Identità<sup>7</sup> e a quello del Congresso Mondiale delle Famiglie da parte della rete di organizzazioni di destra e cattoliche conservatrici legate all'Organizzazione Internazionale per la Famiglia (IOF)<sup>8</sup>. I casi riguardano due eventi organizzati entrambi a Verona nel 2019, a pochi mesi l'uno dall'altro. Seguendo i tre passaggi metodologici dell'analisi visuale sopra illustrati, possiamo analizzare i manifesti prodotti da questi attori per pubblicizzare i due eventi: il contesto (cioè come il manifesto si inserisce e viene prodotto nel contesto di riferimento); l'analisi degli elementi isolati (visivi e linguistici, come ad esempio i loghi, ma anche le scritte sulle locandine); e il modello della composizione nel suo insieme (cioè il modo in cui i diversi elementi si combinano e producono significato)<sup>9</sup>.

<sup>7</sup> <https://www.facebook.com/Nomos-Terra-e-Identit%C3%A0-2207567869485990/>.

<sup>8</sup> <https://wcfverona.org/it/>.

<sup>9</sup> Come osservato da un referee anonimo, dato il piccolo N di osservazioni, ci stiamo qui muovendo nel campo della «comprensione», e non della «documentazione» (della Porta, Keating 2008). Inoltre, se il ruolo attribuito a locandine e poster di eventi di attori politici è importante, la rilevanza di immagini legate a momenti tipici come congressi o immagini ufficiali di partito o movimento lo sono altrettanto.



FIG. 2. Manifesto del Congresso Mondiale della Famiglia, 2019 (Italia).

Fonte: Adami 2020.



FIG. 3. Manifesto del concerto nazi-rock in memoria di Jan Palash.

Fonte: Adami 2020.

Innanzitutto (Fig. 2), partendo dal *contesto* sociale e politico specifico in cui vengono prodotti e diffusi questi materiali visivi, si nota che la città di Verona, oltre ad avere una tradizione

cattolica e conservatrice profondamente radicata, è caratterizzata da una lunga e solida tradizione di destra radicale, sia nelle istituzioni che nelle sottoculture (fortemente interrelate con le precedenti). Quindi può essere considerata un contesto che offre opportunità «politiche e discorsive» particolarmente favorevoli per la comunicazione politica e la mobilitazione di attori di destra radicale. Secondo, *isolando gli elementi dell'immagine*, possiamo notare che: 1) il logo raffigura otto archi stilizzati che ricordano quelli dell'Arena, simbolo storico della città, con due di essi raffiguranti due persone – in blu e rosa – ad evocare che l'unico amore possibile è quello eterosessuale (mentre gli altri archi sono vuoti e grigi). I colori blu e rosa sono anche in linea con i simboli delle associazioni pro-vita, e rafforzano il messaggio del binarismo di genere. 2) Guardando alla sua *composizione* nel complesso, il manifesto trasmette una sensazione positiva di atmosfera sognante, comunicata attraverso la scelta di colori pastello, la luminosità e sovraesposizione dell'immagine e dello stesso soggetto principale, un bambino che indossa un casco da pilota vecchio stile e ali di carta e che si dirige verso il futuro. Infatti, 3) con il braccio alzato del bambino si stabilisce un «vettore» dell'immagine e del messaggio (il futuro, il sogno, il progresso), suggerendo una relazione causale e temporale tra i due lati: grazie al Congresso (sinistra), i bambini saranno felici e liberi di giocare (a destra). 4) Infine, Il titolo («Il vento del cambiamento») risuona con alcuni appelli del governo populista del Movimento 5 Stelle e della Lega («governo del cambiamento») allora in carica, evocando che l'evento è in linea con la politica istituzionale. La parte visiva del manifesto offre in sostanza un «modello narrativo» (Kress, Van Leeuwen 2006).

In modo simile, se guardiamo al secondo manifesto, possiamo notare che: 1) nel complesso, l'effetto comunicativo generale non sembra rimandare a un concerto nazi-rock, ma piuttosto un evento formale (per esempio si consideri la scelta del colore, con una sfumatura marrone-grigia). 2) Il messaggio viene trasmesso in modo moderato e neutrale, con il soggetto raffigurato secondo una «immagine concettuale» più che narrativa come sopra (Kress, Van Leeuwen 2006). La figura è infatti fissa e non compie azioni, proprio come quella di un santo o un eroe. 3) Il titolo dell'evento è un esempio di appropriazione di simboli di sinistra («Terra e libertà», che cita il famoso «*Tierra y Libertad!*» dei guerriglieri zapatisti e successivamente ampiamente ripreso dalla

sinistra anarchica). Infine, 4) nella parte inferiore del manifesto viene riportata la buona causa dell'evento: sostenere le famiglie locali colpite dall'alluvione del 2018 attraverso una donazione, secondo un *welfare sciovinista* caratteristico del populismo di destra radicale locale e nazionale al governo. L'uso della parola «famiglia» è usato per inquadrare un gruppo facilmente identificabile (un *ingroup*), che può essere rapidamente esteso a significare il «popolo» buono.

In definitiva, lo studio comparato sottolinea il potenziale dell'analisi visuale nel fare emergere le strategie comunicative di diversi tipi di organizzazioni di destra radicale. In entrambi i casi l'analisi visuale porta in primo piano «l'agente» e le ambivalenze del visivo, e consente di rilevare il *camouflage* comunicativo di queste organizzazioni, che diffondono messaggi tradizionali, marcati da simboli altamente riconoscibili come specifici e tuttavia potenzialmente normalizzabili.

#### 4. *L'espressione visuale dei movimenti (di destra radicale)*

Consideriamo l'aspetto della mobilitazione politica e delle dinamiche che l'analisi visuale può aiutarci a comprendere: le immagini come espressione degli attori politici collettivi e delle loro rivendicazioni. Nell'immaginario della contestazione, i simboli visivi svolgono un ruolo centrale. Infatti le immagini possono agire facilmente come «marcatori», facilitando per attivisti e simpatizzanti *l'identificazione* del gruppo, di chi ne fa parte e di chi ne è escluso, ovvero il «noi» e il «loro», e così aiutare la costruzione dell'identità collettiva dell'attore politico. Come mostrato ad esempio nel caso del Partito Popolare Danese attraverso uno studio longitudinale delle sue immagini utilizzate su Facebook<sup>10</sup> (Awad *et al.* 2022), le immagini digitali comunicano visivamente ai cittadini nel tempo la ripetizione dello slogan e principale appello del partito «sicurezza e fiducia» (ovvero, il bisogno di protezione da «altri minacciosi»).

I materiali visivi sono utilizzati in tal senso anche dagli attori politici di destra radicale, come depositi di *identità e culture condivise* – ancorché talvolta contestate – in grado di collegare

<sup>10</sup> Si tratta di una analisi multimodale (che quindi combina immagini e discorsi) di 1120 immagini postate dal partito dal 2012 al 2020.

diverse generazioni di manifestanti e diverse ondate di contestazione (Doerr *et al.* 2013). Ad esempio, in uno studio sul Partito della Libertà (FPÖ) austriaco, uno dei partiti di maggiore successo della destra radicale populista in Europa, Wodak e Forchtner (2014) mostrano la tendenza dell'organizzazione a romanizzare la politica, attraverso la divulgazione di narrazioni anti-turche e l'utilizzo di uno stile non convenzionale e ibrido, come i libretti in stile fumetto. Le immagini facilitano in questo modo l'interazione di memorie collettive (ad esempio la vittoria della coalizione cristiana sulle forze ottomane a Vienna nel 1683) e la trasmissione di significati che uniscono insieme passato e presente, finzione e realtà. Un uso simile delle immagini da parte di attori di destra radicale è stato rilevato anche nell'espressione visiva sui social media di alcuni leaders populistici in diversi paesi Europei (Szebeni, Salojärvi 2022).

Le immagini vengono inoltre utilizzate dalle organizzazioni di destra radicale come potente mezzo di *mobilitazione*, come nel caso delle immagini dei feti usate dal movimento pro-life per condannare l'aborto. L'organizzazione di destra radicale «Alternativa per la Germania» (AfD), ad esempio, diffonde la sua propaganda «anti genere» appropriandosi di immagini di gruppi femministi e LGBTQ+ (Doerr 2021; si veda anche lo studio di Lorenzetti 2020). In maniera simile, il gruppo inglese di destra «Prima la Gran Bretagna» è stato rilevato fare uso abbondante di strategie basate sulle immagini dopo il suo blocco da parte di Facebook nel 2018 (Nouri *et al.* 2020), al fine di dare per loro tramite una maggiore enfasi alla valorizzazione dell'identità interna del gruppo e espandere allo stesso tempo attraverso questo medium la propaganda anti islam con pratiche di rappresentazione visiva di vari tipi di «alterità» collegati a questo messaggio.

L'attivismo di destra viene inoltre spesso promosso attraverso la sollecitazione di *emozioni* nei destinatari veicolate da immagini online, come mostra in dettaglio uno studio recente sul gruppo radicale i «Soldati di Odino» (Nikunen *et al.* 2021). Tale studio, attraverso un'analisi visuale qualitativa, mette in luce come le immagini diffuse tramite il Web e soprattutto le reazioni (tramite le *emoticon*), contribuiscano a creare una cosiddetta «pratica affettiva visiva», volta a diffondere e rafforzare un senso comune (*ethos*) del gruppo nazionalista, estremista e razzista. Le immagini sono infatti utilizzate per rafforzare rivendicazioni «moralì», creare una solidarietà «escludente», e promuovere la mascolinità nazionalista

bianca che legittima le pratiche razziste del «soldato» (*ibidem*). In modo simile Tuomola e Karin Wahl-Jorgensen (2023), guardando alla comunicazione online del partito di destra finlandese i «Veri Finlandesi» sul media alternativo «MV-lehti», mostrano che l'organizzazione usa in particolare alcune emozioni negative, suscitate attraverso immagini, come la paura, il disgusto, l'odio e la diffidenza al fine di costruire attivamente varie alterità, che servono come capri espiatori per i «problemi della gente comune». Studi comparati (per esempio Freistein *et al.* 2022), guardando a diversi partiti populistici di destra in vari paesi Europei, confermano questi risultati, enfatizzando che attraverso «narrazioni visive» e modi di rappresentazione apparentemente «inoffensivi» trasmessi per immagini, vengono promosse risposte emotive forti, come paura o umiliazione, ma anche indignazione e compassione, con l'obiettivo di attivare politicamente un pubblico precedentemente politicamente disinteressato e «apatito». L'«economia affettiva» degli attori populistici nazionalisti è quindi diffusa attraverso immagini che catalizzano e mobilitano affetti come la paura, la rabbia e il risentimento (Hokka, Nelimarkka 2020).

Le immagini come espressione dei movimenti vengono inoltre usate dagli attori politici di destra radicale in combinazione con simboli. Diversi studi rivelano come attraverso l'appropriazione di stili e repertori di azione delle culture giovanili contemporanee (qualche volta anche di sinistra), che sono considerate «marcatori» di una ricca *conoscenza collettiva e di frames complessi* (Goodnow 2010), le organizzazioni di destra radicale (ri)negozano le identità politiche odierne, potenzialmente rivitalizzando l'estrema destra stessa (Forchtner, Kølvråa 2017). Ad esempio, su temi delicati e salienti come le questioni di genere, attori di destra radicale promuovono la costruzione di varie forme di «immagini di femminilità» negli ecosistemi digitali (come Telegram), politicizzando il genere attraverso complessi collegamenti tra *frames*, patrimoni culturali e simboli (Doerr, Svatoňová 2023; Svatoňová 2020). In particolare, i partiti populistici di destra nell'Europa centrale e orientale, come la Polonia, utilizzano immagini e simboli tipici delle culture pubbliche nazionali (come discorsi cattolici e nazionalisti) per ampliare consapevolmente la cosiddetta «struttura delle opportunità discorsive» (sulle performance visive di questi attori, si veda Kotwas, Kubic 2019), a favore del proprio messaggio politico.

Infine, diversi studi sottolineano che attraverso immagini i movimenti di destra si riferiscono a *tradizione e continuità* come loro elemento saliente del messaggio politico. Questo avviene attraverso elementi grafici nei materiali di mobilitazione e nei siti, così come con l'uso dei colori (per esempio i rosa per rendere i poster «pop», vale a dire amichevoli, piacevoli per un grande pubblico) al di là delle narrative e dei concetti, con l'obiettivo di una normalizzazione di queste forze. Si veda a questo proposito lo studio sul partito di destra estrema svedese di Schiller (2022). Continuità e cambiamento attraverso le immagini e la propaganda visiva sono ampiamente presenti anche nei discorsi dei partiti della destra radicale italiana, come dimostra il caso della posizione anti-immigrazione della Lega (Richardson, Colombo 2013), che nel tempo ha modificato, anche tramite immagini, la propria strategia comunicativa sul tema in direzione etno-pluralista.

Gli attori di destra radicale appaiono infine consapevoli del fatto che la produzione visiva delle loro organizzazioni *non si rivolge solo ai partecipanti e ai sostenitori*, ma anche ad attori terzi, come i giornalisti, gli astanti di una manifestazione e gli agenti di polizia. Alcuni studi di analisi visuale sulla propaganda anti-gender, (anti-)Islam e nativista nei manifesti di vari movimenti populisti europei di destra radicale mostrano ad esempio che le strategie di comunicazione visiva di questi gruppi tendono a non rappresentare uomini «nativi» eterosessuali, al fine di trasmettere al pubblico l'idea di una posizione di potere che questi ultimi di fatto detengono nell'immaginario di queste organizzazioni e nel loro messaggio politico (Sayan-Cengiz, Tekin 2022). Essi sono infatti i destinatari e gli spettatori dei materiali di comunicazione visiva, piuttosto che gli oggetti di rappresentazione (per simili riflessioni si veda anche lo studio di Feighery 2015 sulla retorica visiva della destra radicale in Svizzera).

##### 5. *La rappresentazione visuale dei movimenti di destra (da parte di altri)*

Passando al secondo filone analitico che abbiamo identificato nella sparsa letteratura sull'analisi visuale applicata alla destra radicale, partiamo dall'osservazione che i media (mass media, ma oggi anche social media) sono il principale mediatore tra gli attori politici collettivi (partiti o movimenti), la propria audience

e i target di riferimento. Tuttavia, anche se i gruppi di protesta hanno un'influenza limitata sulle immagini a loro collegate, non sono del tutto alla mercé dei giornalisti. In primo luogo, gli spettatori non sono un pubblico passivo e possono decodificare le immagini di protesta della copertura giornalistica in molti modi diversi. In secondo luogo, gli attori politici collettivi utilizzano spesso *immagini potenti* (come ad esempio i meme) per attrarre giornalisti e fare notizia (Delicath, DeLuca 2003); in terzo luogo, i mass media commerciali e pubblici non detengono più il monopolio sulla rappresentazione visiva della mobilitazione politica e dei movimenti stessi. Le foto e i video delle manifestazioni vengono caricati in tempo reale da coloro che partecipano alle proteste (così come a un evento di partito), trasmettendo ricche narrazioni visive delle proteste (per gli attori progressisti si veda della Porta *et al.* 2023). In questo senso gli attivisti, ma anche i loro simpatizzanti, diventano «produttori» essi stessi di immagini sul movimento attraverso pratiche di ri-mediazione e re-mix di materiali visivi (Caiani *et al.* 2024). Ad esempio, Doerr (2017) ha mostrato che i simpatizzanti di estrema destra in Italia e Germania si sono ispirati largamente nella loro azione politica al Partito Popolare Svizzero (e alla sua controversa campagna elettorale della «pecora nera»), creando a loro volta le proprie vignette sulla «pecora nera» e promuovendo in questo modo – attraverso immagini – un legame etno-nazionalista condiviso di solidarietà attraverso reti e pubblici multilingua e transnazionali. Sulla capacità di favorire la transnazionalizzazione di frames (ed insieme di identità e appartenenze) delle immagini, da parte di altri e/o riprodotte dagli attori stessi, sulle mobilitazioni delle destre in vari paesi si veda la circolazione transcontinentale del simbolo dei cospirazionisti di QAnon dalla destra Americana ai No-vax Europei (Caiani *et al.* 2024, Figura A in appendice).

I *meme*, ampiamente impiegati e diffusi nei siti web e nei social media della destra radicale, come rilevato da diversi studi, possono a questo proposito essere considerati immagini forti e potenti utilizzate per attirare l'attenzione di altri attori (ad esempio media, simpatizzanti, giornalisti; Miller-Idriss 2019, McSwiney *et al.* 2021). È il caso dei meme del progetto estremista di destra *Reconquista Germanica*, lanciato come citato più sopra nel 2017 (Bogerts, Fielitz 2020). Sebbene a prima vista questi meme sembrano esempi innocui della cultura visiva quotidiana e meramente ironici, in realtà trasmettono narrazioni ideologiche chiave in

termini di «discorso d'odio» e bigottismo (Dafaure 2020). Gli organizzatori dei media dell'ultradestra appaiono consapevoli della natura duale dei meme e hanno fatto diventare questa ambivalenza un mezzo di contestazione nello spazio digitale (*ibidem*): gli studi sottolineano come il legame tra meme ed ironia, ovvero l'utilizzo dell'umorismo amaro nei meme come forma di mobilitazione, sia molto stretto sui siti e social media delle organizzazioni di destra radicale Europee (per esempio Hakoköngäs *et al.* 2019). Askanius 2021), basandosi su un'analisi visuale del contenuto dei meme di destra radicale in Svezia, evidenzia che il nesso «umorismo-odio» circola ampiamente online, avanti e indietro, tra i gruppi dell'alt-right e quelli neonazisti, sia internamente ai confini nazionali che attraverso l'Atlantico.

Infine, possiamo ricordare che la letteratura su movimenti sociali sottolinea come gli attivisti dei movimenti usino anche i *propri corpi* per esporre e incarnare una posizione (per esempio la critica del discorso dominante), e che i media e il pubblico vengono catturati da queste immagini<sup>11</sup>: il corpo è empaticamente il mezzo attraverso cui la politica è performata. Nel loro studio sui corpi dell'élite maschile, Lamerichs e colleghi (2018), hanno tracciato la circolazione e l'impatto sui social media dei meme dell'alt-Right statunitense, svelando come i politici vengono presentati attraverso una «iconografia maschile». Tramite l'ispirazione tratta da testi diversi, come giochi e ritratti storici, Trump ad esempio viene glorificato dai suoi sostenitori come il «salvatore», aiutato da altri politici come Putin. Nelle loro rappresentazioni tramite meme, patriarcato, sessismo, razzismo e persino purezza razziale emergono quindi come una narrazione eroica e caricaturale (si veda la Figura B in appendice). L'alt-Right rende così le immagini del corpo del leader parte di una potente storia maschile e cerca di influenzare la partecipazione politica per loro tramite. Per concludere, l'estetica visiva e la funzionalità dei meme come forma di comunicazione sono utilizzate strategicamente dalle destre radicali per il fatto di condensare in una immagine ideologie complesse<sup>12</sup> in un formato attraente e «appetibile»,

<sup>11</sup> Nelle manifestazioni di piazza, il vestiario ad esempio è un modo per identificarsi con una particolare area o tattica di movimento sociale. Si pensi per le organizzazioni di destra all'organizzazione subculturale Italiana Casa Pound.

<sup>12</sup> Nel 2015 Pepe la Rana si è affermato come icona e simbolo del nazionalismo negli Stati Uniti. La sua immagine è stata anche legata ai sostenitori della campagna

che può essere diffuso efficacemente sul web e raggiungere un pubblico più ampio (Bogerts, Fielitz 2020).

Infine, le organizzazioni di destra radicale appaiono crescentemente consapevoli dell'importanza della cosiddetta funzione di «gestione delle immagini» (Bast 2021) nell'ambito delle proprie strategie di comunicazione visiva. Vengono impegnate risorse organizzative per la creazione di un'immagine professionale, che oltre a dimostrare vicinanza ai cittadini, è considerata un mezzo per influenzare il modo in cui essi stessi sono visti e rappresentati dagli altri (ad esempio, i giornalisti che si riferiscono ai loro canali ufficiali sui social media). In un recente studio sul populismo al potere e la costruzione discorsiva dell'identità collettiva (del leader, del proprio popolo, dei nemici, ecc.), che ha esaminato il caso di Donald Trump (2016-2020) (Figura D in appendice), l'analisi visuale di oltre 70 immagini, combinata con interviste a simpatizzanti e cittadini, ha rivelato che nella maggior parte dei casi i seguaci di Trump credono che il loro leader sia «autentico», come le immagini che lo ritraggono (Venizelos 2023). La strategia retorica («fatta di espressioni colloquiali e *slang*») e visiva del leader della destra radicale americana, trasmette così un messaggio con immagini, gesti e posture corporee, che si allinea con la distinzione tra «alto» e «basso» definitoria del populismo secondo l'approccio socio-politico. Il messaggio visivo di Trump e su Trump è focalizzato sulla presentazione positiva di sé, come leader carismatico vicino al popolo e al contesto culturale del paese, così come sulla delegittimazione dei suoi avversari (i politici mainstream, la burocrazia). Per un simile studio sul caso della destra radicale conservatrice polacca, si veda Kosman (2022). La creazione di immagini mediatiche «intelligenti» fa infatti parte di una più generale tendenza verso la professionalizzazione nell'organizzazione della mobilitazione della destra radicale.

## 6. *Visibilità e contesto*

Perché e a quali condizioni alcuni attori politici collettivi e rivendicazioni sono più visibili e di successo di altri? (es. Neumayer, Rossi 2018). A quali condizioni di contesto si ha

presidenziale di Donald Trump, e riappropriata dal leader stesso, portando l'immagine – e le sue connotazioni di estrema destra – nel discorso politico dominante.

un maggior impatto della politica visiva di un attore, sia esso movimento o partito? Infatti, se le immagini si intersecano coi movimenti sociali a livello delle loro performance e della loro (auto)mediazione, tuttavia il ruolo delle immagini (e la loro prominenza) cambia a seconda delle costellazioni storico-mediali e dei vari contesti. Possiamo suddividere questo campo di studi di applicazione della *visual analysis* in due sottogruppi: uno che guarda agli *effetti delle immagini sull'attivismo politico*; e uno che analizza il *framing* visivo, ovvero la costruzione simbolica della realtà socio politica circostante attraverso immagini. I manifestanti o i leader politici, anche di destra radicale, agiscono in un contesto strutturato da abitudini e visioni dominanti che riflettono e perpetuano relazioni di potere gerarchiche («patrimonio culturale»). I gruppi che articolano i loro obiettivi senza utilizzare un immaginario familiare, atteso e compatibile con la sensibilità dominante, è più probabile avranno meno successo.

Partendo dal primo filone di studi, la domanda di ricerca specifica è quanto e a quali condizioni le immagini sono importanti, cioè influiscono sulla partecipazione politica dei singoli individui (per esempio sulla loro attivazione politica, re-engagement o radicalizzazione). Infatti se la ricerca parte dal presupposto che le immagini abbiano *un impatto su chi le vede, influenzando opinioni e conoscenze e mobilitando motivazioni*, tuttavia, questo rapporto di causalità raramente è documentato empiricamente. Ad esempio, studi che provengono dal settore della comunicazione politica mostrano il ruolo delle fotografie nello *shock morale* (Klein, Trenz, Hesse, 2024), che viene legato all'attivazione politica (con i cosiddetti «ritorni di fiamma»). Gli studi che guardano empiricamente all'impatto delle immagini della destra radicale sono rari. Alcune ricerche evidenziano che le immagini possono *migliorare la circolazione dei frames* (cioè degli schemi interpretativi) delle organizzazioni di destra radicale, e *influenzare così le campagne elettorali*. Ciò è stato mostrato da alcuni studi legati al framing dei leader politici durante le campagne elettorali; o da studi comparati sul *political storytelling* nel discorso dominante di alcuni partiti di destra radicale (per esempio, su Regno Unito e Germania, si veda Freistein *et al.* 2022); o infine da alcuni studi sulla propaganda populista in America latina (per esempio, in Brasile, Rodarte *et al.* 2023).

Altri studi suggeriscono che le narrative visuali della destra radicale, soprattutto se diffuse online, possono avere un impatto

sulla partecipazione politica perché possono favorire la *diffusione transnazionale* delle ideologie di destra radicale (Askanius 2021; Doerr 2017; Hokka, Nelimarkka 2020; McSwiney *et al.* 2021, Stoencheva 2023) (si veda la Figura A in appendice).

Le immagini inoltre impatterebbero sulla partecipazione politica perché aiutano la *normalizzazione* dei messaggi di odio e «anti-democratici» delle organizzazioni della destra radicale, favorendo quindi una loro *mainstreamizzazione* nel sistema politico. A questo proposito alcuni studi recenti hanno mostrato che i meme, con il loro potenziale virale, favoriscono il passaggio delle narrative conflittuali delle destre da contesti online estremisti a piattaforme di un pubblico più ampio, normalizzando tali messaggi (per esempio McSwiney *et al.* 2021; Figura B). I *meme* rappresentano un modo efficace per diffondere narrazioni estremiste (Bogerts, Fielitz 2020). Utilizzando l'umorismo e l'ironia essi «abbassano la barriera per la partecipazione a ideologie estreme», soprattutto tra il pubblico più giovane (Askanius 2021,161). Altri studi, applicando un'analisi visuale alle immagini negli spazi fuori dal Web, come ad esempio gli spazi urbani, notano che i graffiti, i manifesti e gli adesivi di attori di destra radicale contenenti messaggi estremisti o disegnati a mano (per esempio all'interno di bagni pubblici o volantini), agiscono come «rivendicazioni dello spazio pubblico», agendo come luogo di lotta e contestazione politica da parte della destra radicale. Attraverso questo tipo di espressioni visive, collegando con successo argomenti altamente controversi ed emotivi, come lotte socioeconomiche o legate al genere, con la loro ideologia, questi attori possono avere un impatto sulla partecipazione politica (Stoencheva *et al.* 2023).

Infine, un altro tipo di impatto delle immagini di destra sulla partecipazione politica potrebbe esser quello – ancora da teorizzare – di avviare dinamiche di «movimento e contro-movimento» (della Porta, Diani 2020). Ciò richiederebbe di considerare anche come le immagini vengono utilizzate per combattere l'estrema destra da parte degli attivisti di sinistra (ciò che attualmente manca nella ricerca sul tema), ad esempio la NAFO (Organizzazione Fella del Nord Atlantico). Come è stato mostrato guardando all'elezione di Donald Trump alla Presidenza degli Stati Uniti nel 2016, vi è stato un aumento dei contenuti di estrema destra su YouTube da quando i creatori di contenuti degli avversari del leader hanno iniziato a pubblicare video che miravano a confutare la disinformazione della destra radicale.

In questo senso, arguiamo, si potrebbero anche considerare le immagini come mezzo per comprendere le spirali di escalation/violenza all'interno di singoli eventi mobilitativi da parte della destra radicale. Come si innesca la violenza? Quali sono gli effetti di rete? Queste domande di ricerca rispetto a cui l'analisi visuale può trovare applicazione per comprendere l'impatto delle immagini sulla partecipazione politica sarebbero molto rilevanti per lo studio della destra radicale.

Il secondo filone che si occupa di visualità e contesto guarda invece, come anticipato, al *framing visivo* (es. Rodriguez, Dimitrova 2011)<sup>13</sup>. Il tema è come attraverso le immagini si cerca di offrire una certa costruzione simbolica della realtà e una certa interpretazione di essa e delle possibili soluzioni collettive da adottare per i problemi individuati. Il *framing visivo* infatti consiste nel dirigere l'attenzione dello spettatore su determinati aspetti di una situazione o di un evento e nel plasmare così il modo in cui l'evento viene interpretato. In una recente ricerca sulla produzione di immagini da parte del partito di destra radicale *British National Party* (BNP) sui suoi social media ufficiali, Klein (2020)<sup>14</sup> mostra la presenza e varietà di *fake news*, ovvero di diverse forme di contenuti fallaci e ingannevoli trasmessi attraverso le immagini da parte del partito inglese (Figura C in appendice). La maggior parte dell'informazione (cioè 170 immagini su 333 pubblicate tra il 2017 e 2018) viene trasmessa attraverso contenuti «fallaci» (ingannevoli): ovvero, le informazioni non sono false di per sé, ma viene attuato un loro uso ingannevole. Una seconda porzione significativa (30 immagini) è costituita da informazioni satiriche, ossia senza l'intenzione di causare danni, ma con il potenziale di ingannare. Sono infine presenti anche immagini completamente fabbricate («bufale») – un risultato interessante per un partito istituzionale con membri nel Parlamento – che trasmettono informazioni del tutto false, progettate per ingannare e nuocere.

Studi confermano forti effetti del *framing visivo* su diverse variabili dipendenti legate alla partecipazione politica, come gli

<sup>13</sup> Si tratta di studi che in genere provengono da discipline diverse rispetto a scienza politica e sociologia.

<sup>14</sup> L'analisi visuale si basa su un *codebook* che classifica la quantità e il tipo di *fake news* (o informazione fuorvianti, false) costruite attraverso le immagini secondo sette tipi di «disinformazione», analiticamente distinti: satira o parodia, contenuti ingannevoli, contenuti di impostori, contenuti fabbricati, connessione e contesto falsi e contesto manipolato.

atteggiamenti anti-immigrati dei cittadini. Schmuck e Matthes (2017) ad esempio esaminano gli effetti degli appelli della pubblicità populista di destra in tema di minacce economiche e culturali derivanti dall'immigrazione: le argomentazioni visive risultano influenzare maggiormente le attitudini anti-immigrati dei rispondenti<sup>15</sup>. In maniera simile, un recente progetto Europeo sulla diffusione dell'estremismo in Svezia e Bulgaria<sup>16</sup>, mostra come le immagini aiutino le narrazioni estremiste a circolare in, e passare da, diversi luoghi e spazi: spazi online e offline; arene di comunicazione dominanti e di nicchia; spazi locali vs. globali. Le immagini visive favoriscono così la diffusione di credenze estremiste e nazionaliste (Awad *et al.* 2022). Tuttavia la visibilità può anche andare nella direzione opposta e *deradicalizzare* gli estremisti di destra, come nel caso del partito ungherese di estrema destra Jobbik (Hyttinen 2022), che, per allargare i propri elettori, ha avviato un processo di deradicalizzazione utilizzando proprio la sfera simbolica e rituale delle immagini. Infine, un altro esempio dell'uso delle immagini per evocare una specifica costruzione della realtà è il caso delle rappresentazioni visive del martirio nelle organizzazioni di destra (Miotto 2022). Questi gruppi diffondono immagini online che ritraggono terroristi ed estremisti di destra che hanno compiuto attacchi mortali come santi e martiri.

Gli studi sulla comunicazione potrebbero aiutare questa terza linea di ricerca sulla visibilità della destra radicale e sul contesto, così come gli studi (non necessariamente sulla politica conflittuale) su come la stampa seleziona le immagini.

In sintesi, dall'analisi degli studi sulla visibilità e la destra radicale, e utilizzando la nostra griglia analitica come punto di riferimento, possiamo concludere che mentre l'area di ricerca delle «espressioni visive» degli attori politici è significativamente – e sempre più – popolata da studi empirici che utilizzano le immagini per analizzare la politica della destra radicale, le altre due aree, vale a dire la «rappresentazione visiva» degli attori di destra da parte di altri attori (come i media, altri movimenti, ecc.) e l'analisi della «visibilità» delle immagini della destra radicale

<sup>15</sup> Il sondaggio include un campione di 417 partecipanti.

<sup>16</sup> EU-HORIZON CL2-2022-DEMOCRACY-01-05 «OppAttune – Countering Oppositional Political Extremism through Attuned Dialogue: Track, Attune, Limit», PI, Tina Askanius (<https://mau.se/en/research/projects/countering-oppositional-political-extremism-through-attuned-dialogue-track-attune-limit/>).

nel contesto, sono scarsamente esplorate. Esistono pochi studi empirici che applicano l'analisi visiva alla destra radicale da queste prospettive, che potrebbero invece rappresentare promettenti linee di ricerca future per l'analisi di questo fenomeno e del suo recente successo, combinando prospettive culturali e strutturali (siano esse economiche, politiche o legate ai processi migratori).

## 7. Conclusioni

In questo articolo abbiamo preso in considerazione la politica visiva della destra radicale, chiedendoci come e perché dovremmo farlo. Abbiamo sostenuto che questo aspetto importante è rimasto relativamente trascurato nell'enorme quantità di ricerche prodotte sul tema della destra radicale negli ultimi due decenni: la dimensione visiva ed estetica della sua politica (Moffitt 2022).

Partendo da queste considerazioni, abbiamo esaminato criticamente il filone di ricerca attualmente in crescita dell'analisi visuale della destra radicale, usando da un lato categorie analitiche rilevanti della ricerca visuale sui movimenti sociali, ancora scarsamente applicate alle destre, e dall'altro categorie analitiche relative ai significati del lavorare con le immagini nella ricerca sociale. L'argomento è che questo è vantaggioso sia per la letteratura sull'analisi visuale e *contentious politics* (per «testare» la capacità euristica dei suoi concetti e ipotesi su referenti empirici diversi dai movimenti sociali della sinistra libertaria), sia per quella (di politica comparata, di studio dei partiti, di sociologia e comunicazione politica) sulla destra radicale. Quest'ultima, attraverso l'analisi visuale può dare maggiore risalto al ruolo dell'*agency* e della costruzione simbolica delle opportunità politiche e delle risorse nella (spiegazione della) mobilitazione di questi attori.

Due i principali contributi teorici del lavoro emersi dall'analisi dei casi studio esaminati sui vari ruoli delle immagini per «fare politica» da parte delle organizzazioni di destra radicale: il significato discorsivo delle immagini (la storia stessa, raccontare la storia, suscitare la storia), e la funzione comunicativa delle immagini (espressione visiva del movimento o di altri, visibilità), che connette l'agente e il destinatario. Come i casi studio empirici illustrati hanno mostrato, gli attori di destra radicale (sia movimenti che partiti) utilizzano in modo crescente il potere delle immagini per diversi aspetti del loro attivismo politico: creazione

e consolidamento delle identità collettive, demarcazione di alleati e nemici, mobilitazione online e offline, propaganda e reclutamento, nonché la transnazionalizzazione. Ovvero le immagini divengono *espressione degli attori collettivi*. Se, come abbiamo visto, queste organizzazioni possono avere un'influenza sulle immagini a cui sono collegate facendosi, grazie anche al Web, produttrici visive della propria *rappresentazione* tramite immagini (con la creazione di immagini forti e accattivanti, come i meme, ma anche i propri corpi), nonché professionalizzandosi sempre più nella gestione dell'immagine, sappiamo ancora poco della relazione tra immagini della destra radicale e contesto (e loro impatto su quest'ultimo), ovvero a quali condizioni alcune organizzazioni di destra radicale e rivendicazioni sono più visibili o, al contrario, riscuotono meno successo. Come mostrato in questa rassegna, se la ricerca sociale spesso assume che le immagini abbiano un impatto su chi le vede, influenzando potenzialmente opinioni, conoscenze, emozioni e quindi comportamenti politici, questa relazione causale è ancora poco documentata negli studi sulla partecipazione politica delle destre. Studi empirici futuri, comparati su diversi tipi di attori e paesi, che triangolino il metodo dell'analisi visiva con altri metodi, sono auspicabili per esplorare questi aspetti importanti ma trascurati della mobilitazione della destra radicale, anche per individuare eventuali *usi specifici* delle immagini, ovvero se e cosa distingue il ricorso a tali strumenti (visuali) da parte di questi gruppi rispetto ad altri movimenti e partiti.

Oltre a ciò, da un punto di vista metodologico, se come visto in questo articolo è utile distinguere analiticamente l'analisi delle immagini in tre passaggi (produzione, contenuto, e ricezione: si veda Moffitt 2022), la ricerca su visualità e mobilitazione politica delle destre radicali si concentra per lo più sull'aspetto del *contenuto* delle immagini (si veda la Tab. 1)<sup>17</sup>, secondo un approccio

<sup>17</sup> Due notazioni relativamente alla griglia analitica proposta. Primo, qui il medium viene introdotto solo come contesto, ma ci si può chiedere se con Instagram e i social media più in generale non stiamo assistendo a un cambiamento qualitativo nel modo in cui si possono applicare le due dimensioni o assi della tabella. Ad esempio, con i social media, il confine tra l'espressione visiva da parte dei movimenti e la loro rappresentazione da parte degli altri diventa sfumato, dato che la stessa immagine viene condivisa rapidamente da molte persone. In questo senso «il mezzo è il messaggio». Secondo, ci si può anche chiedere se la visibilità, oltre che legata al contesto (terza riga), non sia anche una funzione della rappresentazione visiva di sé (prima riga) e da parte degli altri (seconda riga). Si possono infatti pensare molti casi studio che non stanno sulla diagonale ma all'intersezione di altre celle. Ad esempio «la rappresentazione visiva da

più tradizionale legato all'analisi del discorso e alla semiotica (chi è rappresentato? Come?), mentre gli altri due aspetti, pur emersi come importanti, ovvero la *produzione* delle immagini e il suo processo (chi ha realizzato l'immagine? Quale lo scopo?) e, in particolare, la *ricezione* delle medesime (per esempio con interviste, sondaggi, osservazione partecipante), sono meno investigati. In questo senso, l'analisi visuale sia quantitativa che qualitativa, pur con i suoi limiti, può offrire gli strumenti necessari per comprendere a pieno la mobilitazione politica della destra radicale nel 21° secolo, con particolare riferimento agli effetti performativi delle pratiche e delle narrazioni di questi attori politici attraverso la visualità.

Per concludere, nonostante la svolta «culturale» negli studi sui movimenti sociali e sulla mobilitazione politica, anche di destra radicale, *la politica visiva* di quest'ultima è tuttora un ambito di studi meno studiato rispetto ad altri. Allo stesso tempo, *la sociologia visuale* non è ancora uno strumento consolidato nella prassi di ricerca. Sopravvivono evidenti difficoltà ad armonizzare un approccio qualitativo (spesso influenzato dall'abitudine culturale a leggere in termini narrativi ed estetici l'immagine) e uno quantitativo (che sembra impoverire l'ermeneutica dell'immagine). Per questo motivo è importante, ogni volta che se ne parla (specie se in termini di uno strumento di ricerca «nuovo», nonostante la sociologia visuale abbia ormai cinquant'anni), richiamarne, come si è fatto in questo articolo, le molte prospettive ma anche gli inevitabili limiti. Il problema d'altronde vale anche per metodi più frequentati nella ricerca sulla mobilitazione politica, come l'analisi del contenuto tout court, che si dibatte tra intuizioni qualitative e procedure quantitative.

[Accettato il 14 maggio 2024]

parte di altri che diventa la storia stessa», come vediamo nelle recenti manifestazioni per la pace nelle immagini con gli slogan radicali delle attuali proteste filo-palestinesi, o le immagini della marcia del giorno dell'indipendenza da Varsavia.

APPENDICE



FIG. A. Proteste della destra radicale contro le misure di contenimento del Covid-19, in Europa e Stati Uniti.

Fonte: Caiani *et al.* 2024.



FIG. B. I meme e la destra radicale: Alcuni esempi<sup>18</sup>.

(A sinistra) il retweet di Donald Trump del meme Pepe/Trump; (a destra) meme di estrema destra di Pepe la rana. Fonti: ISD (Institute for Strategic Dialogue) (2022); <https://www.isdglobal.org/explainers/memes-the-extreme-right-wing/>.

<sup>18</sup> «Pepe la Rana» è il meme più noto associato all'estremismo di destra. Si tratta di una rana cartone animato della serie di fumetti online del 2005 «Boy's Club». Esso mostra come nei meme di estrema destra possano esistere ogni giorno immagini cooptate da contesti non estremi e tuttavia intrise di narrazioni estremiste.



FIG. C. Esempi di framing 'visivo': Tipi di mis- e dis-informazione (visuale) della destra radicale.

Fonte: rielaborazione dell'autore da Klein 2020 (trad. it. seconda figura da sinistra verso destra «Non c'è una crisi di case, c'è una crisi di immigrazione»; terza figura «I nostri bambini non sono carne da macello...[...]. 13 uomini musulmani sono accusati di pedofilia e stupri...»).



FIG. D. Trump e come la destra radicale è vista.

Fonte: Venizelos 2023,

## RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Adami, A. (2020) *Visual analysis and right wing (populist) groups*, in «Partecipazione e Conflitto», 13, 1, pp. 315-36.
- Askanius, T. (2021) *On Frogs, Monkeys, and Execution Memes: Exploring the Humor-Hate Nexus at the Intersection of Neo-Nazi and Alt-Right Movements in Sweden*, in «Television and New Media», 22, 2, pp. 147-65.
- Awad, S., Doerr, N., Nissen, A. (2022) *Far-right boundary construction towards the «other»: Visual communication of Danish People's Party on social media*, in «The British Journal of Sociology», 73, 5, pp. 985-1005.
- Bast, J. (2021) *Managing the Image. The Visual Communication Strategy of European Right-Wing Populist Politicians on Instagram*, in «Journal of Political Marketing», pp. 1-30.
- Benford, R.D., Hunt, S.A. (1992) *Dramaturgy and Social Movements: The Social Construction and Communication of Power*, in «Sociological Inquiry», 62, 1, pp. 36-55.
- Bleiker, R. (2015) *Pluralist Methods for Visual Global Politics*, in «Millennium», 43, 3, pp. 872-890.
- Bogerts, L., Fielitz, M. (2020) *The Visual Culture of Far-Right Terrorism*, GNET (gnet-research.org).
- Caiani, M., della Porta, D., Wagemann, C. (2012) *Mobilizing on the Extreme Right*, Oxford, Oxford University Press.
- Caiani, M., Susaszky, P., Saridakis, N. (2024) *Radical Right and Anti-Vax Protests Between Movements and Parties: a Comparative Study*, in «Acta Politica», in corso di pubblicazione, ACPO-D-23-00306R1.
- Caiani, M. (2023) *Framing and social movements*, in «Discourse Studies», 25, 2, pp.195-209.
- Caiani, M., DiCocco, J. (2023) *Populism and emotions: a comparative study using machine learning*, in «Rivista Italiana di Scienza Politica», 53, 3, pp. 351-366.
- Caiani, M., Graziano, P. (2016) *Varieties of populism: Insights from the Italian case*, in «Rivista Italiana di Scienza Politica», 46, 2, pp. 243-267.
- Caiani, M., Padoan, E. (2023) *Populism and (Pop) Music*, London, Palgrave.
- Cheles, L. (1992) *Dolce stil nero? L'immagine della donna nella propaganda figurativa del MSI*, in «Comunità», 193-194.
- Corrigan-Brown, C., Wilkes, R. (2014) *Media exposure and the engaged citizen: How the media shape political participation*, in «The Social Science Journal», 51, 3.
- Dafaure, M. (2020) *The «great meme war»: The alt-right and its multifarious enemies*, in «Angles. New Perspectives on the Anglophone World», 10, 10.
- Delicath, J.W., DeLuca, K.M. (2003) *Image Events, the Public Sphere, and Argumentative Practice: The Case of Radical Environmental Groups*, in «Argumentation», 17, pp. 315-333.
- della Porta, D., Keating M.J., eds. (2008) *Approaches and Methodologies in the Social Sciences: A Pluralist Perspective*, Cambridge, Cambridge University Press.
- della Porta, D., a cura di (2014) *Methodological Practices in Social Movement Research*, Oxford, Oxford University Press.

- della Porta, D., Lavizzari, A., Reiter, H., Sommer, M., Steinhilper, E., Ajayi, F. (2023) *Patterns of adaptation and recontextualisation: The transnational diffusion of Black Lives Matter to Italy and Germany*, in «European Journal of Cultural and Political Sociology», 10, 4, pp. 653-677.
- della Porta, D., Diani, M. (2020) *Social Movements: An introduction*, 3rd edition, London, Wiley-Blackwell.
- Demirsu, I. (2022) *The 'Anti-gender' City of Verona and Grassroots Spatial Resistance: An Interspatial Analysis of Contentious Politics*, unpublished paper.
- Doerr, N. (2017) *Bridging language barriers, bonding against immigrants: A visual case study of transnational network publics created by far-right activists in Europe*, in «Discourse e Society», 28, 1, pp. 3-23.
- Doerr, N. (2021) *The Visual Politics of the Alternative for Germany (AfD): Anti-Islam, Ethno-Nationalism, and Gendered Images*, in «Social Sciences», 10, 1, 20.
- Doerr, N., Mattoni, A., Simon, T. (2013) *Towards a visual analysis of social movements, conflicts and political mobilization*, in «Research in Social Movements, Conflict and Change», 35, pp. 16-26.
- Doerr, N., Milman, N. (2014) *Working with Images*, in della Porta, a cura di, cit., pp. 418-45.
- Doerr, N., Svatoňová, E. (2023) *Emphasised, Feared, Despised and Hegemonic-Images of Femininity in the US Far Right Digital Ecosystem on Telegram Channels*, in «European Journal of Politics and Gender».
- Feighery, W. (2015) *Right-Wing Visual Rhetoric and Switzerland's Tourism Image*, in «Tourism Research Frontiers: Beyond the Boundaries of Knowledge», 20, pp. 105-22.
- Forchtn, B., Kølvråa, C. (2017) *Extreme right images of radical authenticity: Multimodal aesthetics of history, nature, and gender roles in social media*, in «European Journal of Cultural and Political Sociology», 4, 3, pp. 252-81.
- Freistein, K., Frank, G., Christine, U. (2022) *It Just Feels Right. Visuality and Emotion Norms in Right-Wing Populist Storytelling*, in «International Political Sociology», 16, 4.
- Goodnow, T. (2010) *Visual Bias in Time's «The Great Divide»: A Semiotic Analysis of Clinton and Obama Photographs*, in «American Behavioral Scientist», 54, 4, pp. 406-416.
- Gross, J. (2008) *Emotion regulation*, in «Handbook of emotions», 3, 3, pp. 497-513.
- Hakoköngäs, E., Halmesvaara, O., Sakki, I. (2019) *Persuasion Through Bitter Humor: Multimodal Discourse Analysis of Rhetoric in Internet Memes of Two Far-Right Groups in Finland*, in «Social Media + Society», 6, 2.
- Hokka, J., Nelimarkka, M. (2020) *Affective economy of national-populist images: Investigating national and transnational online networks through visual big data*, in «New Media and Society», 22, 5, pp. 770-92.
- Hunter, L. (2021) *Visual analysis and art in social movements*, presentation at the Scuola Normale Superiore on May 25th.
- Hyttinen, A. (2022) *Deradicalisation of Jobbik and its consequences: a visual ethnographic analysis of the symbolic and ritual change of a Hungarian radical right party*, in «European Journal of Cultural and Political Sociology», 9, 4, pp. 423-50.

- Joffe, H. (2008) *The Power of Visual Material: Persuasion, Emotion and Identification*, in «Diogenes», 55, 1, pp. 84-93.
- Kakavand Azade, E. (2023) *Far-right social media communication in the light of technology affordances: a systematic literature review*, in «Annals of the International Communication Association». <https://doi.org/10.1080/23808985.2023.2280824>.
- Klein, O. (2020) *Misleading memes. The effects of deceptive visuals of the British national party*, in «Partecipazione e Conflitto», 13, 1, pp. 154-79.
- Klein, O., Trenz, H.J., Hesse, N. (2024). *Political conflict on Instagram during the COVID-19 pandemic in Europe: challenges of a cross-country comparison of visual content*, in «Journal of Information Technology & Politics», pp. 1.14. <https://doi.org/10.1080/19331681.2024.2308886>.
- Kosman, M. (2022) *Polish Multimodal Far-Right Discourse. Election Spots of Grzegorz Braun*, in «Concepts, Discourses, and Translations», pp. 187-204.
- Kotwas, M., Kubik, J. (2019) *Symbolic thickening of public culture and the rise of right-wing populism in Poland*, in «East European Politics and Societies», 33, 2, pp. 435-71.
- Kress, G., Van Leeuwen, T. (2006) *Reading Images. The grammar of visual design* (2<sup>nd</sup> edition), London-New York, Routledge.
- Lamerichs, N., Nguyen, D., Melguizo, M.C.P., Radojevic, R., Lange-Böhmer, A. (2018) *Elite male bodies: The circulation of alt-Right memes and the framing of politicians on Social Media*, in «Participations», 15, 1, pp. 180-206.
- Liebhart, K. (2016) *A Multi-Method Approach to the Comparative Analysis of Anti-Pluralistic Politics*, in, Kiess, J., Decker, O., Brähler, E. (a cura di), *German Perspectives on Right-Wing Extremism. Challenges for Comparative Analysis*, London-New York, Routledge, pp. 61-80.
- Lorenzetti, M.I. (2020) *Right-Wing Populism and the Representation of Immigrants on Social Media. A Critical Multimodal Analysis*, in «Iperstoria», 15. <https://doi.org/10.13136/2281-4582/2020.i15.666>.
- Lotfalian, M. (2013) *Aestheticized Politics, Visual Culture, and Emergent Forms of Digital Practice*, *International Journal of Communication*, in «Challenges for Comparative Analysis», 7, pp. 1371-1390.
- Mattoni, A., Teune, S. (2014) *Visions of Protest. A Media-Historic Perspective on Images in Social Movements*, in «Sociology Compass», 8, 6, pp. 876-887.
- McSwiney, J., Vaughan, M., Heft, A., Hoffmann, M. (2021) *Sharing the hate? Memes and transnationality in the far right's digital visual culture*, in «Information, Communication and Society», 24, 16, pp. 2502-21.
- Miller-Idriss, C. (2019) «*What Makes a Symbol Far Right? Co-opted and Missed Meanings in Far-Right Iconography*», in Fielitz, M., Thurston, N. (a cura di), *Post-Digital Cultures of the Far Right: Online Actions and Offline Consequences in Europe and the US*», Bielefeld, transcript Verlag, pp. 123-136.
- Milman, N., Doerr, N. (2021) *Visual Analysis*, in Giugni, M., Grasso, M. (a cura di), *Sociology Compass*, 0000-0003-3045-4110.
- Milman, N., Doerr, N. (2023) *Activists' visibility acts of citizenship and media (mis)representation of BLM*, in «Journal of Cultural and Political Sociology», 10, 4, pp. 525-551.

- Miotto, N. (2022) *Visual representations of martyrdom: Comparing the symbolism of Jibadi and far-right online martyrologies*, in «Journal for Deradicalization», 32, pp. 110-63.
- Moffitt, B. (2022) *How do populists visually represent 'the people'? A systematic comparative visual content analysis of Donald Trump and Bernie Sanders' Instagram accounts*, in «The International Journal of Press/Politics», pp. 1-26.
- Mudde, C. (2019), *The Far Right Today*, New York, John Wiley & Sons.
- Müller, M.G., Özcan, E. (2007) *The political iconography of Muhammad cartoons: Understanding cultural conflict and political action*, in «Politics and Society», 40, pp. 287-291.
- Nagle, A. (2017) *Kill All Normies: Online Culture Wars from 4chan and Tumblr to Trump and the Alt-Right*, Winchester, Zero Books.
- Neumayer, C., Rossi, L. (2018) *Images of Protest in Social Media: Struggle Over Visibility and Visual Narratives*, in «New Media & Society», 20, 11, pp. 4293-4310.
- Nikunen, K., Hokka, J., Nelimarkka, M. (2021) *Affective practice of soldiering: How sharing images is used to spread extremist and racist ethos on Soldiers of Odin Facebook site*, in «Television & New Media», 22, 2, pp. 166-185.
- Nouri, L., Lorenzo-Dus, N., Watkin, A.L. (2020) *Impacts of radical right groups' movements across social media platforms. A case study of changes to Britain First's visual strategy in its removal from Facebook to Gab*, in «Studies in Conflict e Terrorism», pp. 1-27.
- Pauwels, L., Mannay, D., a cura di (2020) *The SAGE Handbook of Visual Research Methods*, New York, Sage.
- Philipps, A. (2012) *Visual protest material as empirical data*, in «Visual Communication», 11, 1, pp. 3-21.
- Richardson, J.E., Colombo, M. (2013) *Continuity and Change in Anti-immigrant Discourse in Italy: an Analysis of the Visual Propaganda of the Lega Nord*, in «Journal of Language and Politics», 12, 2, pp. 180-202.
- Robinson N, Schulzke, M. (2016) *Visualizing War? Towards a Visual Analysis of Videogames and Social Media*, in «Perspectives on Politics», 14, 4, pp. 995-1010.
- Rodarte, A.K., Hyunsik Kim, T., Lukito, J. (2023) *Representing «The People»: What Can Social Media Images Reveal About Populist Propaganda in Brazil?*, in «Social Media + Society», 9, 2.
- Rodriguez, L., Dimitrova, D.V. (2011) *The levels of visual framing*, in «Journal of Visual Literacy», 30, 1, pp. 48-65.
- Rose, G. (2007) *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*, New York, Sage.
- Sayan-Cengiz, F., Tekin, C. (2022) *Gender, Islam and nativism in populist radical-right posters: visualizing 'insiders' and 'outsiders'*, in «Patterns of Prejudice», 56, 1, pp. 61-93.
- Schiller, M. (2022) *Populism and Music*, in Manucci, L., a cura di (2022) *The Populism Interviews: A Dialogue with Leading Experts*, London, Routledge.
- Schmuck, D., Matthes, J. (2017) *Effects of Economic and Symbolic Threat Appeals in Right-Wing Populist Advertising on Anti-Immigrant Attitudes: The Impact of Textual and Visual Appeals*, in «Political Communication», 34, 4, pp. 607-26.

- Stocchetti, M., Kukkonen, K., a cura di (2011) *Images in use: Towards the critical analysis of visual communication* (Vol. 44), Amsterdam, John Benjamins Publishing.
- Stoenecheva, J. (2023) *Mainstreaming Extremism in Sweden and Bulgaria*, in EU-HORIZON CL2-2022-DEMOCRACY-01-05 «OppAttune – Countering Oppositional Political Extremism through Attuned Dialogue: Track, Attune, Limit», paper presented at the SNS Summer School in Cortona, June 2023, Italy.
- Streeby, S. (2013) *Radical Sensations: World-Movements, Violence, and Visual Culture*, Durham, Duke University Press.
- Svatoňová, E. (2020) *Where Have All the Normal Men and Women Gone?*, in «Conjunctions », 7, 1, pp. 1-15.
- Szebeni, Z., Salojärvi, V. (2022) «Authentically» *Maintaining Populism in Hungary. Visual Analysis of Prime Minister Viktor Orbán's Instagram*, in «Mass Communication and Society», 25, 6, pp. 812-837.
- Teune, S. (2012) *Imagining Heiligendamm: Visual Struggles and the G8 Summit 2007*, in B. Cammaerts, A. Mattoni, McCurdy, P.M., a cura di, *Mediation and Protest Movements*, Bristol und Wilmington, Intellect.
- Tuomola, S., Wahl-Jorgensen, K. (2023) *Emotion Mobilisation through the Imagery of People in Finnish-Language Right-Wing Alternative Media*, in «Digital Journalism», 11, 1, pp. 61-79.
- van den Scott, L. (2018) *Visual Methods in Ethnography*, in «Journal of Contemporary Ethnography», 47, 6, pp.719-728.
- Venizelos, G. (2023) *Populism in Power Discourse and Performativity in SYRIZA and Donald Trump*, London, Routledge.
- Wodak, R., Forchtner, B. (2014) *Embattled Vienna 1683/2010: Right-wing populism, collective memory and the fictionalisation of politics*, in «Visual Communication», 13, 2, pp. 231-55.

### **Visual analysis and the political mobilisation of the Radical Right. A social movement approach**

Images are very important for social movements, even radical ones. Yet the study and application of visual analysis to the field of the radical right and its mobilisation is not (yet?) widespread and, at best, fragmented. Empirical studies are reluctant to integrate visual materials as relevant data for understanding the politics of the radical right. This article critically outlines this new – and growing – strand of research. It examines in detail the method of visual analysis applied to the study of radical right-wing actors (including parties and movements)-their political participation, communication and organisational dynamics-offering empirical case studies from Europe and beyond to illustrate the argument. The advantages (and challenges) of using visual analysis for the study of right-wing mobilisation will be examined, as well as the necessary methodological steps of this approach: from the conceptualisation of what ‘an image’ is, to research design, data collection and analysis, with a focus on online sources. An analytical grid will be proposed to systematise

and interpret existing research on visual analysis and the radical right, and suggest promising new lines of future research.

*Keywords:* visual analysis, radical right (parties and movements), visual political mobilisation, qualitative methods, online sources.

Manuela Caiani, Classe di Scienze Politico-Sociali, Scuola Normale Superiore, Firenze, Palazzo Strozzi, I-50135 Firenze.

E-mail: manuela.caiani@sns.it

<https://orcid.org/0000-0002-2174-6579>

