



# HATE SPEECH

Riflessioni, pratiche e proposte  
contro l'odio in rete

# **HATE SPEECH**

**Riflessioni, pratiche e proposte  
contro l'odio in rete**

i quaderni di  
**Benvenuti in Italia**  
Fondazione 2011



a cura di Alberta Giorgi e Francesca Rispoli  
quaderno stampato il 14 maggio 2021



**INTRODUZIONE** di Alberta Giorgi ..... 4

**L'ODIO COME MATRICE DI IDENTITÀ DIGITALE:  
UN'ANALISI DEL CONTESTO SOVRANISTA DEL WEB**

di Giacomo Molinari ..... 7

**PROSPETTIVE DI RICERCA EMERSE NELL'AMBITO  
DEL PROGETTO CONTRO L'ODIO**

di Marco Stranisci, Cristina Bosco, Viviana Patti e Giancarlo Ruffo ..... 35

**L'INTERSEZIONE TRA MEDIA EDUCATION E HATE SPEECH.  
I FUTURI CITTADINI DIGITALI CRESCONO ONLIFE**

di Alessandra Vitullo ..... 59

**I MEME DELLA DIASPORA MAGHREBINA FRANCOFONA:  
TRA IRONIA E CONTESTAZIONE**

di Michele Messina ..... 71

**APPENDICE**

**"CONTRO L'ODIO": ALLEANZE EDUCATIVE TRA ATENEI  
E ORGANIZZAZIONI SOCIALI PER CONTRASTARE L'HATE SPEECH**

a cura dell'èquipe di Contro l'odio ..... 85

**HATE SPEECH: IL RUOLO DELLA POLITICA LOCALE**

di Francesca Rispoli ..... 88

# INTRODUZIONE

di **Alberta Giorgi**

Mentre chiudiamo questo quaderno, è in corso il dibattito pubblico sul disegno di legge contro l'omotransfobia – Misure di prevenzione e contrasto della discriminazione e della violenza per motivi fondati sul sesso, sul genere, sull'orientamento sessuale, sull'identità di genere e sulla disabilità (il DDL Zan) – che, tra le altre cose, rende la discriminazione e “l'odio” aggravanti nel caso di reati violenti. Il disegno di legge è la più recente espressione di un'attenzione politica, pubblica e sociale più ampia, cresciuta nell'arco di diversi decenni fino a raggiungere l'attuale soglia critica che caratterizza il discorso sull'odio (e sulla sua espressione nel web in particolare) nel Nord Globale.

Numerosi sono infatti i progetti messi in campo per capire e monitorare l'odio, in particolare nella sua espressione sul web – citiamo, a titolo di esempio, il progetto Contro l'Odio, di cui parlano Marco Stranisci, Cristina Bosco, Viviana Patti e Giancarlo Ruffo, il progetto Mediavox<sup>1</sup> o il Dangerous Speech Project<sup>2</sup>, che dal 2010 monitora le espressioni di violenza e odio sul web in diversi contesti. Anche dal punto di vista normativo, a livello nazionale e internazionale sono allo studio diverse iniziative che cercano di arginare il fenomeno – l'Unione Europea è particolarmente attiva sia sul piano dell'elaborazione di codici, norme e linee guida, sia dal punto di vista del monitoraggio<sup>3</sup>. Le piattaforme social stesse stanno muovendosi nella direzione di un maggior controllo di atteggiamenti e comportamenti violenti e scorretti – in particolare prendendo provvedimenti contro forme di disinformazione che possono incitare alla violenza. Anche diverse organizzazioni di giornalisti e responsabili di informazione hanno messo in campo, a livello nazionale e transnazionale, codici di condotta e piattaforme per l'auto-educazione. Tra le iniziative di contrasto all'odio, infatti, oltre alla dimensione repressiva, un ruolo centrale ha la pratica educativa, sia sul piano

<sup>1</sup> <https://www.mediavox.network/>

<sup>2</sup> <https://dangerousspeech.org/>

<sup>3</sup> [https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/racism-and-xenophobia/eu-code-conduct-counteracting-illegal-hate-speech-online\\_en](https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/racism-and-xenophobia/eu-code-conduct-counteracting-illegal-hate-speech-online_en)

della non discriminazione, sia in termini di alfabetizzazione al linguaggio del web che, come spiega Alessandra Vitullo, è fondamentale. Progetti come No Hate Speech<sup>4</sup> e Parole O\_stili<sup>5</sup> partono dall'assunto che la comprensione del linguaggio specifico delle piattaforme web e delle loro logiche siano indispensabili per il contrasto di un fenomeno che è sempre esistito ma che negli ultimi anni ha raggiunto livelli di estrema pericolosità sociale.

Non ha senso chiedersi se ci siano differenze tra l'odio online e offline, nella misura in cui le tecnologie portatili di comunicazione e i social media non solo fanno parte della nostra vita quotidiana, come ripetono da decenni gli studiosi<sup>6</sup>, ma, più in generale, sono parte di noi. Ci portiamo addosso gli smartphone – e, per estensione, la rete web: un oggetto extracorporeo, che però incorpora (nel senso di embodiment) la nostra identità. Ci sono però molte altre domande che ha senso – ed è urgente – porsi. Ci si può chiedere, per esempio, se e quanta distanza ci sia tra atteggiamenti e violenze verbali, da un lato, e violenza fisica, dall'altro. Si tratta di una relazione difficile da verificare, anche se ci sono stati dei tentativi. In ogni caso, possiamo raccogliere indizi: per esempio ILGA (International Lesbian and Gay Association), l'associazione internazionale che riunisce gruppi omosessuali in tutto il mondo, pubblica ogni anno report che dettano, in parallelo, sia l'odio online sia episodi di violenza e discriminazione sulla base dell'orientamento sessuale. Sebbene non sia possibile trarre un'inferenza diretta, è possibile identificare notevoli parallelismi. In questa direzione, ci si può chiedere quali siano le conseguenze dell'amplificazione che il web permette di espressioni di odio individuali: se pensiamo l'odio come un virus, qualcosa che si può diffondere facilmente, allora potremmo ipotizzare che maggiore è la visibilità dei portatori di odio, maggiore è la possibilità di contagio. Questa è una delle domande che si pongono Stranisci et al. nel saggio *Prospettive di ricerca emerse nell'ambito del progetto Contro l'odio*. Allo stesso modo, ci si potrebbe domandare se la struttura dei social media favorisca l'esposizione a posizioni eterogenee oppure omogenee (se favorisca, cioè, lo sviluppo di echo-chambers). Nel saggio di Molinari, che presenta un'esplorazione dell'universo sovranista online, sono messi in luce i riferimenti condivisi e i meccanismi di creazione di una comunità online che passano anche attraverso

<sup>4</sup> <http://www.nohatespeech.it/menu-superiore/chi-siamo/>

<sup>5</sup> <https://paroleostili.it>

<sup>6</sup> <https://www.wumingfoundation.com/italiano/outtakes/culturaconvergente.htm>

la diffusione e l'amplificazione di notizie false. Ancora, ci si può chiedere quali siano le reazioni all'odio e quali siano gli strumenti più efficaci per disinnescarne la potenza e la diffusione – in questa direzione, il saggio di Messina si concentra sui meme e sull'uso dell'ironia all'interno di un gruppo di creatori di meme algerino-francesi.

Infine, ci si può chiedere quale sia il ruolo del contesto politico nell'amplificare oppure ridurre le dinamiche di odio: si tratta, questa, di una domanda fondamentale. Le emozioni, pubblicamente espresse, sono un punto di osservazione particolarmente interessante per l'analisi sociale, perché segnalano tensioni, temi e questioni urgenti, soprattutto quando raggiungono una soglia critica – come quella evidentemente raggiunta dall'odio nel Nord Globale. Come ricorda Sara Ahmed (2004)<sup>7</sup>, le emozioni non sono stati psicologici, bensì pratiche culturali: cosa sentire, come farlo e manifestarlo, in quali situazioni sono appropriate quali emozioni (e in che misura) sono pratiche regolate culturalmente e socialmente. In questo senso, la dimensione politica delle emozioni – cioè il fatto che l'odio sia diventato un sentimento appropriato nella sfera politica, così come la sua manifestazione attraverso insulti e violenze verbali – è un fenomeno particolarmente rilevante, e rischioso nelle sue potenziali conseguenze. Gli “odiatori” non si definiscono tali: le emozioni che riconoscono e rivendicano sono la rabbia, il disgusto, la paura. In questo senso, l'odio è ancora un tabù sociale e politico. E questa, per contrastarne la diffusione online, è una buona notizia.

<sup>7</sup> Ahmed, S., (2004) The cultural politics of emotions, Edinburgh, Edinburgh University Press.

## L'odio come matrice di identità digitale: un'analisi del contesto sovranista nel web

di Giacomo Molinari

*“Odio: s.m. Sentimento di forte e persistente avversione, per cui si desidera il male o la rovina altrui; più genericamente, sentimento di profonda ostilità e antipatia: concepire, nutrire, covare odio verso qualcuno o qualcosa” (“Odio”, Enciclopedia Treccani Online, 2020).*

*“La paura conduce all'ira, l'ira all'odio...l'odio conduce alla sofferenza. Ah... io sento in te molta paura” (Maestro Jedi Yoda, “Star Wars – la minaccia fantasma”, Lucas 1999).*

L'avvento della “Grande Migrazione”, che dal 2013 in avanti ha determinato una profonda mutazione dello scenario socio-economico a livello sia europeo che nazionale, ha messo in luce alcune delle fragilità strutturali tipiche delle moderne società europee determinando il ritorno sulla scena politica continentale di visioni e dottrine che si credevano relegate ai margini della Storia. Nella presente parte di questo elaborato analizzerò, a partire dalla specificità del caso italiano, alcuni degli elementi caratteristici delle posizioni cosiddette “sovraniste” (1) e della loro correlazione con le rappresentazioni digitali, l'hate speech e le fake news; introdurrò i risultati di una ricerca condotta su Facebook relativa ai trend topic della comunicazione sovranista sul tema della migrazione (2) e proverò a trarre delle conclusioni di ordine generale sulla questione globalità - località, rappresentazioni collettive e social media (3).

### 1)

La voce dell'enciclopedia Treccani riesce a trasmettere in poche battute l'essenza primordiale di un sentimento antico, magistralmente descritto dall'iconico Maestro Jedi di “Guerre Stellari”.

Una forma di antipatia così radicale da portarci a “desiderare il male o la rovina altrui”: non un generico malcontento quindi, ma il desiderio esplicito che l'oggetto del risentimento venga colpito da una sciagura tremenda, una condizione di totale ineluttabilità, tale da cagionarne la rovina.

L'origine di un sentimento tanto inquietante quanto affascinante rappresenta un enigma difficile da sciogliere, sul quale l'essere umano si interroga da secoli; dalle riflessioni di Empedocle – che identifica nella ricerca dell'equilibrio fra “Amore” ed “Odio” l'energia alla base dell'Universo - fino alle più recenti indagini di matrice sociologica, antropologica e psicoanalitica (Sull'odio, Recalcati 2004; L'ossessione identitaria, Remotti 2014; Contro l'odio, Emcke 2016). Anche il mondo del cinema ha provato a gettare luce sul “lato oscuro” dell'animo umano, cercando di identificarne le cause e spesso riuscendo ad aprire squarci interpretativi in grado di afferrare alcuni elementi: è il caso di film come “L'Odio” (Kassovitz 1995) o “American History X” (Kaye 1998), che hanno intravisto nella necessità di affermazione identitaria e di ribellione contro regole ritenute ingiuste e soffocanti la spinta propulsiva verso atteggiamenti violenti. Questo breve articolo non intende offrire una disamina precisa e puntuale del dibattito accademico in corso intorno al concetto di “odio”, quanto mettere in luce una particolare sfumatura assunta dallo stesso, attraverso l'osservazione di un fenomeno in crescita che interroga le democrazie occidentali: la diffusione di messaggi di odio attraverso gli strumenti dei social media, e la funzione identitaria, politica e aggregativa da essi esercitata. L'urgenza di un'analisi scientifica su questo tema nasce dalla volontà di confrontarsi con la sensazione di assistere alla nascita di un'onda lunga, capace di incanalare una rabbia vibrante, sottotraccia, presente nella vita della collettività e scaricata nei confronti di categorie specifiche, segnate da una alterità tale da farle vivere come diverse e nemiche. Una revisione attenta di alcuni dei fatti di cronaca che hanno segnato l'ultimo decennio della Storia europea sembra infatti destinata a farci propendere per una interpretazione di questo tipo; sarebbe difficile non interpretare come “crimini di odio” i terribili attentati di Oslo e Utøya, compiuti nel luglio 2011 ad opera di Anders Breivik, terrorista nazionalista norvegese, costati la vita a 77 persone, in massima parte minorenni partecipanti al campo estivo del Partito Laburista Norvegese. O non porre la nostra attenzione sull'omicidio di Helen Joanne Cox, parlamentare britannica assassinata da un estremista nazionalista a Leeds nel giugno del 2016; fino ad arrivare ai tragici fatti di Macerata del giugno 2018 che solo per fortuna non costarono la vita a nessun innocente (nonostante il ferimento di 6 persone). Queste aggressioni, compiute nel cuore dell'Europa da parte di estremisti

bianchi, sono accomunate dalla volontà specifica di colpire soggetti considerati “traditori” (della Patria, dell'omogeneità culturale, della religione, del “senso comune”) e di farlo rivendicando pubblicamente il proprio atto. Riconoscendo con ciò la volontà di inserire il gesto violento all'interno di una precisa cornice narrativa, assegnandogli una funzione politica: la necessità di organizzarsi per reagire alle sfide che la società globale pone allo “stile di vita” occidentale, incarnate da nemici al contempo precisi e sfumati. Al di là dell'extrema ratio dell'atto terroristico (fenomeno drammaticamente sottovalutato, soprattutto in relazione alle frange violente dell'estremismo bianco), la narrazione aggressiva rivolta nei confronti delle “minoranze” appare ormai come un elemento della quotidianità, non più un fenomeno marginale: prova ne sia l'istituzione di una Commissione Parlamentare di Inchiesta nata per supervisionare questi temi, presieduta da Liliana Segre (ex deportata ad Auschwitz, senatrice a vita e a sua volta vittima di intense campagne di hate speech). Che forma assumono quindi i messaggi di odio nel contesto politico/sociale dell'Italia del 2020?

Quali elementi caratterizzano questa particolare forma di comunicazione, permettendo di distinguere fra legittimo messaggio politico e velenosa aggressione verbale? Quali elementi identitari e nazionalisti vengono veicolati attraverso questa specifica forma di comunicazione?

Per rispondere a queste domande, riteniamo sia necessario partire da una analisi politica e sociale sul fenomeno del cosiddetto “sovranoismo”, identificando in questa particolare filosofia politica uno dei centri di diffusione dei messaggi di intolleranza ed esclusione, all'insegna di una narrazione imperniata sui concetti di “noi” e “loro”.

## Noi, loro, amico, nemico

### 1. *Sovranismo, noismo e comunitarismo: una definizione complessa*

La parola “sovranoismo”, intesa come la filosofia politica volta a promuovere il ritorno ad una “sovranità” nazionale<sup>8</sup> – in contrasto agli aspetti più tipici della globalizzazione – ospita sotto la sua ombra pensatori, formazioni, esperienze politiche molto diverse fra loro.

Nata nell'ambiente accademico statunitense a cavallo fra gli anni Ottanta e Novanta del XX secolo, questa corrente di pensiero si è successivamente diffusa oltreoceano, riverberandosi in Europa e incrociando nel suo percorso le

<sup>8</sup> [http://www.treccani.it/vocabolario/sovranoismo\\_%28Neologismi%29/](http://www.treccani.it/vocabolario/sovranoismo_%28Neologismi%29/)

riflessioni di studiosi e politici del Vecchio Continente.

Un aspetto di fondo della visione sovranista riguarda la sostanziale rinuncia esercitata nei confronti di alcuni tratti tipici della “modernità”, intesi come un pericolo per le proprie comunità di riferimento, difficilmente controllabili e per questo spaventosi.

La riflessione teorica muove infatti a partire da alcuni concetti chiave, a partire da quello di Stato: la necessità di vivere all’interno della dimensione statale, la quale amministra la cosa pubblica nel nome e per conto di una comunità omogenea saldamente insediata all’interno di confini stabili, costituisce l’elemento di partenza delle riflessioni e delle azioni politiche di chi si riconosce in quest’area (Di Cesare, 2017, pg 26/30).

Approfondendo, troveremo però alcune contraddizioni di fondo, necessarie per la comprensione di dinamiche che svilupperemo in seguito; la prima riguarda la definizione degli Stati moderni, figli di percorsi storico politici sviluppatasi tra il XIV e il XIX secolo e messi profondamente in discussione dalle trasformazioni occorse nella seconda metà del XX (i processi di decolonizzazione e la nascita di esperienze sovra – statali quali la Comunità Europea).

La forma moderna di “Stato” è di per se figlia di una particolare contingenza: un ideorama, per dirlo con Appaduraj, un oggetto immaginato sottoposto in quanto tale a processi di mutamento e trasformazione.

Non c’è nessun “dato di natura” all’interno dell’esperienza di questi conglomerati sociali: ciononostante, la narrazione sovranista sembra voler proporre una visione radicalmente opposta, indirizzata a definire saldamente i confini delle possibilità esperibili da una comunità, spesso caricandoli di significati simbolici quasi sacrali (Walzer, 1983, pg. 41/71).

Il secondo elemento centrale nella riflessione riguarda il concetto di nazione (e, con esso, quello di popolo, sul quale torneremo più avanti); concepita come un elemento omogeneo, unico e stabile, la “nazione” sovranista è una realtà escludente, basata su una ferrea distinzione fra un “noi” e un “loro” (Di Cesare, 2017, pg. 41/46).

Una struttura dirimente, in grado di consentire una efficace distinzione fra chi sta dentro e chi sta fuori e anch’essa considerata stabile e immutabile: una comunità stanziale, immobile, composta di persone che abbiano un legame filiare con la terra che abitano, unite da una comune visione del mondo in grado di distinguerle radicalmente da tutte le altre.

## II. *Noismo e comunitarismo*

Nel suo libro del 2005 *A Theory of Secession: The Case for Political Self-Determination* Christopher Wellman adatta al concetto di Stato la metafora del “club”: una realtà all’interno del quale i cittadini - soci possono arrogarsi il diritto di decidere chi fare entrare e chi no, superando in tal modo i legacci dei vincoli internazionali (Wellman, 2005, pg 109/141).

Contributi di questo tipo aiutano a definire il background culturale dal quale la dottrina politica del sovranismo germoglia e si sviluppa; essi afferiscono infatti a due categorie più profonde e sfumate, alla base di meta riflessioni più articolate, il “comunitarismo” e il “noismo”.

Il primo ambito, capace di attrarre anche pensatori radicali come Michael Walzer, definisce il senso di appartenenza ad una comunità come il bene più prezioso al quale i singoli possano aspirare.

Non si tratta solo di riconoscersi all’interno di un particolare percorso storico e politico, nel quale vivere la propria esperienza in relazione agli altri, quanto di una particolare visione che fa della membership, il passaggio fondativo dell’identità dell’individuo; non può esservi libertà, senza identità, non può esservi identità, senza comunità.

Una visione che si presta a plurime e contrastanti interpretazioni, ma che letta da un punto di vista conservatore rischia di dare vita ad un approccio totalitario ed escludente; il fatto di fondare l’intera esistenza sul senso di appartenenza ad una comunità omogenea e definita – unico e ultimo faro contro i pericoli della modernità – determinando un atteggiamento di sfiducia nei confronti degli elementi esterni, accusati di voler modificare o danneggiare un elemento concepito come un “porto sicuro”.

Una particolare interpretazione semantica del concetto di “comunità” (caro anche a scuole di pensiero progressiste) tradotto in una casa dalle porte chiuse e dai confini delimitati.

A questa definizione si accompagna un altro termine, germogliato da una particolare interpretazione del concetto di autodeterminazione: il “noismo”, che rielabora e approfondisce la distinzione fra “noi” e “loro”, insistendo sul tema dell’omogeneità culturale.

Se, per i comunitaristi, demos ed ethnos finiscono per coincidere, rendendosi indistinguibili l’uno dall’altro, per i noisti il passaggio successivo a questa im-

possibilità di distinzione consiste nella cristallizzazione della definizione del “noi” a cui fare riferimento (Di Cesare, 2017, pg. 61/65).

“Noi siamo noi perché non siamo loro”: una torsione autoritaria sul principio base dell’identità, un atto divisivo totale che non accetta compromessi.

Possiamo quindi intuire quali siano gli elementi critici della modernità per i seguaci di questa linea di pensiero. Su tutti, spicca il rifiuto degli aspetti de-strutturanti dell’era globale: un’epoca troppo fluida, segnata da un progresso tecnologico senza precedenti, in grado di fornire l’umanità di strumenti capaci di ridiscutere radicalmente le categorie di spazio e tempo, vicino e lontano, esperibile e non esperibile (Baumann, 2011, pg 125/140).

Viviamo nell’era dei big data, delle connessioni ultra veloci in grado di porci contemporaneamente in collegamento con esseri umani posti agli antipodi del globo: un “villaggio globale”, per usare una datata ma efficace definizione, in grado di invecchiare istantaneamente l’idea stessa di un’omogenea chiusura culturale, stretta negli angusti confini degli Stati - nazione.

L’epoca della Grande Mobilità: di merci, capitali, dati, informazioni e persone.

Dal mio punto di vista la modernità è una frattura per il disincanto su ogni forma immobile di identità, per la discussione di ogni apriori, per la critica ad ogni visione teologica e teleologica, anche in questo senso inaccettabile per i cosiddetti sovranisti.

### *III. Populismo da tastiera: il nuovo nazionalismo alla scoperta di Internet*

Nello studio delle nuove forme del nazionalismo, e del loro particolare rapporto con il tema dell’alterità, l’analisi delle rappresentazioni online risulta essere uno strumento necessario, in grado di fornire una grande quantità di materiale su cui riflettere: i motivi di questa scelta vanno ricercati nelle peculiarità della formazione della cosiddetta “opinione pubblica digitale” (Dallago, 2017, pg 11/12), che si presta perfettamente alle dinamiche che regolamentano lo sviluppo e la diffusione di gruppi e materiali afferenti a questa sfera politica.

La storia della relazione fra gli spazi digitali e l’azione politica affonda le sue radici negli albori della diffusione dell’internet di massa: in quel periodo compreso fra la fine degli anni Novanta del XX secolo e l’inizio degli anni Duemila, quando la discussione e il dibattito sugli spazi della rete cessano di essere materia di “culto” di un ristretto gruppo di pionieri per entrare nella vita quotidiana della società globale.

Un periodo quasi mitologico per gli appassionati di comunicazione, durante il quale il web evolve fino a diventare uno strumento in grado di costruire relazioni con sfere sempre più ampie della vita dei suoi utenti, influenzando la lingua, il modo di intendere le relazioni sociali, il rapporto fra il pubblico e il privato, fra il “reale” e il “virtuale” (Morozov, 2016 pg 210/211): temi trattati anche da prodotti culturali di grande successo, produzioni musicali (in Italia, ad esempio, l’album “Microchip emozionale”, prodotto dai Subsonica nel 1999) e produzioni cinematografiche (su tutti, il visionario “Matrix” uscito anch’esso nel 1999).

Un’epoca di trasformazioni repentine, modemi rumorosi e sperimentazioni artigianali, che sembrano delineare un futuro oscillante fra la scintillante libertà offerta dal digitale e le tinte fosche dell’iperconnessione tracciate nell’opera delle Wachowsky Sisters.

Come lucidamente indicato da Evgeny Morozov, “l’internet freedom” (Ibid) diventa rapidamente elemento di discussione e dibattito per sociologi, politologi, informatici, giornalisti e inizia ad interessare sfere sempre più ampie della società civile: le riflessioni sul tema vedono il loro picco negli anni 2010/2011, quando le possibilità di democratizzazione offerte dalla “rete” e dalla diffusione dei primi social network di massa (Facebook viene lanciato nel 2009) sembrano assumere un ruolo rilevante nelle rivolte di giovani nordafricani che daranno vita alla cosiddetta “Primavera Araba” (Project on Information Technology and Political Islam, Washington University, 2012; Osservatorio di Politica Internazionale, Ce.S.I Parlamento Italiano, 2011; L’onda lunga delle primavere arabe, Locatelli e Parsi, Vita e Pensiero 2013).

Superata questa prima fase, però, le condizioni della relazione fra Internet, rappresentanza politica e spazi di libera espressione iniziano a mutare repentinamente, rendendo la rete uno spazio via via sempre più occupato da posizioni storiche che sembravano abbandonate nell’era del villaggio globale.

In tal senso, risulta opportuno interrogarsi sul ruolo svolto dal web nella diffusione di messaggi che sembravano destinati alla marginalizzazione: dal ritorno sulla scena politica dei nazionalismi all’avvento di nuove forme di “democrazia 2.0” che, sfruttando le capacità della rete, tracciano nuovi scenari di costruzione del consenso, venati di autoritarismo e aggressività (Dallago, 2017, pg 38/45).

Il primo aspetto che dobbiamo prendere in considerazione riguarda la supposta “libertà” della sfera digitale, spesso narrata come uno spazio scevro da



influenze di poteri e sovrastrutture in grado di interferire sulla user experience degli utenti.

I sostenitori di questa tesi pongono in contrasto l'esperienza di creazione dell'opinione pubblica digitale con quella dell'opinione pubblica "tradizionale" (Dallago, 2017, pg.56); influenzata, quest'ultima, dal ruolo di mediazione offerto da grandi agenzie comunicative (i media "tradizionali", i corpi politici, gli strumenti della democrazia rappresentativa).

L'opinione pubblica "digitalizzata" sembrerebbe porsi come strumento di dialogo diretto da parte del cittadino - utente, formandosi in maniera più rapida, superando i paludamenti imposti da controlli esterni e permettendo la formazione di una cittadinanza globale sufficientemente informata e organizzata da poter agire come "cane da guardia" del potere.

Questa narrazione, all'analisi dei fatti, si scontra con almeno due elementi in grado di mettere in profonda discussione la struttura stessa di questo ragionamento:

I "padroni del web": dalla genesi di Arpanet, in seno al Dipartimento della Difesa statunitense nel 1969, ad oggi, lo spazio del web non è mai stato realmente "libero".

E difficilmente avrebbe potuto essere altrimenti; tessere una rete in grado di muovere dati, informazioni, capitali e prodotti culturali all over the world in modo quasi istantaneo necessita di risorse e strutture organizzative immense (Morozov, 2016, pg. 89/91). Se però, in una prima fase di sviluppo, la bussola in grado di indirizzare la ricerca poggiava nelle mani di superpotenze globali (USA in primis) intenzionate ad usare le scoperte appena generate a fini militari, l'apertura del web a scopo civile ha creato un nuovo spazio di conquista economica. All'interno del quale, nuovi imprenditori della modernità hanno saputo costruire fortune attraverso l'ideazione e la genesi di aziende high tech in grado di influenzare, con il loro agire, le vite quotidiane di miliardi di persone (Riva, 2018, pg. 39).

Le identità del popolo virtuale: Nel 1950, il professor David Riesman pubblicava *La Folla solitaria*, divenuto in breve tempo un grande classico della sociologia contemporanea, capace di raccontare "meglio di mille romanzi"<sup>9</sup> le trasformazioni in atto in una società occidentale composta di individui sempre più "eterodiretti", ossessionati dal parere degli altri, dal gruppo dei pari, dal conformismo.

<sup>9</sup> <https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/1999/02/27/attenti-alla-folla-piena-di-individui.html>

Il rapido sviluppo dei social network ha contribuito ad aprire il dibattito intorno ad una nuova categoria sociale, per analizzare la quale le riflessioni del dottor Riesman tornano di stringente attualità.

Si tratta dell'io digitale (Dallago, 2017, pg. 56), la nuova identità personale assunta nell'era della social communication: il processo che, a partire dalla nomizzazione degli utenti web, ha cambiato il modo di intendere le relazioni sociali mediate dalla sfera digitale.

Quali sono le caratteristiche di questo nuovo soggetto digitale, e come si pone in relazione con le figure analoghe che popolano il mondo della rete? Rispetto ad altri ruoli incarnabili in contesti diversi, quello dell'identità digitale è un universo "piatto": uno spazio all'interno del quale poter costruire una parvenza realistica del sé (ben diverso dai nickname che caratterizzano l'esperienza dei surfer digitali dei primi anni Novanta), capace di combinare elementi di realtà (il nome, la propria storia personale, riferimenti familiari, personali, politici, culturali) e intenzionalità fittizie.

Nessuno si prenderà la briga di verificare la veridicità degli attori digitali che popolano gli spazi di vita virtuale: prova ne sia la grande diffusione di bot e profili fake (fra i quali lo strumento utilizzato per la presente ricerca) contro i quali solo in tempi recenti i colossi del digitale hanno iniziato ad attrezzarsi. Queste identità de - strutturate, svincolate dalla necessità di confrontarsi con le implicazioni sociali derivanti dalle loro azioni, sono andate via via crescendo, fino a costituire la totalità delle esperienze di utenti interattivi sul web.

Ciascuno di noi ne ha almeno una, utilizzate su strumenti diversi per veicolare messaggi: sarò un "buon professionista" su LinkedIn, un ex compagno di scuola su FB, un amante di fotografie di scenari innevati su Instagram, un follower di Roberto Saviano su Twitter.

In una sorta di follow up di esperimenti ludico-sociali come "Second Life"<sup>10</sup>, abbiamo iniziato a fondere il mondo online e il mondo offline, generando identità ibride (Onlife, secondo la fortunata definizione di Luciano Floridi) che interagiscono con loro simili, ossessionate dal parere della folla digitale, incarnato plasticamente dai like e dai dislike.

Questi nuovi profili interagiscono prevalentemente fra di loro, all'interno di spazi abitati da simili nei quali il dissenso non compare (o se compare, viene ostracizzato), dando vita a Silos Sociali nei quali si torna ad essere uomini singoli nella massa.

<sup>10</sup> <http://www.secondlife.com>

Individui nella folla, agenti un dibattito unidirezionale che non confronta le opinioni, ma nel quale ciascuno tende a ripetere le proprie posizioni all'insegna del cosiddetto "ritornello identitario".

Luoghi contemporaneamente aperti (ai nuovi ingressi, alle possibilità di crescita e diffusione di contenuti) e chiusi (alle nuove opinioni, alle diversità di vedute, al dialogo): ossimori post-moderni, nei quali il messaggio populista e neo nazionalista ha trovato spazi di crescita che altrove gli erano preclusi.

Attecchendo molto velocemente, attraverso questa logica di inclusione/esclusione, che ben si adatta alla visione del mondo veicolata da questi soggetti politici: uno spazio di conflitto fra "noi" e "loro", dove i "loro" è bene che stiano "altrove", e se entrano nel dibattito è solo come oggetti culturali; clave da brandire sulla testa degli avversari, contribuendo al contempo alla cementificazione dei legami attraverso il contrasto nei confronti del diverso (Passarelli, Tuorto, 2018, pg 49/50).

L'inizio del grande fenomeno migratorio, che dal 2011/2012 investe l'Europa determinando cambiamenti sociali e trasformazioni radicali, ha costituito in questo quadro la scintilla necessaria ad accendere la miccia per la creazione e lo sviluppo di queste comunità digitali: fornendo un avversario ad hoc, già pronto per l'uso, debole e sacrificabile.

#### IV. *Popolo, tradizione, culto dell'uomo forte nell'era del Web*

Abbiamo citato precedentemente il concetto di "ritornello identitario". Questo elemento costituisce un fattore fondamentale all'interno delle dinamiche che regolano l'interazione fra individui nell'universo dei social network.

Tendenzialmente, un utente attivo su una piattaforma web attraverso un proprio profilo, interverrà sulle tematiche che gli stanno a cuore secondo uno schema preciso; difenderà la propria tesi all'infinito, interagendo in maniera passiva con le sollecitazioni provenienti da altri utenti, a meno che esse non possano costituire un rafforzamento della propria idea di partenza. Lo schema relazionale che si verrà così a creare genererà un ripetitività di concetti, sostenuti da persone poco disposte a prendere in considerazione punti di vista alternativi al proprio: applicando il modello così ottenuto alla logica dei silos sociali e delle filter bubbles, capiremo immediatamente con

quale velocità si possano formare sui social gruppi di opinione coesi. Costituiti dalle impressioni immediate di singoli, che tuttavia abbiano fra loro una qualche affinità: una sorta di "comunità di pratica", per quanto semi-strutturata e non completamente definita.

Lo schema descritto funziona per la creazione di gruppi di opinione in grado di esprimere contenuti diversi: a livello "tecnico", non sussiste differenza nella creazione di un gruppo di opinione di matrice progressista, rispetto ad uno di matrice nazionalista.

Tuttavia, il messaggio populista e neonazionalista si presta meglio a inserirsi armonicamente all'interno di questa dinamica.

Le ragioni di questa facilità di insediamento vanno ricercate nella natura stessa del messaggio di questi gruppi: esso ruota attorno ad alcuni concetti cardine, proposti in una forma di facile accesso e ideologicamente connotati.

Il primo di questi concetti è quello di popolo: scervo dal significato di "insieme dei componenti delle classi subalterne" tipico delle culture progressiste, il "popolo" evocato in questi gruppi appartiene piuttosto alla tradizione del Blut und Boden, "il sangue e la terra", tipica delle culture conservatrici (Dallago, 2017 pg 38/40; Todorov, 2012, pg. 189).

Un concetto chiuso quindi, teso a definire e marcare con determinazione i confini che permettano di stabilire chi sia "dentro" e chi "fuori" dal gruppo. Elemento tipico della retorica dei leader sovranisti, questo concetto si adatta perfettamente al meccanismo del ritornello identitario, contribuendo a strutturare convinzioni ben radicate nell'animo degli utenti.

Il secondo concetto, strettamente legato al primo, è quello di cultura o tradizione: intesa come "insieme di credenze, convinzioni e visioni del mondo", considerata immutabile ("abbiamo sempre fatto così") e in pericolo ("ora che questi qui arrivano da noi e pretendono di imporre il loro modo di fare"). Questo secondo aspetto viene particolarmente ribadito, con l'intento di armare gli animi degli utenti dei gruppi di opinione afferenti alla galassia sovranista e prepararli a difendersi da ipotetici nemici del proprio stile di vita. Con particolare riguardo al tema dell'immigrazione, dove la retorica dell'invasione ben rappresenta questo concetto.

Il terzo concetto, largamente presente nella casistica presa in esame, è quello che viene esplicitato direttamente in misura minore: si tratta della tematica dell'

“uomo forte”, il Capo al quale affidarsi affinché i concetti di popolo e cultura vengano preservati dai rischi connessi all’avvento dei nuovi venuti (Todorov, 2012, pg. 108).

Si tratta di una questione rappresentata in maniera più sfumata, pudica, rispetto alla esplicitazione con la quale, invece, vengono affrontati i primi due argomenti.

Per dirla con Dallago, assistiamo quindi alla nascita di un populismo digitale, venato di forte autoritarismo e contrariato da elementi considerati in grado di alterare lo status quo.

Un richiamo al conservatorismo, tipico dei nazionalismi del tardo Novecento, in grado di generare una chiara linea di faglia fra due gruppi contrapposti, intesi come mortali nemici: i globalisti (racchiudendo sotto questo termine i cosmopoliti, i “buonisti”, i sostenitori dei diritti dei migranti, gli europeisti...) contro i localisti (inteso come vero popolo, padrone del territorio, frodato dalle istituzioni sovranazionali, al quale consegnare sovranità).

In mezzo a questa linea spartiacque fra le opposte trincee giace la questione del fenomeno migratorio, i cui protagonisti vengono relegati saltuariamente al ruolo di comparse, utili solo ad attaccare frontalmente l’avversario, oppure interpretati come “nemici esterni” e la cui gestione (o non gestione) diventa terreno di scontro in un’ipotetica divisione fra elite cosmopolite e globalizzate e persone “perbene” subalterne (spesso, con livello di istruzione inferiore), spaventate dai fenomeni globali e desiderose di respingerli.

## 2)

Volendo approfondire la relazione esistente fra sovranismo-social media-migrazione, mi sono concentrato sull’analisi della comunicazione di pagine e gruppi afferibili a questa area politico/culturale: l’articolo si concentra specificatamente sul caso italiano, sul quale ho potuto reperire informazioni in maniera più completa e attendibile.

Nella scelta del social network da utilizzare come “punto di osservazione”, mi sono sentito di accantonare Twitter: per quanto il social del canarino azzurro risulti essere uno degli strumenti più utilizzati dagli opinion leader e da uomini e donne di politica per veicolare le loro opinioni ad una vasta popolazione di utenti, la brevità dei caratteri a disposizione per l’elaborazione dei messaggi mi è parsa poco adatta alla rappresentazione della cornice narrativa alla quale

stavo lavorando.

Utilissima “riserva di caccia” per l’analisi di fenomeni come lo hate speech online (da citare a tal proposito il lavoro creato dalla piattaforma “Contro l’Odio”<sup>11</sup> promossa dall’associazione ACMOS), il social creato nel 2006 da Jack Dorsey non è stato pensato per l’autorappresentazione di gruppi e singoli, quanto per la “sola” esternazione di pensieri: ho concentrato quindi l’attenzione su altri tipi di strumento, finendo per eleggere a punto di osservazione privilegiato la piattaforma di Facebook, in virtù di alcune caratteristiche, su tutte la composizione diacronica dell’utenza del social blu.

Secondo il rapporto “Digitalic” di aprile 2018<sup>12</sup>, Facebook risulta essere fra i social maggiormente utilizzati in Italia, secondo solo a Youtube, con circa 34 milioni di utenti attivi nel nostro Paese; inoltre, Facebook si caratterizza per essere un social network di adulti, abitato per circa il 46% dei casi da persone di età compresa fra i 25 e i 45 anni.

Questo dato risulta interessante ai fini della ricerca se incrociato ad un altro riferimento, ossia quello offerto dall’ultimo sondaggio IPSOS sull’analisi del voto nazionale del 2018<sup>13</sup>: da esso si evince come la maggior parte delle elettrici e degli elettori che, in occasione delle consultazioni del 4 marzo, hanno fatto riferimento a formazioni assimilabili alla sfera del sovranismo (Lega - Fratelli d’Italia - Movimento 5 Stelle) siano compresi in un fascia d’età fra i 35 e i 64 anni. Incrociando i dati, è lecito presumere che buona parte dell’elettorato delle forze “sovraniste” presenti in Parlamento consideri Facebook come uno strumento attraverso il quale riconoscersi, informarsi, veicolare contenuti. Il risultato dell’osservazione sembra confermare questa intuizione.

Per mettere ordine nel materiale raccolto, ho definito due linee guida di riferimento:

Dimensione temporale: l’osservazione si è svolta in una cornice temporale definita, condensata in due mesi. Le attività hanno avuto inizio domenica 19 maggio 2019, ad una settimana dall’appuntamento elettorale per le Elezioni Europee, per terminare ufficialmente domenica 28 luglio 2019.

Dimensione strutturale: durante la fase di osservazione, ho cercato di

<sup>11</sup> <https://controlodio.it>

<sup>12</sup> <https://www.digitalic.it/internet/social-network/statistiche-social-network-2018>

<sup>13</sup> <https://www.ipsos.com/it-it/elezioni-politiche-2018-analisi-del-voto>

focalizzare l'attenzione su gruppi e pagine di contenuto differente. Partendo dall'analisi dei canali di comunicazione ufficiale di partiti e leader politici, ho proseguito nell'immersione incontrando il mondo delle FAN PAGE e dei gruppi di opinione, a questi variamente collegati. Interessante notare quanto questi gruppi, ad accesso moderato da un admin, richiedano di rispondere ad alcune key-questions inerenti la "fedeltà" alla causa o ai contenuti proposti, prima di consentire la partecipazione. Da lì, ho potuto avere accesso a dati, riviste di area, produzioni satiriche e vignettistiche, articoli e riflessioni che costituiscono il corpus principale di questo lavoro: è stato interessante notare quanti di questi contenuti si riverberassero in pagine attigue ma differenti, e quali finissero per essere utilizzati – direttamente o indirettamente – sui canali di comunicazione mainstream di forze politiche o attori culturali d'area. L'ultimo passaggio mi ha permesso di entrare in contatto con gruppi e strutture autonome, esistenti da tempo e molto attive sui social, la maggior parte delle quali facenti riferimento alla galassia del neofascismo: questa categoria di contenuti pare rivendicare una certa paternità nel sostegno alle idee tipiche del sovranismo, ostentata con orgoglio in più di un'occasione.

La fase osservativa della ricerca si è posta lo scopo di raccogliere quanto più materiale possibile, al fine di costruire una tassonomia rappresentativa delle realtà sovraniste operanti su Facebook.

Pertanto, la raccolta dati è stata organizzata secondo lo schema riportato in tabella.

Tabella di raccolta e riassunto del materiale

**Nome gruppo**

---

**Tipologia**

---

**Orientamento politico**

---

**Interazione con altre pagine**

---

**Repost contenuti**

---

**Anno di fondazione**

---

**Numero di follower**

---

**Presenza di Propaganda antimigranti**

---

L'ultimo scoglio da superare per poter procedere compiutamente nella ricerca ha riguardato la difficoltà di accesso a contenuti posti al di fuori della mia "filter bubble" o "silos sociale" (Riva, 2018, pg 113/116; Pariser, 2012).

Il mio profilo social, infatti, si struttura come quello di una persona genericamente lontana dai mondi con i quali intende entrare in relazione: trentenne, appassionato di scienze sociali, professionalmente impiegato presso un'associazione culturale dedicata all'educazione alla cittadinanza e all'accoglienza, attivista politico di organizzazioni progressiste.

Pertanto, si è reso necessario ipotizzare di procedere in altro modo, attraverso la creazione di un avatar.

La scelta di optare per un'osservazione coperta, realizzata mediante l'utilizzo di un profilo fake, non è stata presa a cuor leggero: il dibattito circa la correttezza deontologica di simili stratagemmi è particolarmente vivace, e il rischio di agire in maniera sconsiderata (esponendosi a critiche, o peggio danneggiando il rigore accademico dell'osservazione) è stato un compagno costante nello sviluppo dell'indagine.

Nel scegliere una via tanto scivolosa ho voluto prendere in considerazione due ulteriori elementi, oltre alla già citata difficoltà di accesso ai materiali: la volontà di garantire la mia sicurezza personale (avendo a che fare con organizzazioni estremamente radicali) ma soprattutto la volontà di non interferire con le rappresentazioni genuine delle realtà osservate.

Anche ammettendo la possibilità, esplicitando i fini della ricerca, di poter aver accesso a materiali e pubblicazioni non volevo correre il rischio che la mia presenza – marcatamente "diversa" – portasse gli admin delle pagine in questione a modificare in qualche modo il contenuto abituale del loro lavoro.

Il mio obiettivo era quello di offrire una rappresentazione il più possibile veritiera, senza voler esprimere giudizi in merito a quanto pubblicato: e se è pur vero che nel lavoro etnografico l'elemento del ricercatore agisce sempre come fattore di cambiamento nelle dinamiche osservate, ho pensato che l'osservazione coperta potesse in questo caso ridurre al minimo il rischio di influire su rappresentazioni interessanti nella loro interezza.

Come ulteriore attenzione, le mie interazioni dirette con altri soggetti realizzate attraverso il profilo fake sono state limitate al minimo possibile (rimanendo di fatto circoscritte al campo delle domande di accesso alle pagine private), con l'intento di non dare vita a relazioni ingannevoli con i soggetti osservati:

per la maggior parte del tempo mi sono limitato ad una osservazione passiva, trascrivendo, fotografando, riportando i materiali pubblicati cercando di non entrare in relazione diretta con i creatori dei post.

Per chi fosse interessato ad approfondire una tematica tanto delicata, citerei una interessante riflessione di Marzano in MARZANO, M. [2007]. *Informed Consent, Deception, and Research Freedom in Qualitative Research*. In <<Qualitative Inquiry>>, vol. 3, 13, pp. 417- 436. A partire dal già citato rapporto IPSOS relativo alla stratificazione del voto alle Politiche 2018, ho quindi provveduto a costruire un identikit il più possibile aderente alle caratteristiche dell'elettore medio di un partito sovranista, nel caso specifico della Lega.

I quattro elementi presi a riferimento nella costruzione dell'avatar sono stati:

**GENERE:** in base ai dati Ipsos, le DONNE risultano comporre lo zoccolo duro dell'elettorato salviniano (il 17.6% delle elettrici donna su scala nazionale ha votato per la Lega, contro il 17.1% degli uomini).

**ETA':** generalmente, si tratta di elettori con una fascia d'età medio - alta ( con picchi nella fascia compresa fra i 35 e i 60 anni).

**TITOLO DI STUDIO:** generalmente, si può desumere si tratti di elettori con titolo di studio medio - basso (prevalgono le "licenze elementari" – circa il 36 % dell'elettorato – e le "licenze medie" – circa il 34%)

**ORIGINE GEOGRAFICA:** il Nord - Est si conferma come roccaforte conservatrice, a trazione leghista (48,3% dei consensi in quest'area).

Donna, over 35, con titolo di studio medio - basso e originaria del Nord - Est: la fusione di questi elementi ha portato quindi alla nascita della signora Nadia Alessia Minore (nome di fantasia), casalinga disoccupata nativa di Rovigo ma trapiantata a Torino.

A ultimare il processo di costruzione, ho aggiunto un volto (casuale, generato dal sito "This person does not exist"<sup>14</sup>) e alcune informazioni biografiche di base.

"Nadia" è stata quindi la chiave di accesso che mi ha permesso di navigare attraverso contenuti a me difficilmente raggiungibili, agendo come collettore di dati e saltuariamente interagendo con gli attori incontrati.

Nel corso della ricerca sono emersi almeno tre temi principali, sostenuti tra-

<sup>14</sup> <https://thispersondoesnotexist.com>

sversalmente da formazioni ed esperienze diverse, ma in grado di influire grandemente sulla percezione distorta del fenomeno migratorio da parte degli Italiani, come riportato nel "Ventiquattresimo rapporto sulle migrazioni" ISMU. I risultati dello studio infatti identificano l'Italia come il secondo Paese al mondo, dopo gli USA, a percepire in maniera distorta l'effettiva portata del processo storico e sociale della migrazione.

Il primo di questi temi ricorrenti fa riferimento al "rischio securitario" costituito dai migranti: percependo gli stranieri presenti nel Paese come una minaccia alla pubblica sicurezza, i sostenitori di questa tesi amplificano e raccontano ogni caso di reato (vero o presunto) da loro commesso, insistendo particolarmente su quelli più efferati ed odiosi.

Si tratta principalmente di reati contro la persona e reati contro la proprietà, la cui incidenza negativa viene direttamente correlata all'aumento demografico della presenza migrante: una tesi non suffragata da dati quantificabili, ma largamente diffusa nella narrazione sovranista.

Il secondo tema fa riferimento alla teoria della "sostituzione etnica" che lega l'aumento della popolazione di origine straniera al rischio di perdita di fondamenti culturali locali. Spesso, i gruppi promotori di questa particolare teoria fanno riferimento a contenuti tipici della "teoria della differenziazione" e del suprematismo bianco.

Per quanto meno diffuso rispetto al "rischio securitario", questo topos – nato in ambienti molto radicali e marginali rispetto ai principali flussi culturali – compare con diverse gradazioni in buona parte del materiale visionato.

Il terzo tema si riferisce alle "teorie del complotto internazionale", identificando la migrazione come uno strumento nelle mani di malintenzionati; un'arma di "distruzione culturale di massa" agita dai poteri forti internazionali (sia mitizzati e sfumati – "il mercato" – che specificamente identificati – l'Unione Europea) per mettere in ginocchio i popoli del Vecchio Continente al fine di distruggerne cultura, tradizioni, usi e costumi per assimilarli al "pensiero unico globalista" (concetto a sua volta collegato a teorie millenariste incentrate sull'avvento di un pericoloso "Nuovo Ordine Mondiale").

Questo riferimento emerge in molti dei contenuti analizzati e viene quotidianamente affrontato da noti pensatori di area, come Diego Fusaro<sup>15</sup>.

Interessante notare come questa tesi venga ripresa anche dalle (rare) formazioni politiche sovraniste assimilabili ad un'area meno marcatamente di-

<sup>15</sup> <https://www.diegofusaro.com/ordine-mondiale-cose/>; <https://www.youtube.com/watch?v=lfk47rAXIA>

destra, fra quelle prese in esame: è il caso di “Sovranismo Costituzionale” e del “Fronte Sovranista Italiano”, i quali costruiscono buona parte del loro messaggio politico proprio a partire da questa tesi.

A questi macro filoni vanno poi aggiunti altri due sottotemi, più difficili da identificare perché riscontrabili solo a fronte di un’analisi più approfondita, e prestando particolare attenzione ad alcuni indizi evocativi: sto parlando del riferimento, continuo e trasversale, alle esperienze di alcuni leader politici stranieri (su tutti, Vladimir Putin e gli autocrati dei Paesi dell’Europa dell’Est) e del velato riferimento al “rischio islamizzazione” del Paese.

È interessante soffermarsi su questi aspetti: si tratta di temi ormai “storici” da parte nella nuova destra dell’Europa Occidentale, di fronte ai quali però stiamo assistendo ad una precisa inversione di tendenza.

Se, almeno in Italia (Paese non recentemente colpito da attacchi terroristici di matrice islamista), il rischio terrorismo connesso alla migrazione scende nella classifica dei topoi nazionalisti (registrando in questo un’inversione di tendenza rispetto, ad esempio, agli anni di maggior crescita ed espansione dell’esperienza dello Stato Islamico (Ismu, 2018, pg 36)), l’apprezzamento nei confronti dei leader dell’Est – e in particolare del presidente russo – aumenta considerevolmente.

Si tratta di una mutazione interessante, che potrebbe avere origini differenti: dal rapporto privilegiato intessuto da “Russia Unita” con i leader dei partiti populistici europei (all’origine anche di alcune importanti inchieste giudiziarie, come il “RussiaGate”), alla fascinazione esercitata dal modello della cosiddetta “democrazia autoritaria” negli ambienti e nell’elettorato conservatore nazionale.

In generale, assistiamo ad una fidelizzazione da parte delle forze sovraniste nei confronti del vento dell’est: ad un osservatore attento non sfuggiranno, oltre alle sopraccitate evidenze, i riferimenti culturali e letterari legati a pensatori quali Alexander Dugin, presenti in maniera consistente nelle pagine analizzate.

Nel corso dell’esplorazione, sono stati raccolti dati qualitativi organizzati secondo lo schema seguente:

**Articoli di giornale:** 70 testi, provenienti sia da quotidiani e periodici di tiratura nazionale (“Libero”, “Il Giornale”, “La Verità”), sia da testate e pubblicazioni di area (“Il primato nazionale”, “Il Sovranista”, “FascinAzione”).

Interessante l’osservazione di alcuni quotidiani, nati come testate locali e trasformati – presumibilmente per via di precise scelte editoriali – in megafoni del sovranismo nazionale: è il caso di “Imola Oggi”, la cui analisi meriterebbe un approfondimento ulteriore.

**Vignette:** 50 prodotti, elaborati da un ristretto nucleo di vignettisti e disegnatori (“Ghisberto”, “Krancic”) e pubblicizzati da un ampio numero di pagine e profili. Da segnalare il lavoro di alcune pagine, nate appositamente per deridere grandi quotidiani nazionali di area progressista e liberale, molto attivi nella diffusione di contenuti satirici.

È il caso del “Cammeliere della Sera” o della “Petalopubblica”; i cui contenuti, per quanto satirici, risultano spesso segnati da un notevole tasso di violenza verbale nei confronti dei migranti.

**Screenshot:** 135 post raccolti con questo strumento, facenti riferimento a contenuti di diverso tipo.

La tassonomia derivata da questo lavoro di riflessione risulta quindi organizzata nelle seguenti aree:

- **Informazione:** la quale racchiude sotto di sé le pagine dedicate principalmente alla diffusione di contenuti informativi, sia propri che di produzione “esterna”, e contrassegnate da una linea editoriale chiaramente identificabile. Scopo di queste pagine risulta essere la diffusione di una specifica narrazione, in grado di dipingere i migranti come i portatori delle situazioni di rischio esplicitate in precedenza. Da notare come molte delle pubblicazioni delle pagine “minori” costituiscano il materiale di base di molti degli articoli riprodotti e pubblicati da testate maggiori: a una lettura attenta, inoltre, numerosi articoli risultano lacunosi sul versante della definizione delle fonti e della cronaca circostanziata dei fatti, legittimando il sospetto che si tratti di fake news prodotte ad hoc.
- **Organizzazioni politiche e fan page:** categoria alla quale sono state fatte risalire le pagine relative sia a gruppi organizzati nel mondo offline (dei quali i canali di comunicazione online rappresentano un’esternazione) sia quelle relative a raggruppamenti online riunitosi attorno al preciso sostegno ad un leader politico o ad una formazione ben specificata.

Da segnalare come l’accesso ai contenuti di queste pagine non sia libero, ma controllato dagli admin delle stesse attraverso la proposizione di do-

mande - marker volte a stabilire la fedeltà del candidato all'ammissione alla pagina a precisi gruppi/leader/ideologia. Alcuni di questi gruppi, inoltre, appartengono all'area del cosiddetto "rossobrunismo", strizzando l'occhio a temi e argomenti tipici della sinistra, ma riletti in chiave nazionalista e anti - migrante.

- **Satira:** Trovano casa in questa categoria le pagine dedicate alla satira politica (nei confronti non tanto dei migranti quanto dei sostenitori delle posizioni dell'accoglienza) e quelle dedicate all'espressione di pensieri ibridi, difficilmente ascrivibili alla sola satira ma troppo poco approfonditi per essere considerati come riflessione politica.

Molto materiale raccolto appartiene a questa categoria ibrida, volutamente indefinito, presumibilmente per raggiungere un pubblico trasversale e variegato.

### 3)

Il registro generale degli esempi presi in esame presenta una notevole coerenza comunicativa: le posizioni di forza all'interno del messaggio sono sbilanciate, calibrate su un emittente forte, in grado di rivolgersi ad un ricevente più o meno passivo, del quale condivide il background culturale ed esperienziale.

Questo processo porta come risultato alla costruzione di canali di comunicazione chiusi, all'interno dei quali l'unico attore non considerato come soggetto attivo risulta essere il bersaglio dei contenuti condivisi.

Nei messaggi presi in esame infatti, la figura del "migrante" non assume mai la parte del "soggetto attivo" (in grado di esprimere una visione del mondo, elaborare proprie considerazioni, avere una "voce in capitolo") nonostante la sua presenza venga strumentalmente utilizzata per generare agitazione sociale e creare consenso da parte di determinati opinion makers.

Il ruolo che si intende attribuirgli è quello del "personaggio" monodimensionale, incarnazione di una minaccia necessaria alla narrazione nazionalista, privo di una soggettività in grado di garantirgli lo status di interlocutore.

Per trasmettere questo tipo di immagine, le pagine prese in esame ricorrono largamente ad uno strumento operativo in crescente diffusione, in grado di intossicare il dibattito pubblico: le "fake news", informazioni fasulle la cui incidenza sulla formazione dell'opinione pubblica è considerevolmente aumentata nel corso dell'ultimo decennio (Riva, 2013, pg.20/45).

Scorrendo il materiale preso in esame capita sovente di imbattersi in notizie che presentino le caratteristiche per far scattare un campanello di allarme nei confronti del rischio fake.

Ad un osservatore attento infatti non potranno sfuggire le incongruenze fra il dato emotivo suscitato dalle notizie e l'effettiva veridicità delle stesse; in particolare, il lettore sospettoso potrà riscontrare all'interno dei testi e dei contenuti analizzati alcuni marker tipici del fenomeno delle fake (Riva, 2013, pg 99/135): il sensazionalismo con il quale le notizie vengono trattate e riportate, l'iperbole dei dati proposti, la genericità della definizione di luoghi, personaggi e contesti della notizia trattata, la lacunosità delle fonti di riferimento.

Elementi concorrenti a costruire una notizia ad effetto (in alcuni casi muovendo da fatti reali di cronaca, in altri inventando di sana pianta) al fine di impressionare il recettore della comunicazione e contribuire efficacemente alla formazione di un habitus, uno schema interpretativo fisso e difficilmente modificabile.

A titolo esemplificativo, prendiamo a riferimento due post apparsi in alcune pagine analizzate in data 20/05/2019 e 23/05/2019:

Ciao amici!  
Questo è Samir Haji, accusato di aver violentato due ragazze e di svariati furti!!!! IN UN PAESE NORMALE SI SAREBBE RICORSO ALLA PENA DI MORTE, MA QUI IN ITALIA I SINISTROIDI LO FANNO ANDARE NELLE CASE D'ACCOGLIENZA, CON I NOSTRI SOLDI!!!!!!!



Screenshot – 20/05/2019



Screenshot – 23/05/2019

Negli esempi sopra riportati, sono riscontrabili tutti gli elementi chiave del fenomeno "fake news": nel primo caso, ad una fotografia di un ragazzo di colore si assegna arbitrariamente un nome e vengono contestati dei reati (insistendo su supposti reati di natura sessuale e "svariati furti"), mentre nel

secondo post un'immagine estrapolata da una fotografia scattata presumibilmente a bordo di un'imbarcazione di soccorso ritrae un ragazzo migrante che pare intento a contare delle banconote, mettendo in discussione la veridicità della durezza della detenzione nei centri libici.

Entrambi i post tratteggiano un quadro dell'oggetto - migrante (insistendo sul rischio securitario nel primo caso e sulla teoria del complotto nel secondo), senza fornire giustificazione alcuna delle informazioni riportate.

Le immagini sono estrapolate da contesti indefiniti, non viene citata nessuna fonte, non si fa riferimento ad una precisa collocazione geografica e temporale, non c'è modo di verificare il contenuto.

Entrambe le notizie appaiono rimaneggiate allo scopo di accendere gli animi dei commentatori e favorire la generazione di sentimenti aggressivi precisamente indirizzati, attraverso la sollecitazione di alcuni dei principali argomenti della retorica della destra nazionalista.

Come si potrà notare, in entrambi i casi l'umanità e la profondità del soggetto - migrante non vengono menzionate: egli appare come il catalizzatore d'odio, del quale diventa contemporaneamente bersaglio e generatore.

In questo modo si tratteggia una rappresentazione collettiva specifica, destinata a confermare il pregiudizio di partenza da parte di utenti disposti ad ascoltare questo tipo di notizia: secondo il meccanismo della filter bubble le notizie presentate contribuiranno alla radicalizzazione collettiva della community di riferimento delle pagine, agendo come elemento di richiamo e generando un impatto narrativo che andrà a pesare sulla composizione dell'opinione pubblica. Rimane sullo sfondo una questione: se assumiamo il fatto che il migrante in questa dinamica comunicativa possa ambire nulla più che ad un ruolo di oggetto del discorso, possiamo presumere che non sia egli il vero bersaglio di

questo tipo di comunicazione. Chi è quindi il vero avversario che si intende danneggiare attraverso la diffusione di contenuti di questo tipo?

L'immagine riportata può aiutarci nella riflessione

Screenshot - 07/07/2019

**Il Sofista**  
7 luglio alle ore 20:41 · 🌐

La storia del «colore della pelle» è un tranello escogitato dalla sinistra. È ovvio che nessuno può odiare un colore. Sarebbe come odiare un frutto o un dado. Il punto è un altro: quel colore non è nostro. Noi siamo diversi. Chi cazzo può imporci di cambiare? Il punto è politico.

👍👍👍 746      Commenti: 48    Condivisioni: 91

👍 Mi piace    💬 Commenta    ➦ Condividi

Citando l'opinion maker celato sotto la maschera de "Il Sofista", il punto è politico. Sul tema della migrazione si scontrano almeno due visioni opposte di società: quella di chi predilige "soluzioni" locali a problemi globali – che quindi vedrà la migrazione come un ostacolo al compimento dell'affermazione delle soluzioni medesime, auspicando il ritorno ad un mondo chiuso, segnato da invalicabili confini – e quella di chi invece intenda la complessità dei fenomeni globali come un elemento centrale – e inevitabile – della contemporaneità.

La narrazione populista si inserisce all'interno di questa diatriba radicale elevandosi al rango di "voce" della corrente localista.

Si tratta di un esperimento potente, costruito a regola d'arte al fine di colpire avversari politici non estranei alla società occidentale, bensì insider.

Il "vero" nemico non diventa, quindi, il migrante che preme sui confini per modificare l'ordinamento del mondo: ma il "buonista", il "rinnegato", il bianco occidentale che rifiuta di assumere il suo ruolo nella Storia...quello dell'uomo forte, incaricato di respingere i barbari oltre il confine – reale e metafisico – della quotidianità.

Ecco quindi emergere l'elemento di fondo dello studio; se il migrante viene considerato come semplice "oggetto" della comunicazione, escamotage narrativo per veicolare un altro concetto, il reale destinatario delle campagne di odio orchestrate via web non potrà essere solamente lui.

Certo, l'efficacia della costruzione semantica che dipinge i cittadini di origine straniera come un pericolo, in molti casi si trasforma effettivamente in comportamenti e atteggiamenti violenti e discriminatori.

Ma il "punto" è politico: e nell'ansia di determinare a priori chi debba essere l'avversario sul quale scaricare la tensione sociale montante in vasti strati di popolazione, la migrazione diventa la freccia utilizzata per indicare chi colpire. Nella fattispecie, l'universo facente riferimento – a vario titolo – agli ambienti progressisti.

Si viene a determinare in questo modo un archetipo narrativo preciso, che si sviluppa secondo uno schema composto di tre passaggi principali:

1. L'Italia viene investita, per una sintesi di ragioni globali delle quali difficilmente si da conto all'opinione pubblica, dall'arrivo di ingenti flussi migratori provenienti da zone considerate (in una visione eurocentrica) come remote e ostili.
2. Si viene a creare una situazione di incomprensione, in grado di generare una linea di frattura (in una popolazione europea invecchiata e spaventata dai cam-



biamenti globali in atto) sostenuta dall'ansia e dalla paura di dover rimettere in discussione attitudini e abitudini considerate immutabili e "naturali".

3. Gli agenti politico - culturali afferenti ad una visione conservatrice approfittano della situazione per stimolare le paure recondite di parte della popolazione al fine di trarne posizionamenti politici vantaggiosi. Nel farlo, identificano e raccontano il migrante come il duttile strumento al servizio di una strategia più ampia, orchestrata da poteri globali intenzionati a modificare stabilmente l'ordinamento sociale e politico occidentale.

Una rilettura complessiva del fenomeno permette di "unire i puntini", comprendendo lo scenario sotto una luce nuova; relegare la portata del messaggio sovranista alla "sola" propaganda anti - migranti impedirebbe di coglierne le ambizioni universali.

Prendiamo ad esempio il post seguente:



Screenshot 22/05/2019

L'esempio racchiude in un unico post elementi all'apparenza distanti, ma collegati fra loro.

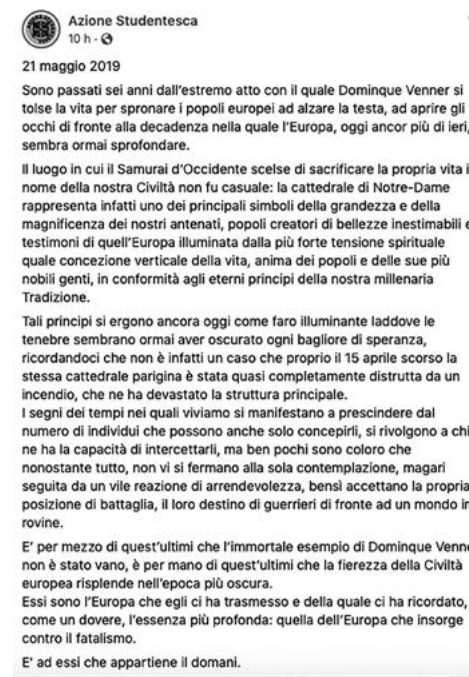
Compare Papa Bergoglio, attaccato sia per le sue posizioni considerate troppo liberali in tema di migrazione sia per una generica visione "troppo progressista" della società; si estrapola una frase di un suo intervento, decontestualizzata e utilizzata

per screditare il mondo dell'accoglienza, accusato di incassare ingenti somme dal "business" della gestione dei flussi; si parla genericamente di "profughi", intesi però nuovamente come oggetti, destinati ad alimentare profitti stellari. È il Papa il destinatario finale dell'aggressione: e attraverso di lui, tutto il mondo genericamente definito "buonista" che, spesso, nelle posizioni di Jorghe Mario Bergoglio si riconosce.

Se assumiamo come chiave interpretativa la visione complessiva del fenomeno, possiamo assistere al posizionamento politico di un mondo – quello sovranista, neo nazionalista, populista di destra – che attraverso una narrazione pervasiva e martellante cerca di attrarre consenso politico utilizzando la migrazione come randello da vibrare sul capo degli avversari.

Osserviamo a tal proposito il seguente screenshot, proveniente dalla pagine di "Azione Studentesca".

Screenshot del 21/05/2019



L'elaborazione filosofica e politica di queste teorie (anche attraverso il recupero di figure particolarmente care alla destra nazionalista europea, come Dominique Venner) tratteggia i contorni di una visione politica globale.

È in questa analisi complessiva che bisogna contestualizzare l'analisi della propaganda sovranista: intendendola come un insieme di strategie, strutture e strumenti ben organizzati, in grado di offrire – pur nella sfaccettatura multiforme di una galassia in grado di espandersi da gruppi autonomi di piccole dimensioni fino a grandi partiti nazionali – finalizzata all'elaborazione

di una precisa aspirazione nei confronti di una certa forma di società. Una visione di ampio respiro, che ha sapientemente saputo sfruttare l'avvento sulla scena globale di fenomeni migratori di massa diretti verso Occidente per rinverdire posizioni che, nello scenario di un mondo globale e iperconnesso, sembravano irrimediabilmente condannati all'oblio.

Utilizzando a tal scopo proprio alcuni dei principali strumenti che il tanto detestato "Villaggio Globale" mette a disposizione dei propri cittadini - utenti.

## CONCLUSIONI

### L'urgenza della complessità: dalla paura alla creazione di nuove narrazioni

A fronte dei risultati dell'indagine, rimangono irrisolte alcune questioni di fondo, la cui trattazione potrebbe fungere da spunto per tracciare nuove linee di ricerca e di intervento.

Il tema che emerge con particolare urgenza ruota intorno al recupero della categoria della complessità: elemento centrale delle società moderne, il cui utilizzo potrebbe aiutarci nella costruzione di una visione di insieme in grado di porre l'esperienza della migrazione autorevolmente al centro del dibattito che dovrebbe trattarla.

La fascinazione per le "soluzioni semplici" infatti non appartiene solamente a quella parte di società che si ritrova negli slogan e nelle parole d'ordine della narrazione nazionalista: anche le componenti progressiste, le quali dovrebbero saper offrire una visione altrettanto forte e di stampo opposto, cadono facilmente nel tranello della riduzione monodimensionale dell'intero fenomeno.

Si pensi, a titolo di esempio, alla questione relativa alla "chiusura" ed "apertura" dei porti: se "Porti chiusi!" risulta essere uno slogan aggressivo, capace di condensare in una semplice immagine l'interessa dell'aspirazione autarchica e del controllo totale dei confini, il suo opposto "Porti aperti!" non restituisce in alcun modo la piena comprensione della profondità della questione dell'accoglienza.

In questo modo, la contro-narrazione che si offre all'opinione pubblica risulta incredibilmente debole, pallido contraltare di una visione chiusa e radicale, che appare più facilmente comprensibile.

Quali strategie adottare, quindi, per costruire un dibattito capace di far dialogare le diverse anime "localiste" e "globaliste", al fine di giungere ad un punto di comprensione condiviso?

Il primo passo da compiere riguarderebbe, a mio dire, il recupero della concezione di umanità dei migranti: restituendo loro voce, rendendoli soggetti attivi del dibattito che li riguarda.

Non mancano iniziative e organizzazioni che stiano lavorando in questa direzione: si pensi, a tal proposito, alle campagne sostenute da realtà qua-

li "Italiani senza cittadinanza", la rete di "Non solo asilo", il "Comitato Tre Ottobre" e le singole iniziative di amministrazioni locali, soggetti del terzo settore, parrocchie, reti civiche impegnate ogni giorno nella costruzione di relazioni positive sui territori.

Ciò che sembra mancare è piuttosto la volontà di raccogliere le buone pratiche costituite da queste esperienze e inserirle in un percorso organico, che a partire dalla voce dei migranti sappia offrire una narrazione complessiva che tenga debito conto delle paure e delle speranze di grande parte degli italiani "autoctoni": un racconto corale che sfugga alla logica stringente del muro contro muro, con l'obiettivo di offrire una nuova narrazione forte, non la pallida copia al "positivo" delle istanze sostenute dalle forze sovraniste.

Lo sforzo di composizione di istanze così radicalmente diverse attraversa in maniera trasversale non solo il nostro Paese, ma buona parte delle attuali democrazie occidentali, portando alla luce un nervo scoperto; l'urgenza di provare a comprendere e governare fenomeni globali sempre più complessi, che vedono entrare in scena una pluralità di attori differenti, i cui effetti investono direttamente le vite, i sogni e le aspirazioni di soggetti diversi per storia e cultura.

Per cucire una narrazione condivisa in grado di abbassare il livello del conflitto sociale, sarà necessario non perdere di vista l'elemento della globalità, senza però sacrificare le esperienze e le esigenze espresse a livello locale; uno sforzo di tutto rispetto, per interpretare il quale sarà necessario definire nuove categorie di cittadinanza e partecipazione civica, accompagnando la transizione verso scenari in grado di garantire la giusta quota di rappresentanza alle necessità di ciascuno.

Un'ambizione politica che potrà trovare risposta solo in una maggiore interazione fra player globali, in grado di interpretare gli sforzi generativi di intere comunità.

**Giacomo Molinari** è laureato in Comunicazione Interculturale, vicepresidente dell'associazione Acmos, fondatore della Fondazione Benvenuti in Italia e responsabile del settore nazionale del progetto "BePositive" sullo studio e il contrasto ai discorsi di odio online.

## BIBLIOGRAFIA

- Baumann, Z., (2011). *Il buio del post moderno*, Alberti, Reggio Emilia.
- Cardano, M., Ortalda, F., (2016). *Metodologia della ricerca psicosociale*, UTET Università.
- Ce.S.I. Parlamento Italiano, (2011). Osservatorio di Politica Internazionale.
- Dal Lago, A., (2017). *Populismo digitale*, Raffello Cortina Editore, Milano.
- Di Cesare, D., (2017). *Stranieri residenti*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Fondazione ISMU, (2018). *Ventiquattresimo rapporto sulle migrazioni, Roma*.
- Isagor, (2019). *La Repubblica d'Europa*, ADD Editore, Torino.
- Locatelli, A., Parsi, V.E, (2013). *L'onda lunga delle primavere arabe, Vita e Pensiero*, Milano.
- Morozov, E., (2011). *The net delusion, Public Affairs*, New York.
- Riva, G., (2018). *Fake News*, Società editrice Il Mulino, Bologna.
- Passarelli, G., Tuorto, D., (2018). *La Lega di Salvini – estrema destra di governo*, Società editrice Il Mulino, Bologna.
- Quirico, D., (2016). *Esodo: storia del nuovo millennio*, Neri Pozza Editore, Vicenza.
- Todorov, T., (2012). *I nemici intimi della democrazia*, Garzanti, Milano.
- Walzer, M., (2008). *Sfere di giustizia*, Laterza Edizioni, Bari.
- Washington University, (2012). *Project on Information Technology and Political Islam*.
- Wellman, C., (2008). *Immigration and freedom of association*, The University of Chicago Press, Chicago.

## SITOGRAFIA:

- [www.ilgiornale.it](http://www.ilgiornale.it) - [www.voxnews.info](http://www.voxnews.info) - [www.ilprimatonazionale.it](http://www.ilprimatonazionale.it)
- [www.ispionline.it](http://www.ispionline.it) - [www.tpi.it](http://www.tpi.it) - [www.treccani.it](http://www.treccani.it) - [www.controlodio.it](http://www.controlodio.it)
- [www.digitalic.it](http://www.digitalic.it) - [www.thispersondoesnotexist.com](http://www.thispersondoesnotexist.com) - [www.internetpost.it](http://www.internetpost.it)
- [www.italianisenzacittadinanza.it](http://www.italianisenzacittadinanza.it) - [www.nonsoloasilo.org](http://www.nonsoloasilo.org)
- [www.comitatotreottobre.it](http://www.comitatotreottobre.it) - [www.europeanow.com](http://www.europeanow.com)
- [www.europeandemocracylab.org](http://www.europeandemocracylab.org) - [www.addeditore.it](http://www.addeditore.it) - [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

# Prospettive di ricerca emerse nell'ambito del progetto Contro l'odio.

di Marco Stranisci, Cristina Bosco, Viviana Patti e Giancarlo Ruffo

La sempre maggiore diffusione dei social media ha portato a un'importante crescita dell'attenzione nei confronti dello Hate Speech o Discorso di Incitamento all'Odio da parte di diversi settori della società. Questo perché piattaforme come Facebook e Twitter hanno portato da un lato una maggiore orizzontalità nella creazione e circolazione dei contenuti. Dall'altro, ciò però sembra aver determinato anche un aumento di messaggi offensivi, violenti e discriminatori.

Tuttavia lo Hate Speech, anche se a prima vista appare come un fenomeno molto semplice da riconoscere, in realtà è un fenomeno problematico da definire in quanto la sua natura giuridica varia, anche in modo significativo, in base alle diverse legislazioni nazionali.

Per questo motivo non è possibile introdurre una riflessione sull'analisi e il contrasto di questo fenomeno senza delineare il concetto di Hate Speech in modo un po' più preciso.

Nella prossima sezione del nostro contributo (1) presentiamo un elenco non esaustivo di definizioni giuridiche del fenomeno elaborate dal Consiglio d'Europa, dall'Unione Europea e da alcune aziende ICT.

Nelle sezioni successive presentiamo alcuni apporti che la Linguistica Computazionale (2) e la network science (3) possono offrire per comprendere meglio e contrastare questo fenomeno.

Infine (4), riportiamo i risultati relativi a uno studio longitudinale della presenza dell'Hate Speech su Twitter, realizzato dall'Università di Torino nell'ambito del progetto Contro l'odio.

## 1. La definizione di Hate Speech

Una definizione che ci permette di enucleare alcune caratteristiche di questo fenomeno si trova all'interno della Raccomandazione 97(20) del Comitato dei Ministri del Consiglio d'Europa:

The term “hate speech” shall be understood as covering all forms of expression which spread, incite, promote or justify racial hatred, xenophobia, anti-Semitism or other forms of hatred based on intolerance, including: intolerance expressed by aggressive nationalism and ethnocentrism, discrimination and hostility against minorities, migrants and people of immigrant origin (Recommendation No. R (97) 20 of the Committee of Ministers to member states on “hate speech”)

Secondo il Consiglio d'Europa, per essere considerato un Hate Speech un discorso deve possedere due caratteristiche. Innanzitutto deve essere rivolto a persone appartenenti a categorie a rischio di discriminazione; in secondo luogo esso si distingue dall'insulto in quanto cerca di produrre effetti concreti nei confronti della vittima, diffondendo, incitando, promuovendo o giustificando l'odio razziale.

Sebbene questa definizione mostri in modo semplice ed efficace le principali caratteristiche di questo fenomeno, essa presenta un importante limite relativo alla specificazione delle tipologie di vittime di Hate Speech. Infatti, una successiva raccomandazione dell'European Commission against Racism and Intolerance (ECRI) menziona un numero maggiore di gruppi a rischio discriminazione e, soprattutto, lascia aperta la possibilità che ce ne siano altre.

Hate speech for the purpose of the Recommendation entails the use of one or more particular forms of expression – namely, the advocacy, promotion or incitement of the denigration, hatred or vilification of a person or group of persons, as well any harassment, insult, negative stereotyping, stigmatization or threat of such person or persons and any justification of all these forms of expression – that is based on a non-exhaustive list of personal characteristics or status that includes “race”, colour, language, religion or belief, nationality or national or ethnic origin, as well as descent, age, disability, sex, gender, gender identity and sexual orientation. (ECRI General Policy Recommendation n. 15 on Combating Hate Speech - adopted on 8 December 2015)

Al contrario del Consiglio d'Europa, l'Unione Europea non ha prodotto una definizione ufficiale di Hate Speech. È però presente, all'interno della Carta dei Diritti Fondamentali dell'Unione Europea, il divieto di discriminazione, accompagnato da una serie di caratteristiche dalle quali si può dedurre l'elenco delle categorie che necessitano protezione da questo fenomeno.

È vietata qualsiasi forma di discriminazione fondata, in particolare, sul sesso, la razza, il colore della pelle o l'origine etnica o sociale, le caratteristiche genetiche, la lingua, la religione o le convinzioni personali, le opinioni politiche o di qualsiasi altra natura, l'appartenenza ad una minoranza nazionale, il patrimonio, la nascita, la disabilità, l'età o l'orientamento sessuale. (Carta dei Diritti Fondamentali dell'Unione Europea (2000/C 364/01).

Da anni l'UE mostra un importante attivismo rivolto a contrastare i discorsi di incitamento all'odio, soprattutto online. Esistono diverse linee di finanziamento della Commissione Giustizia che sostengono progetti di ricerca e sensibilizzazione per il contrasto di questo fenomeno. Inoltre, nel 2016 l'organismo internazionale ha siglato un Codice di Condotta insieme a Facebook, Microsoft, Twitter e YouTube volto a contrastare la proliferazione dell' Hate Speech online. L'accordo prevede la presa in carico di una serie di impegni da parte delle grandi compagnie informatiche. Tra questi, il più importante consiste nell'aumento del numero di messaggi contenenti Hate Speech rimossi da queste piattaforme e, contemporaneamente, nella riduzione dei tempi necessari per svolgere questa operazione.

La necessità di migliorare la propria attività di rimozione dei contenuti ha portato le compagnie ICT a rivedere e specificare le loro policy sull'argomento, definendo meglio il concetto di Discorso di incitamento all'odio. Per esempio, su Facebook esso viene espresso come “un attacco diretto alle persone sulla base di aspetti tutelati a norma di legge, quali razza, etnia, nazionalità di origine, religione, orientamento sessuale, casta, sesso, genere o identità di genere e disabilità o malattie gravi”<sup>16</sup>

Su Twitter, invece, il focus è riferito ai comportamenti discriminatori che l'utente non deve tenere all'interno del social media:

non puoi promuovere la violenza contro altre persone, attaccarle o minacciarle sulla base di razza, etnia, origine nazionale, casta, orientamento sessuale, sesso, identità sessuale, religione, età, malattia seria o disabilità. Inoltre, non accettiamo account il cui scopo primario sia incitare le persone a nuocere ad altri sulla base di queste categorie.<sup>17</sup>

<sup>16</sup> [https://www.facebook.com/communitystandards/hate\\_speech](https://www.facebook.com/communitystandards/hate_speech)

<sup>17</sup> <https://help.twitter.com/it/rules-and-policies/hateful-conduct-policy>

In conclusione, sebbene non esista una definizione univoca dello Hate Speech, alcuni elementi operativi per il suo riconoscimento sono individuabili e, soprattutto, sono ampiamente adottati dalle aziende che gestiscono i social media. Nelle sezioni successive del nostro contributo ci riferiremo a questo fenomeno come a qualsiasi espressione che inciti all'odio nei confronti di una persona o un gruppo di persone che appartengono a una categoria vulnerabile alle discriminazioni.

## 2. Hate Speech e Linguistica Computazionale

Secondo Google Scholar, i contributi scientifici che contengono l'espressione "Hate Speech" erano 12,500 nel 2003, un anno prima del lancio di Facebook, mentre nel 2019 sono stati 25,800. Ciò sembra mostrare un importante aumento dell'interesse da parte della comunità scientifica attorno a questo fenomeno, sviluppatosi proprio in parallelo alla diffusione dei social media.

Una delle discipline scientifiche in cui l'hate speech si è rivelato fecondo oggetto di studio è quello della linguistica computazionale, quell'area dell'informatica in cui tecniche di intelligenza artificiale vengono applicate al linguaggio umano per estrarre informazioni utili a svolgere compiti come rispondere a domande (Question Answering) o classificare il testo sotto vari punti di vista (analisi morfologica e sintattica o Sentiment Analysis). In questo contesto, in particolare, molto lavoro è stato dedicato alla rilevazione automatica del linguaggio di odio nelle sue molte sfaccettature e complessità, facendo emergere, a seconda dei casi, definizioni in parte diverse di hate speech, e mostrando come ognuna di esse, anche se utile in vista dell'esecuzione di qualche compito specifico, rischia di essere limitativa e quindi non universalmente accettabile.

La rilevazione automatica dell'hate speech rientra nel più vasto ambito detto Sentiment Analysis o Opinion Mining che negli ultimi anni ha visto una crescita esponenziale grazie ai risultati ottenuti nell'estrazione mirata di informazioni da testi di varia natura, soprattutto dai cosiddetti User Generated Content (testi scritti con varie finalità da utenti di piattaforme in rete). In passato queste tecniche hanno avuto principalmente applicazione a scopo commerciale, come l'estrazione delle opinioni degli utenti da testi provenienti da forum di recensione di determinati prodotti. In seguito hanno dimostrato la loro utilità anche nella rilevazione dell'orientamento politico,

soprattutto da messaggi generati dagli utenti di social media, come nel caso di elezioni e referendum. Oggi, grazie anche alla crescente volontà, condivisa da più forze sociali, di contrastare estremismi, forme di violenza, fake news ed altre simili problemi, le tecniche di Sentiment Analysis sono particolarmente studiate in relazione ad istanze sociali ed etiche, come appunto il fenomeno dell'hate speech.

In questo ambito le tecniche sviluppate richiedono la costruzione di basi di conoscenza di grandi dimensioni, vale a dire raccolte di dati linguistici in cui il fenomeno oggetto di studio (ad esempio l'hate speech) si manifesta. Sono stati raccolti per questo scopo in prevalenza messaggi estratti da social media, cioè piattaforme virtuali in cui gli utenti nel discutere animatamente di alcune tematiche producono anche espressioni fortemente polarizzate e talvolta contenenti vero e proprio odio nei confronti di determinati target. Una volta raccolti, i dati sono annotati allo scopo di rendere esplicita la presenza del fenomeno da osservare, ovvero classificati in modo univoco come espressioni di hate speech o meno. Il processo di annotazione prevede, ad esempio, che per una data raccolta di messaggi estratti da Twitter si richieda ad un gruppo di parlanti, nativi della lingua utilizzata nei messaggi e detti annotatori, di determinare per ognuno dei tweet se contiene o meno hate speech. Confrontando i risultati prodotti dagli annotatori si ottiene un corpus in cui ogni istanza è classificata come hate speech, non hate speech o dubbia (messaggi per cui i diversi annotatori non hanno proposto una classificazione omogenea). I dati su cui si è raggiunta una classificazione omogenea sono utilizzati per addestrare sistemi di rilevazione dell'hate speech che applicando tecniche di machine learning creano un modello statistico del fenomeno da rilevare e lo utilizzano per classificare nuovi testi. Non ci addentreremo ora in ulteriori dettagli tecnici, basti sapere che la precisione di questi sistemi è attualmente ancora minore, ma non sempre così dissimile, da quella di un essere umano chiamato a svolgere lo stesso compito. Quello su cui ci interessa richiamare l'attenzione in questo contesto è il fatto che per arrivare a produrre un corpus di dati annotati per quanto riguarda l'hate speech (precondizione necessaria per la costruzione di un sistema che ne rilevi automaticamente in modo affidabile la presenza in testi di varia natura) occorre disporre di una definizione "operativa" di hate speech, accettata e condivisa dagli annotatori e in generale dalla comunità

in cui il fenomeno viene osservato. Trattandosi di un fenomeno di natura linguistica ma anche pragmatica, il fatto di osservarlo con lo sguardo del linguista computazionale significa in pratica acquisire nuove informazioni su come esso intrinsecamente si caratterizza dal punto di vista empirico, sociale e linguistico. Le motivazioni che ci portano a sviluppare sistemi di linguistica computazionale per la rilevazione automatica dell'hate speech vanno quindi oltre la mera possibilità di costruire strumenti utili alla società e al fornire risposte ai molti attori sociali – incluse istituzioni e aziende del settore dell'Information and Communication Technology (ICT) interessate a soddisfare le richieste dei governi e delle parti politiche di contrastare l'hate speech. Anche se, in base a quanto scritto nella sezione precedente è chiaro che tali enti hanno un crescente bisogno di supporto computazionale per riuscire a fare su larga scala opera di moderazione, monitoraggio e mappatura delle dinamiche e della diffusione territoriale dell'hate speech e al contenimento dei trend di violenza nella comunicazione online e della diffusione delle fake news.

Confermando quanto rilevato in altri ambiti disciplinari, anche la linguistica computazionale riconosce quindi la complessità del fenomeno dell'hate speech che si rispecchia nella difficoltà di riconoscerlo da parte di una macchina, come da un essere umano. Per definire la nozione stessa di hate speech occorre tenere conto di un complesso equilibrio tra libertà di espressione e difesa della dignità umana, e questo si ripercuote anche sul lavoro fatto nel contesto della linguistica computazionale, in cui sempre più sovente ci si interroga sull'impatto etico che le tecnologie possono sortire. Per questo motivo i ricercatori che negli ultimi anni hanno affrontato questo argomento hanno progettato e testato costrutti teorici diversi, annotato in diversi modi i corpora di dati linguistici da utilizzare come base di conoscenza, evidenziato di volta in volta gli aspetti più rappresentativi e le differenti sfaccettature del fenomeno dell'hate speech.

Con hate speech si intende un tipo di espressione rivolta a nuocere che trae origine da pregiudizi ed intolleranze e che può portare a manifestazioni di violenza, discriminazione e persecuzione nei confronti di un dato target. L'hate speech si colloca infatti all'intersezione di molteplici tensioni che esprimono conflitti tra gruppi sociali differenti, all'interno di uno stesso tessuto sociale, o tra società diverse, che trovano terreno particolarmente fertile nei social media facendo sì che l'hate speech si riscontri sovente

negli User Generated Content. In questo senso, l'hate speech è un vivido esempio di come le tecnologie capaci di indurre processi di trasformazione sociale portano con sé non solo opportunità ma anche rischi.

Essendo divenuto oggetto di studio solamente negli ultimi anni, la rilevazione automatica dell'hate speech dimostra ancora molti limiti e debolezze, ad esempio per quanto riguarda i target che sono stati presi in considerazione, ma anche le diverse sfumature che il fenomeno può assumere. Una delle principali criticità riguarda la complessità intrinseca che la definizione dell'hate speech comporta e la vaghezza che caratterizza l'uso dei termini con cui viene definito ed associato, come ad esempio linguaggio che insulta, nuoce, danneggia, offende o rappresenta aggressione nei confronti di un target, termini che spesso sono almeno in parte sinonimi ma anche fortemente soggetti ad interpretazioni soggettive. Da un lato, come visto nella sezione precedente, questo rispecchia la difficoltà riscontrata anche sul piano giuridico di pervenire ad una definizione univoca del fenomeno. Dall'altro, si ripercuote in una sparsità delle ricerche relative all'hate speech che hanno finora prodotto risorse e strumenti nella maggior parte dei casi mirati a individuare e contrastare sfaccettature diverse del fenomeno. Ad esempio esistono risorse che rappresentano l'*abusive language* laddove altre si rivolgono all'*offensive language*. E per quanto riguarda i target, sono stati tenuti in considerazione prevalentemente migranti e donne, rispecchiando le tensioni più peculiari delle società contemporanee, ma lasciando ancora ampio margine di sviluppo per quanto riguarda altri possibili bersagli delle espressioni di odio.

Un altro aspetto che va attentamente considerato nel definire il fenomeno riguarda le modalità in cui il fenomeno si realizza in lingue diverse rispecchiando le sottostanti differenze sociali e culturali. Anche espressioni che sono chiaramente percepite e identificate come hate speech in un dato luogo e tempo, dai parlanti che vivono in un determinato contesto socio-culturale, possono essere interpretate in modo diametralmente opposto da chi proviene da un'altra comunità o ha vissuto altre esperienze.

Poiché il fenomeno dell'hate speech include anche una significativa componente di soggettività, anche nello studio dell'hate speech può essere rilevante la soggettività del ricercatore che può influire sulla selezione e modalità di raccolta ed annotazione dei dati per quanto riguarda la linguistica

computazionale. La componente soggettiva si riscontra peraltro anche negli annotatori che sono chiamati a produrre la classificazione dei dati proposti dal ricercatore. La stessa scelta degli annotatori, le loro caratteristiche socio-demografiche come il fatto di essere esperti o meno di linguistica o di scienze sociali, può portare a risultati diversi nello sviluppo dei corpora di dati linguistici. Ad esempio, la selezione di annotatori caratterizzati da un comune background culturale porterà a maggiori livelli di accordo nella classificazione rispetto a quanto accadrebbe se si scegliessero annotatori meno omogenei dal punto di vista demografico e/o socio-culturale.

### 3. Contagio sociale ed il ruolo delle narrative violente

Un altro importante tema di ricerca è legato ad una domanda, tanto semplice quanto ricca di sfumature e di letture sottili: *l'odio online genera a sua volta altro odio?* Inoltre, se volessimo cercare di capire se l'odio online sia davvero un problema sociale, dovremmo anche domandarci: *l'incitamento online alla violenza produce degli effetti tangibili sui nostri comportamenti fuori dalla rete?*

Per quanto le domande appena poste siano legittime e molto semplici da formulare, la ricerca di una risposta univoca e chiara è tutt'altro che banale e rischia anzi di spostare la nostra analisi in territori tutt'altro che confortevoli, per non parlare della possibilità di trarre conclusioni potenzialmente ambigue se non proprio sbagliate. Questo ci condurrebbe inevitabilmente a pensare di adottare soluzioni fondate su premesse traballanti e che potrebbero peggiorare il problema stesso senza che le cause che lo hanno generato siano davvero rimosse. In questa ottica, quindi, l'invocazione di azioni coercitive che limitino la libertà di espressione quando non propongono addirittura un'attività censoria da parte delle piattaforme social, potrebbe essere non soltanto lesiva del nostro vivere liberale, ma anche inutile a lenire, se non proprio ad eliminare, il problema stesso.

Questa tematica rientra in un ambito di ricerca multidisciplinare che si riferisce allo studio del fenomeno del cosiddetto 'contagio sociale', distinto dal contagio biologico che è caratterizzato dalla diffusione di un agente patogeno (di natura virale o batterica) e pertanto di immediato interesse per gli studi epidemiologici. Fermo restando che le dinamiche dei due tipi di contagi hanno delle componenti sostanzialmente differenti, è altrettanto

chiaro che lo studio di questi fenomeni è basato anche su approcci in parte simili, essenzialmente per un motivo: entrambi si manifestano grazie a delle reti, siano esse sociali, quali quelle determinate dai rapporti di amicizia, o lavorativi, oppure di contatto, quali le reti che emergono dai nostri movimenti, dalle nostre interazioni quotidiane, o dalle relazioni sessuali. Ovviamente queste reti, siano esse sociali o di contatto, possono avere delle importanti parti in comune: ad esempio siamo spesso in contatto con i nostri colleghi d'ufficio anche se non siamo necessariamente degli amici per la pelle, così come d'altronde è frequente che si stabiliscano delle relazioni sessuali tra persone che lavorano insieme. I fenomeni sociali e quelli biologici non possono essere del tutto distinti tra di loro, così come sanno bene gli esperti di epidemiologia e di scienze cognitive. La comprensione dell'interdipendenza tra le reti sociali e le reti di contatto è alla base dell'individuazione delle strategie più efficaci per il contenimento di un contagio in corso. È quindi tutto fuorché improbabile che i focolai si formino all'interno di gruppi sociali pre-esistenti: una classe scolastica, un ufficio, uno stabile residenziale, una famiglia, etc. Allo stesso modo forse non stupisce che un'idea, un'innovazione, un'opinione, un interesse, un comportamento, si diffondano maggiormente e velocemente all'interno di gruppi sociali ben definiti: l'influenza di un insieme di persone su un singolo è sicuramente qualcosa che ci sarà capitato di osservare (o che ci sarà sembrato di osservare) più volte nella vita.

A questo punto però vale la pena di fare una distinzione molto importante. Esiste infatti una differenza tra la selezione e l'influenza sociale anche se negli studi empirici i due meccanismi rischiano di essere confusi. Ricorriamo ad un esempio per spiegarci meglio. Se osserviamo due gruppi di persone (supponiamo che siano studenti di una stessa classe) e chiediamo loro se essi tifino per la squadra A o per la squadra B, esiste una probabilità non trascurabile che i tifosi di A siano più vicini tra di loro anche da un punto di vista 'spaziale'. In altre parole, potremmo osservare che coppie di studenti che tifano per la stessa squadra siano più frequentemente anche compagni di banco rispetto a due studenti che tifano per squadre diverse. Questo fenomeno - come altri dove è possibile osservare che i legami si stabiliscono più facilmente tra individui simili tra di loro - è noto come omofilia ed è spesso accompagnato da modi di dire quali *"non si piglia chi non si somiglia"*, *"dimmi con chi vai, ti dirò chi sei"*, *"birds of a feather, flock"*

together". Approfondendo il discorso, l'omofilia è facile da osservare, ma difficile da spiegare. I nostri due studenti dell'esempio precedente sono diventati compagni di banco perché tifavano per la stessa squadra (selezione) oppure hanno iniziato a tifare la stessa squadra dopo che sono diventati compagni di banco (influenza)? Se non conosciamo l'evoluzione temporale dell'interesse nei confronti del calcio di entrambi è molto difficile rispondere a questa domanda. Inoltre, anche se conoscessimo queste informazioni, potremmo essere davvero sicuri che entrambi gli studenti non avrebbero potuto maturare la passione per la stessa squadra pur se non si fossero mai conosciuti? Detto in altre parole, potrebbero esserci dei *motivi latenti* dietro alla loro passione calcistica che abbiano indotto sia l'uno sia l'altro a supportare la stessa squadra, ma anche a riconoscersi "simili tra di loro" indipendentemente dalla squadra tifata e quindi a scegliersi reciprocamente come compagni di banco.

Per farla breve, nel momento stesso in cui si stabilisce una relazione (o più in generale un contatto) tra due individui e questa relazione dura nel tempo, è molto difficile dire se relativamente ad un'opinione, un'idea, un interesse, stia prevalendo una logica di 'selezione' o di 'influenza'. È inoltre molto probabile che entrambi i processi siano in azione: due persone possono diventare amiche perché seguono lo stesso corso di pittura (quindi possiamo assumere che fossero entrambe interessate all'arte prima ancora di conoscersi) per poi iniziare a scambiarsi informazioni su libri da leggere, film da vedere, musica da ascoltare. Anche partiti e politici per cui votare. La comprensione delle dinamiche di omofilia è alla base del motivo per il quale in una rete sociale si osserva il fenomeno della cosiddetta segregazione, ovvero l'emergenza di gruppi sociali densamente collegati al proprio interno dove si riscontra una certa omogeneità in base a caratteristiche quali età, interessi, opinioni, scolarizzazione, etnia di appartenenza, classe di reddito, etc. Questi gruppi, anche chiamati cluster, sono molto importanti per capire altri tipi di processi, quali la polarizzazione, che è l'estremizzazione della segregazione, le camere d'eco o echo-chamber, molto pericolose dato che rafforzano il confirmation-bias all'interno dei cluster che diventano impermeabili ad idee nuove non allineate al 'sentir comune' interno al gruppo. Tutto questo rende lo studio e la comprensione del contagio sociale molto difficile. Se invece pensiamo al contagio di tipo biologico, esso è caratterizzato da altre tipicità, che modificano il modo in cui vediamo i cluster nelle reti

sociali. Innanzitutto, la direzione di diffusione di un patogeno è sicuramente più immediata da interpretare: se un individuo infetto incontra un individuo suscettibile, esiste una probabilità che quest'ultimo contragga l'infezione. Il contagio può avvenire attraverso un contatto prolungato o anche soltanto momentaneo, dipendentemente dalle caratteristiche proprie di quel batterio o di quel virus. Sicuramente il patogeno agisce in maniera silente e del tutto occulta rispetto ad un osservatore umano privo di strumenti diagnostici, ma da questo confronto capiamo immediatamente che il contagio sociale avviene per vie che potremmo senz'altro definire più complesse rispetto a quanto avviene per il contagio di tipo biologico. Inoltre, posso oppormi all'idea di essere influenzato da una determinata opinione, ma nulla la mia volontà potrà fare contro la possibilità che un patogeno trovi ospitalità nel mio organismo a seguito di un contatto, sia esso desiderato o meno. Infine i cluster possono rappresentare una barriera rispetto alla diffusione di una opinione, di un'innovazione o di un nuovo comportamento che proviene da fuori: all'interno del gruppo sociale coeso, il "nuovo" viene visto con sospetto, addirittura irriso. L'individuo ha bisogno che la novità si presenti più volte al suo giudizio prima che decida di prenderla in considerazione e addirittura adottarla. Al contrario, anche un contatto sporadico con un soggetto infetto potrebbe risultare in un contagio, che quindi, all'interno di un gruppo chiuso, si diffonderà velocemente e completamente. Questa è una differenza fondamentale tra i due tipi di contagio: in quello sociale la presenza di cluster nella rete potrebbe creare un ostacolo alla diffusione globale di un'idea nuova, mentre nel contagio biologico la presenza di cluster e di connessioni 'deboli' tra di essi consente un'accelerazione del processo di diffusione con conseguente emergenza di una pandemia.

Per tornare quindi alla nostra domanda iniziale, possiamo legittimamente domandarci se l'odio si comporta come un virus. A questo punto della discussione dovremmo avere già molto chiara la distinzione e rispondere che un nostro comportamento sarà condizionato da una nostra predisposizione psicologica e sociale, oltre che dalla personale posizione all'interno della rete: non necessariamente un individuo può essere infettato dal 'virus dell'odio' così come lo sarebbe dal virus dell'Ebola, di Zika, o del Covid-19. Paragonare quindi l'odio ad un virus, così come siamo soliti leggere in certa letteratura, è sbagliato e fuorviante.

Ciononostante, vale ancora porsi il problema in ottica di contagio sociale, ri-



conoscendo le difficoltà di uno studio di questo genere. Pertanto potremmo adesso domandarci: *adottiamo un linguaggio violento ed aggressivo perché siamo predisposti ad adottarlo, oppure l'appartenenza ad un gruppo sociale specifico che fa ampio uso di hate speech porterà inevitabilmente anche i membri più refrattari ad adottare queste forme di espressione contro dei target specifici? Analogamente ci possiamo domandare se l'incitamento all'odio si tradurrà in azioni concrete o l'azione violenta è correlata all'uso di hate speech per via delle stesse cause latenti (ad esempio: disagio sociale, instabilità lavorativa, vulnerabilità psicologica, depressione)?* Chiaramente gli studi di questi fenomeni devono essere condotti con molta cautela, perché questo è il classico contesto dove è facile fare confusione tra correlazione tra due fenomeni sotto osservazione e rapporto di causalità di uno rispetto all'altro.

Per quanto il contagio sociale sia un fenomeno difficile da studiare per cui anche il dato analizzato potrebbe essere interpretato in modo contraddittorio da un analista improvvisato o con preparazione non adeguata alla difficoltà del contesto, negli ultimi anni la 'data science' e l'analisi delle cosiddette reti complesse, come sono le reti sociali, economiche, biologiche o tecnologiche, hanno fornito dei risultati che vale la pena richiamare in questa sede. Innanzitutto, soprattutto in concomitanza all'emergenza sanitaria ancora in corso mentre scriviamo, è stato osservato che la disinformazione sul Covid-19 che si diffonde sui social media (infodemic) potrebbe avere provocato centinaia di morti (Md Saiful Islam et al. 2020). In particolare si insiste, dati alla mano, che *"for novel epidemic and pandemic diseases, the detection, assessment, and response to rumors, stigma, and conspiracy theories and their impact on public health in real time are a challenge"*. Per quanto il fenomeno dell'hate speech o della diffusione della disinformazione abbiano le loro specificità, si rammenta che in realtà essi vengono spesso studiati insieme perché lo stile della scrittura del messaggio può aiutare la sua diffusione. Molto facile infatti fare passare un messaggio falso o anche parzialmente falso, ma con scopi propagandistici, facendo leva su stereotipi, pregiudizi e intolleranze varie. Non stupisce quindi che alcune persone siano state indotte ad adottare cure non convenzionali e pericolose perché convinti da "una storia che circolava in rete", condita da un linguaggio sostanzialmente offensivo o razzista nei confronti di determinati target per i

quali si nutre già un senso di malcelata intolleranza. Se inoltre il messaggio è condiviso da contatti che il soggetto ritiene affidabili perché si riconoscono o si proiettano in essi tratti caratterizzanti della propria personalità, allora – come si discuterà in seguito – la probabilità che il messaggio diventi virale aumenterà. Basti pensare che tra le storie più popolari che si sono diffuse in rete, si trovino le seguenti: *"Chinese dietary habit caused COVID-19"*, *"Keep your virus, dirty Chinese"*, *"Chinese are dropping their coronavirus"*, *"The virus is an attempt to wage 'economic war on China'"*, *"America's Jews are driving America's wars"*. Quasi tutte queste storie hanno trovato un terreno fertile che ha reso credibili alcune presunte "cure": *"Eating garlic can cure coronavirus"*, *"Wearing warm socks, mustard patches, and spreading goose fat on one's chest as treatment"*, *"Sesame oil can prevent coronavirus infection"*, *"Eating Centella asiatica may prevent coronavirus infection"*, solo per citarne alcune. Praticamente, la teoria del complotto si accompagna (da capire se lo determina o se ne è determinato) al ragionamento semplice che, se i cinesi (o gli ebrei, o gli immigrati) hanno voluto colpire l'Occidente con il coronavirus, allora basta copiare i loro comportamenti o le loro abitudini alimentari per trovare un antidoto.

Certamente si può ipotizzare che l'odio, lo stereotipo, l'intolleranza, siano stati usati come semplici attivatori psicologici per una maggiore diffusione delle notizie (false o manipolate che siano). È anche utile prendere in considerazione il fatto che tale attivatore funzioni sui soggetti già suscettibili a tali notizie e che quindi la selezione abbia giocato un ruolo non secondario rispetto all'influenza sociale, secondo le accezioni già descritte sopra.

Eppure la manipolazione per mezzo social media funziona grazie a meccanismi ancora più sfumati di quanto è stato possibile descrivere finora. Sulla falsariga ed in parte riformulando le questioni poste in un articolo fondamentale per lo studio scientifico delle 'fake news' pubblicato su Science nel 2018 (Lazer et al. 2018), possiamo individuare i seguenti problemi di punta riguardo l'hate speech e la loro diffusione nei social media:

1. Problema della prevalenza: Quanto sono comuni i messaggi condivisi sui social contenti hate speech rispetto a contenuti di altro tipo?
2. Problema dell'impatto: Qual è l'impatto del linguaggio d'odio sugli individui, anche sul medio e lungo periodo? Qual è il ruolo dei Social Bot nella diffusione di hate speech?

3. Problema della sensibilizzazione degli individui: Come possiamo aiutare gli individui a capire il proprio ruolo e la propria responsabilità nell'uso dei social media?
4. Problema della prevenzione: Come possiamo evitare a priori che gli utenti dei social media siano esposti a messaggi contenenti odio, ammesso e non necessariamente concesso che tali messaggi possano influenzare negativamente i loro comportamenti?

Concentriamoci innanzitutto sul problema della prevalenza. La letteratura esistente sull'hate speech è ancora ampiamente incompleta relativamente ad un'effettiva quantificazione del fenomeno. Chiaramente progetti ed osservatori come "Contro l'odio" sono nati anche con lo scopo di raccogliere dati per rispondere a questa domanda, ma non esiste ancora una collezione di studi empirici validati scientificamente che risponda in maniera esaustiva a questo interrogativo. Al contrario, per quanto riguarda la diffusione delle fake news, esiste già una nutrita letteratura scientifica che dimostra quanto la loro popolarità sia decisamente non trascurabile. Ad esempio, si calcola che un americano medio attivo sui social media è stato esposto ad una notizia falsa su tre durante la campagna elettorale del 2016 (Allcott e Gentzkow 2017). Inoltre, l'informazione falsa su Twitter viene condivisa molte più volte e più velocemente rispetto a una notizia vera ed estendendosi nella rete produce cascate più profonde ed ampie. Questo fenomeno è ancora più marcato soprattutto se il tema del messaggio ha natura politica, come dimostrato in un importante studio empirico eseguito dal gruppo di Sinan Aral presso il prestigioso MIT (Vosoughi, Roy, Aral 2018). Pertanto la polarizzazione delle opinioni, molto tipica in politica, e quindi la presenza di echo-chambers, sembrano avere un effetto di amplificazione. Non solo: nello stesso studio viene individuato anche un importante collegamento con lo stile di scrittura ed il carico emotivo dei messaggi "falsi". Per prima cosa, infatti, più la notizia è originale e nuova, maggiori sono le sue possibilità di successo virale nei social media (ed ovviamente le fake news sono "nuove" in quanto inventate). Inoltre, le fake news sono più connesse ad emozioni forti come la paura, il disgusto e la sorpresa, mentre le notizie vere sono caratterizzate più spesso da sensazioni di anticipazione, tristezza, gioia e fiducia. Lo stile di scrittura ed il carico emotivo del contenuto hanno quindi un ruolo comprovato nella diffusione del messaggio.

Anche relativamente al problema dell'impatto, gli studi esistenti sono ancora in una fase molto acerba e molto deve ancora essere compreso. In questo contesto, segnaliamo lo studio condotto da Stella, Ferrara e Di Domenico sul dibattito tenutosi su Twitter durante la campagna referendaria catalana del 2017 (Stella, Ferrara, Di Domenico 2018). Ancora una volta viene ribadito il ruolo decisivo giocato dall'uso delle emozioni: il gruppo di indipendentisti è stato letteralmente bersagliato da una serie di messaggi caratterizzati da contenuto violento prodotto da troll e da social bot, con lo scopo (raggiunto) di esacerbare il conflitto sociale online e di aumentare l'esposizione di quel gruppo a narrative negative ed aggressive. Questi risultati completano e complementano le ricerche condotte dal gruppo di Menczer e Flammini in Indiana University che si concentra in particolare sul ruolo dei social bot nella diffusione di messaggi di scarsa qualità e bassa credibilità (Shao et al. 2018). Quello che apprendiamo da questi lavori di natura empirica che documentano l'analisi di centinaia di storie che si sono diffuse sui social media è che non solo i social bot giocano un ruolo fondamentale nell'influenzare il comportamento umano – cosa già compresa nel 2012 grazie ad un esperimento condotto sulla rete sociale Anobii e condotto presso l'Università degli Studi di Torino (Aiello, Deplano, Schifanella, Ruffo 2012) – ma che essi agiscono con maggior successo soprattutto quando risiedono nelle aree periferiche della rete, dove hanno la possibilità di diffondere i propri messaggi e quindi di manipolare l'informazione che gli utenti condivideranno. In altre parole, è come se le cascate si generassero dai punti più distanti della rete sociale, laddove i bot proliferano (Shao et al. 2018), per poi avanzare piuttosto velocemente verso il nucleo della rete stessa, dove si trovano gli utenti più centrali e popolari, che saranno pertanto esposti alle notizie manipolate contemporaneamente da molti vicini. Il contagio sociale del resto funziona così: se veniamo esposti ad una notizia da una sola fonte, possiamo dubitare della sua veridicità o affidabilità e difficilmente essa ci farà cambiare una data opinione. Al contrario, se riceviamo la stessa notizia da più fonti, iniziamo a prendere in seria considerazione la possibilità che essa sia vera e accurata. Inoltre, nelle aree periferiche della rete, i cluster hanno dimensioni e densità più ridotte ed il contagio non incontrerà gli stessi ostacoli strutturali che invece avrebbe trovato se fosse partito da nodi molto centrali della rete: il messaggio si sarebbe eventualmente diffuso ampiamente in qualche cluster,

ma non avrebbe sfondato all'esterno di essi. Quale sia il ruolo dei bot e dei troll nell'enfatizzare il tono del dibattito e la diffusione delle narrative violente appare quindi sostanzialmente chiaro, così come è chiara l'azione da intraprendere se si conosce l'anatomia della rete sociale. Certamente si scorge l'esigenza di ulteriori studi che si concentrino anche in dibattiti dove non necessariamente siano presenti alcuni fattori chiave tra quelli studiati finora, quali la competizione tra notizie vere e notizie false, in modo da valutare in pieno il livello di penetrazione dei messaggi d'odio sostenuti da social bot. Il problema della sensibilizzazione e della responsabilità degli individui si connette direttamente al punto precedente. Se è vero che il messaggio inizia a diffondersi più velocemente e più pervasivamente proprio in virtù dell'azione controllata di social bot, è stato altrettanto appurato che la responsabilità principale della diffusione su larga scala della notizia manipolata è degli esseri umani. Infatti, i social bot tendenzialmente condividono i propri messaggi tra di loro generando artificialmente una popolarità fittizia di un determinato contenuto. Il "colpo grosso" viene compiuto però dal bot che riuscirà nell'intento di fare condividere il proprio messaggio da un personaggio popolare ed influente, come dimostrato empiricamente nel lavoro già citato del gruppo dell'Indiana University. Per ottenere questa reazione da parte di utenti "veri", bot e troll rispondono direttamente o menzionano esplicitamente degli utenti umani con molti follower. Se quindi ad esempio il presidente Donald Trump condividesse uno di questi messaggi il gioco sarebbe fatto e la notizia si diffonderebbe su scala planetaria. Gli individui pertanto devono essere sensibilizzati adeguatamente a non cedere alle narrative violente o alle sollecitazioni di utenti della cui identità non sono certi. Come questo sia possibile e quale sia l'efficacia di tale sensibilizzazione è un problema di ricerca aperto. Continuando l'analogia con la diffusione della disinformazione, si rammenta che la stessa efficacia del fact-checking è ancora oggi soggetta ad un forte dibattito dato che esistono elementi per considerare il debunking inutile se non addirittura controproducente dato che attiverebbe le distorsioni psicologiche quali i back-fire effect (Butler, Fazio, Marsh 2011) e hypercorrection effect (Lewandowsky et al. 2012); tuttavia, è importante menzionare che esiste un segnale empirico (Friggeri, Adamic, Eckles, Cheng 2014) così come un recente studio modellistico (Tambuscio, Ruffo 2019) che mostrerebbe quanto i social media senza fact-

checking sarebbero dominati dalla disinformazione più di quanto accada adesso. Concentrandoci invece sugli antidoti al linguaggio d'odio, il progetto "Be Positive!" si focalizza sulla proposta automatica di contro-narrative che possano disinnescare l'uso del messaggio violento nel momento in cui l'utente si appresta a rispondere ad un messaggio che abbia stimolato una sua reazione emotiva. L'elaborazione di contro-narrative da un punto di vista tecnico, così come l'analisi della sua efficacia in pratica è l'oggetto di ricerche future. Chiaramente vanno presi anche in seria considerazione ulteriori investimenti nell'educazione presso le scuole primarie e secondarie quali luoghi dove è possibile sviluppare strumenti e strategie cognitive di individuazione di storie probabilmente false e di reazione adeguate a sollecitazioni contenenti emozioni negative. Sul medio e lungo termine, questa ad oggi sembra la strada più promettente.

Probabilmente l'ultimo problema che presentiamo adesso, quello legato alla prevenzione, è il più difficile da affrontare ed è probabile che una soluzione sul breve termine non sia praticabile. È indubbio infatti che sia necessario un cambiamento dei modelli di business che ancora oggi costituiscono il motore dei Social Media: fin quando il click-baiting produrrà profitti, è difficile immaginare che le notizie di maggiore qualità redatte da fonti affidabili, siano preferite a quelle di scarsa qualità provenienti da fonti poco autorevoli o addirittura truffaldine. D'altronde, la rimozione ed il filtraggio di alcune notizie rispetto ad altre ci conduce inevitabilmente su un terreno scivoloso che potrebbe minacciare principi fondamentali in una democrazia quali la libertà di espressione. Come però commentato anche da Sinan Aral nel suo recente libro "The Hype Machine" (Aral, 2020), possiamo puntare il dito senza timore contro i bot che sono responsabili di un'azione insistente e piena di contenuti emotivamente forti nei confronti di soggetti umani che poi, inevitabilmente, si fanno artefici della diffusione di messaggi di scarsa qualità. Rimuovere pertanto tali account quando essi vengono individuati rappresenterebbe un punto di partenza potenzialmente molto efficace. Tra l'altro, la classificazione automatica dei profili sociali per capire se essi corrispondano a bot, troll o utenti 'normali' è un argomento di ricerca estremamente interessante che molto probabilmente non si esaurirà nel breve termine e che anzi necessita di modelli sempre più intelligenti, data la natura di 'bersaglio mobile' di tale problema. Se ad esempio costruiamo un classificatore allo

stato dell'arte (si veda ad esempio l'ottimo Botometer sviluppato presso l'Indiana University<sup>18</sup>), per i bot di nuova generazione basterà cambiare stile e comportamento social per non essere più individuati: la sfida a qual punto ripartirà e nuovi modelli dovranno essere sviluppati.

#### 4. Contro l'odio: un'analisi longitudinale dello Hate Speech in Italia

Contro l'odio è una piattaforma online che monitora costantemente la presenza di Hate Speech pubblicati in Italia, su Twitter, a partire dal primo ottobre del 2018. Essa è il risultato di uno sforzo congiunto del Dipartimento di Informatica dell'Università di Torino e dell'associazione ACMOS. In particolare, il partner accademico ha curato le tecnologie che permettono di raccogliere, rilevare e visualizzare i discorsi di incitamento all'odio.

Il meccanismo di monitoraggio funziona in questo modo. Ogni giorno vengono raccolti tutti i tweet in lingua italiana che contengono una serie di parole chiave<sup>19</sup>. Successivamente, seguendo la metodologia tipica dell'approccio computazionale per la rilevazione dell'odio descritta nella sezione 2, un classificatore automatico, addestrato utilizzando un corpus annotato per l'Hate Speech realizzato dall'Università di Torino (Sanguinetti et al, 2018), predice quali testi contengono un discorso di incitamento all'odio e quali invece no. Infine, i risultati vengono visualizzati su una piattaforma accessibile online.

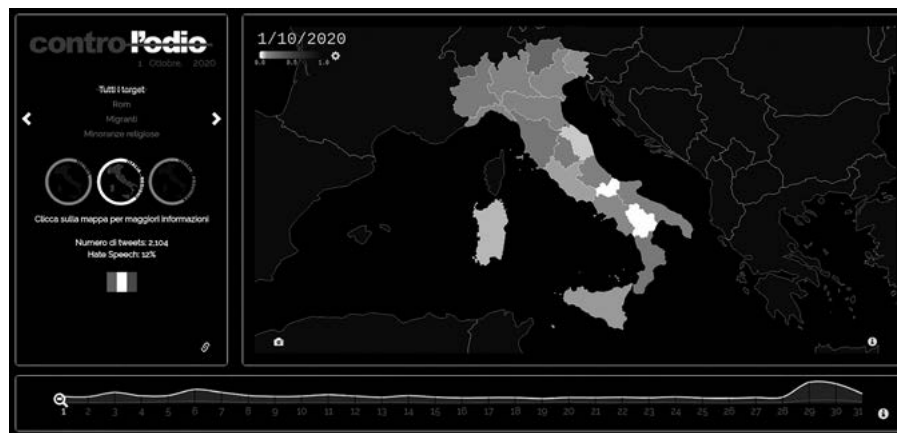


Figura 1: l'home page della mappa del progetto Contro l'odio.

<sup>18</sup> <https://botometer.osome.iu.edu>

<sup>19</sup> immigrat\*, immigrazione, migrant\*, stranier\*, profug\*, terrorismo, terrorist\*, islam, mussulman\*, corano, rom, nomad\*

Come è possibile osservare dalla figura, lo strumento di visualizzazione principale è una mappa del nostro paese, le cui regioni sono colorate secondo una scala cromatica che va dal bianco al grigio scuro, in base alla quantità di Hate Speech pubblicati in un determinato periodo di tempo. Non tutte le categorie a rischio di discriminazione sono oggetto della nostra attività di analisi dei dati. In particolare la nostra ricerca si focalizza su tre gruppi vulnerabili: minoranze etniche, religiose e persone rom.

La mappa è interattiva. Grazie alle impostazioni nel riquadro laterale, l'utente può impostare diverse granularità territoriali (nazionale, regionale e provinciale) oppure selezionare soltanto l'Hate Speech nei confronti di una delle tre categorie vulnerabili allo Hate Speech. La linea temporale sotto la mappa permette invece di personalizzare l'intervallo di tempo da osservare. Anche in questo caso è possibile scegliere tra diverse granularità: giornaliera, mensile, annuale. A due anni dall'inizio della raccolta dati è possibile identificare alcuni importanti trend relativi alla diffusione di contenuti rivolti a persone appartenenti a gruppi vulnerabili allo Hate Speech. Il grafico (Figura 2) mostra la quantità di tweet pubblicati tra il 1 ottobre del 2018 e il 30 giugno del 2019, raggruppandoli per trimestri. È importante sottolineare che i numeri riportati non si riferiscono agli Hate Speech, ma al totale dei post che parlano di queste minoranze.

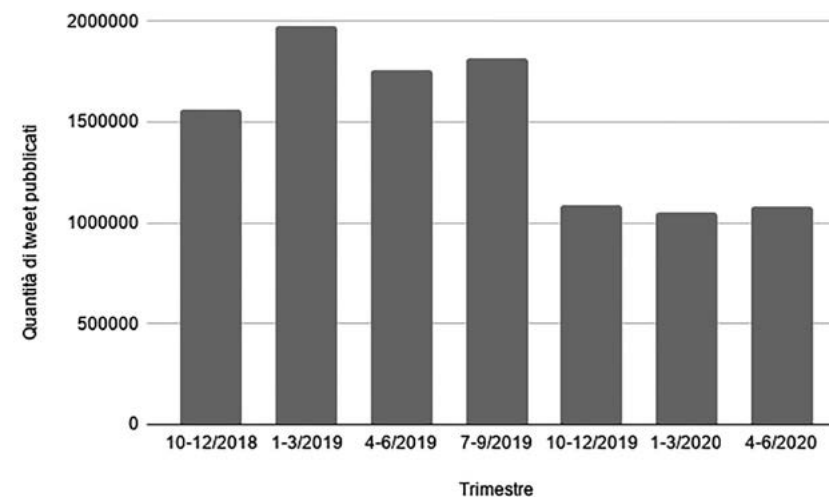


Figura 2: la distribuzione dei contenuti rivolti a minoranze etniche, religiose e rom tra ottobre 2018 e giugno 2020.

Un primo aspetto importante da osservare è la presenza di due gruppi omogenei tra loro. Il primo, che va ottobre del 2018 a settembre del 2019, è contraddistinto da una quantità di testi che supera sempre il milione e mezzo. Invece, nei tre trimestri successivi, c'è stato un importante calo di contenuti rivolto a minoranze etniche, religiose o persone rom. Come interpretare questo cambiamento? Innanzitutto bisogna tenere conto del possibile effetto provocato da un cambiamento della scena politica, che potrebbe aver determinato un calo dell'attenzione su questo argomento. Inoltre, la pandemia che ha attraversato il mondo ha probabilmente monopolizzato il dibattito pubblico per diversi mesi del 2020. Questa spiegazione relativa al calo di contenuti rivolti alle tre minoranze oggetto della ricerca deve però avere una corrispondenza nell'analisi più approfondita dei dati. Fortunatamente, la piattaforma offre all'utente un modo intuitivo per esplorare le relazioni tra il volume di contenuti pubblicati su Twitter e il verificarsi di alcuni eventi. Infatti, è possibile cercare i termini maggiormente ricorrenti all'interno dei tweet raccolti in un determinato lasso di tempo. Una delle interfacce del sito mostra un grafico a barre con le parole più ricorrenti nell'intero corpus o quelle che troviamo più di frequente in testi che veicolano Hate Speech. Inoltre, è anche possibile visualizzare la rete di termini che occorrono maggiormente insieme a una determinata parola.

La Figura 3 mostra la distribuzione dei termini più utilizzati all'interno di Hate Speech il 29 giugno del 2019, durante il quale si stava consumando la polemica attorno alla nave Seawatch 3.

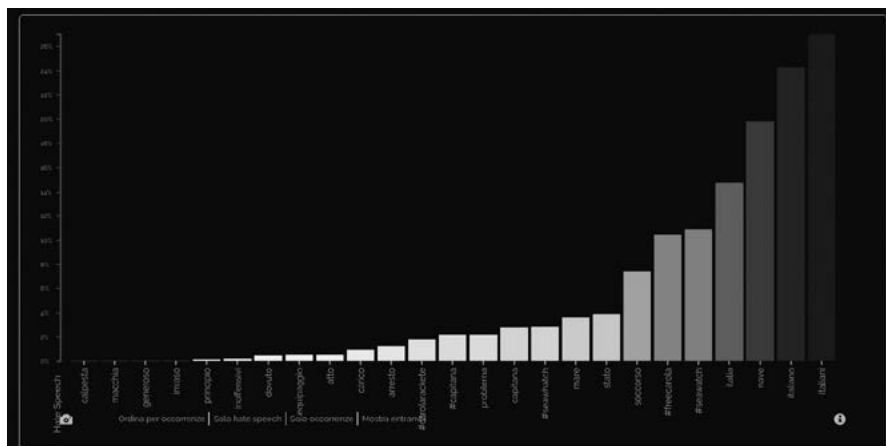


Figura 3: l'interfaccia che mostra le parole più ricorrenti all'interno di tweet con Hate Speech

La Figura 4, invece, è un esempio di rete di co-occorrenze relativa alla parola "nave". Il contorno colorato di rosso attorno ai termini indica la quantità di volte in cui le due parole compaiono insieme all'interno di un Hate Speech.

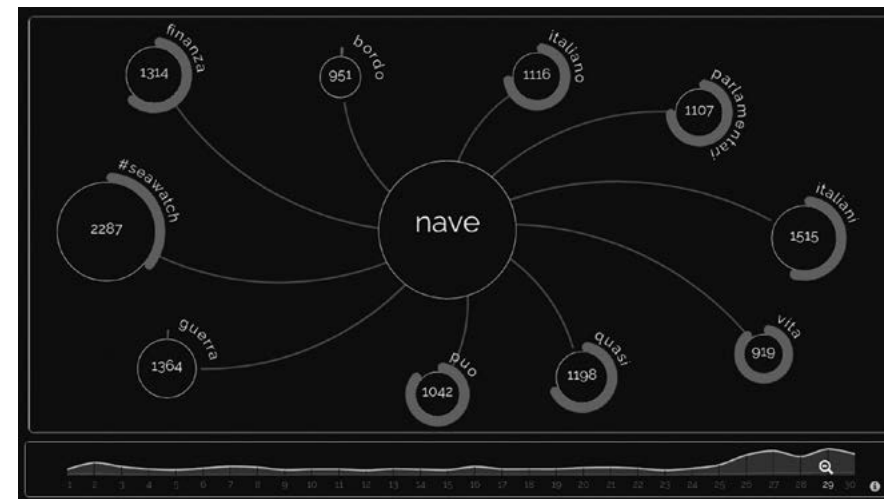


Figura 4: un grafico delle co-occorrenze tra parole all'interno dello stesso messaggio.

Sebbene questi strumenti di visualizzazione possano essere utili a vedere correlazioni tra il lessico e i fatti di attualità, è necessario elaborare metodologie di analisi automatica del linguaggio più affidabili per trovare le parole necessarie a individuare gli eventi trigger dello Hate Speech.

Per questo motivo abbiamo calcolato il weirdness index (Ahmad et al. 1999; Florio et al. 2020), ossia una misura delle parole allo stesso tempo più caratteristiche e più frequenti presenti in uno specifico corpus di testi.

Nella tabella sottostante sono state raccolti i termini

2018/10-2018/12	2019/1-2019/3	2019/4-2019/6	2019/7-2019/9
clandestin* irregolar* rimpatriare #profughi politico-mafioso lucrare #immigrati barconi fraudolento #rifugiati #accoglienza astronave gommoni cpr #migranti	globalcompact irregolari #clandestin* lucrare #sbarchi rimpatriare incontrollati #profughi astenuta sorvegliati #immigrati barconi clandestinamente gommoni barchette	rregolar* #clandestin* rimpatriare rispedisce lucrare #sbarchi clandestinamente tagliagole sbarcare sbarchi #accoglienza gommoni #immigrati barchini barconi	iimpediremo giorno #barconi irregolari #italianversion #sbarchi #clandestini #profughi #rockcover #immigration #refugees rimpatriare lucrano #invasione #toto
2019/10-2019/12	2020/17-2020/3	2020/4-2020/6	
irregolari #clandestini disgraziate psicotici clericale #sbarchi #profughi #invasione rimpatriare clandestinamente #immigrati sbarcheranno #rifugiati barconi respingimenti	mega-hub bomba-africa irregolari #sbarchi rimpatriare #clandestini #terroristi #invasione #immigrati gommoni barchini sbarcheranno barconi #accoglienza lucrano	finanzio irregolari #clandestini #profughi #sbarchi rimpatriare #immigrati gommoni barchini rispediti barconi intrecci espelle accoglienza #migranti	

Nella tabella sono state raccolti i 15 termini con il più alto weirdness index per ogni trimestre. Da una lettura di questi risultati è possibile notare come alcune parole siano ricorrenti (e.g.: clandestini, irregolari, rimpatriare). Altre invece sono specifiche di alcuni intervalli di tempo specifici. Tra queste ad esempio “Globalcompact” fa riferimento alla polemica ingenerata attorno al documento dell’ONU che prevede la condivisione tra gli Stati membri di linee guida comuni per affrontare il fenomeno dell’immigrazione. Ancora, il verbo “lucrare” appare in modo consistente durante i primi nove mesi di raccolta dei dati per poi diventare meno caratteristico, probabilmente a causa dell’affievolirsi della narrativa secondo cui alcune ONG si fossero arricchite grazie all’immigrazione. Infine, è importante sottolineare come, grazie al weirdness index, sia possibile notare la presenza costante di parole di polarità neutra ma che in determinati contesti possono assumerne una specifica: ad esempio la parola “barconi”, che ha un valore neutro se usata in altri contesti, ma che all’interno del dibattito sull’immigrazione assume un significato chiaramente negativo.

**Marco Stranisci** è dottorando presso il Dipartimento di Informatica dell’Università di Torino e Project Manager delle attività di ricerca per il progetto “Be Positive!”.

**Cristina Bosco** è ricercatrice universitaria presso il Dipartimento di Informatica dell’Università di Torino.

**Viviana Patti** è professoressa associata presso il Dipartimento di Informatica dell’Università di Torino, membro del comitato scientifico e del comitato esecutivo del Center for Logic, Language and Cognition.

**Giancarlo Ruffo** è professore associato del Dipartimento di Informatica dell’Università di Torino.

## BIBLIOGRAFIA

Aiello, L.M., Deplano, M., Schifanella, R., Ruffo, G., (2012). People are Strange when you're a Stranger: Impact and Influence of Bots on Social Networks, in Proc. of the 6th Intern. AAAI Conf. on Weblogs and Social Media (ICWSM'12), Dublin, Ireland.

Ahmad, K., Gillam, L., & Tostevin, L. (1999). University of surrey participation in trec8: Weirdness indexing for logical document extrapolation and retrieval (wilder). In TREC (pp. 1-8).

Allcott, H., Gentzkow, M., (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2), p. 211-236.

Butler, A.C., Fazio, L.K., Marsh, E.J., (2011). The hypercorrection effect persists over a week, but high-confidence errors return. *Psychon Bull Rev.* 18(6), p. 238-244.

Florio, K., Basile, V., Polignano, M., Basile, P., & Patti, V. (2020). Time of your hate: The challenge of time in hate speech detection on social media. *Applied Sciences*, 10(12), 4180.

Friggeri, A., Adamic, L., Eckles, D., Cheng, J., (2014). Rumor Cascades, in Proc. of 8th int. AAAI conf. on weblogs and and social media (ICWSM).

Lazer, D.M.J., et al., (9 Mar 2018). The science of fake news, *Science*, p. 1094-1096.

Lewandowsky, S., et al., (2012). Misinformation and Its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing, *Psychological Science in the Public Interest*, 13(3), p.106-131.

Saiful Islam, et al., (7 Oct 2020). COVID-19-Related Infodemic and Its Impact on Public Health: A Global Social Media Analysis, *The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*, [Volume 103, Issue 4](#), p. 1621 - 1629.

Sanguinetti, M., Poletto, F., Bosco, C., Patti, V., & Stranisci, M. (2018). An italian twitter corpus of hate speech against immigrants. In *Proceedings of the Eleventh International Conference on Language Resources and Evaluation (LREC 2018)*.

Shao, C., Ciampaglia, G.L., Varol, O., Yang K.C., Flammini A., Menczer F., (2018). The spread of low-credibility content by social bots. *Nature Communication* 9, 4787.

Shao, C., Hui, P.M., Wang, L., Jiang, X., Flammini, A., Menczer, F., (2018). Anatomy of an online misinformation network. *PLoS ONE* 13(4):e0196087.

Stella, M., Ferrara, E., Di Domenico, M., (4 Dec 2018). Bots increase exposure to negative and inflammatory content in online social systems, *PNAS*, Vol. 115, no. 49, p. 12435-12440.

Tambuscio, M., Ruffo, G., (2019). Fact-checking strategies to limit urban legends spreading in a segregated society, in *Applied Network Science* 4:116, Springer.

Vosoughi, S., Roy, D., Aral, S., (9 Mar 2018). The spread of true and false news online, *Science*, p. 1146-1151.

# L'intersezione tra media education e hate speech.

## I futuri cittadini digitali crescono online

di **Alessandra Vitullo**

### I minori e l'odio online

Negli ultimi anni numerosi interventi didattici, formativi e progetti di ricerca (Ranieri 2016, Vitullo 2019) si stanno dedicando alla prevenzione e al contrasto dei discorsi d'odio online, con l'obiettivo di implementare le capacità critiche dei minori che navigano in rete e formare futuri cittadini digitali in grado di distinguere le news dalle fake news, di comunicare correttamente ed efficacemente online, evitando di produrre contenuti offensivi e violenti. Narrare, contro-narrare, analizzare e decostruire i linguaggi d'odio sono gli esercizi in cui maggiormente si cimentano in classe alunni, insegnanti, educatori, formatori e ricercatori, muovendosi in un ambiente – quello virtuale – in costante mutamento e che rende, quindi, difficile la standardizzazione di modelli educativi di lunga durata.

L'hate speech è di fatto diventato un'esperienza comune tra i minori che navigano in rete, lo ha evidenziato anche un recente studio EU Kids Online, condotto tra il 2017-2018 in diversi Paesi europei e che ha visto coinvolta l'Italia con un campione rappresentativo di 1006 ragazzi e ragazze tra i 9 e i 17 anni (Mascheroni e Olafsson 2018)<sup>20</sup>. Il 31% degli intervistati tra gli 11 e i 17 anni ha, infatti, affermato di aver visto messaggi d'odio online e tra questi è la fascia tra i 15 e i 17 anni ad essere più colpita, con il 41% dei ragazzi che afferma di aver visto commenti offensivi in rete nell'ultimo anno. L'esperienza dell'hate speech cresce, dunque, con l'aumentare dell'età e della presenza dei giovani in rete. Il 4% del campione intervistato, ha inoltre detto di aver cercato "intenzionalmente siti e contenuti razzisti, che incitano alla discriminazione e all'odio contro certi individui o gruppi etnici e religiosi" ed anche in questo caso la percentuale più alta è quella dei ragazzi tra i 15 e i 17 anni (6%). In totale, il 58% dei minori che ha visto questi messaggi online afferma di non aver fatto nulla in risposta.

<sup>20</sup> <https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/eu-kids-online/reports/EU-Kids-Online-Italy-report-06-2018.pdf>

Quando si parla, invece, di violenza esercitata o subita in prima persona, il report rivela che il 6% del campione è stato vittima di “azioni offensive e cattive” sul web. Più nel dettaglio il 5% dei ragazzi tra i 9 e i 17 anni dichiara di aver ricevuto messaggi offensivi, mentre il 2% ha visto circolare messaggi offensivi nei propri confronti in luoghi dove altri utenti potevano vederli. Il 9% dei ragazzi intervistati ammette, invece, di essere stato autore di azioni offensive online e la percentuale è più alta fra i ragazzi di 13 e 14 anni (16%).

Più nello specifico quando si parla di odio e discriminazione virtuale tra coetanei, ovvero di “cyberbullismo”: il 19% del campione afferma di aver assistito a episodi di bullismo su internet nell’ultimo anno. Anche qui la probabilità di essere testimoni di atti di bullismo è minore nella fascia di età più giovane: hanno assistito ad atti di bullismo il 4% dei bambini di 9 e 10 anni, a il 24% dei ragazzi di 13 e 14 anni e il 22% di quelli di 15-17 anni.

Circa la metà, ossia il 49% dei ragazzi che sono stati testimoni di episodi di cyberbullismo dichiara di aver cercato di aiutare la vittima, mentre il 50% non ha fatto nulla, e l’1% ha incoraggiato i ‘bulli’.

La percentuale di chi ha contribuito a diffondere i commenti offensivi è più alta della media fra i ragazzi di 13 e 14 anni (4%), mentre cercare di aiutare la vittima è invece un comportamento più comune tra i ragazzi di 11 e 12 anni (64%). Meno della metà dei ragazzi che ha assistito a episodi di cyberbullismo si è dichiarata “molto” (16%) o “abbastanza” (25%) preoccupata per la vittima, mentre il 54% afferma di essersi “preoccupato un po’” e il 5% di non essersi preoccupato affatto.

Per chi studia come e dove si manifestano i discorsi d’odio sul web, un’ulteriore sfida è rappresentata proprio dall’intercettare le forme e i canali attraverso cui questi discorsi vengono veicolati tra gli adolescenti. In Italia, negli anni più recenti, numerosi studi si sono concentrati soprattutto sull’analisi dei tweet (Contro l’odio 2018; Mappa dell’intolleranza 2018; 2019) e dei post di Facebook (Barometro dell’odio 2018; 2019; 2020), ma è ormai evidente come queste piattaforme siano state abbandonate dai più giovani nel tentativo di scappare dal controllo dei genitori, che invece vi erano appena approdati (Hamid et al. 2015). Gli adolescenti si sono, quindi, rifugiati su YouTube, Instagram (Anderson & Jiang 2018), sull’ancor più recente Tik Tok, o nella messaggistica privata di WhatsApp. Tuttavia, per quanto riguar-

da i primi tre social network, qui i ragazzi comunicano attraverso immagini, hashtag, o brevi video, che difficilmente si prestano a strumenti di analisi del testo, o allo studio di un’articolata discorsività. Per quanto riguarda, invece, le applicazioni di messaggistica privata, come WhatsApp, l’accesso su queste piattaforme per studiarne i tipi di comunicazione è ovviamente limitato.

Nell’attesa che ulteriori studi approfondiscano maggiormente le relazioni tra minori e discorsi d’odio, i dati finora a disposizione (Amnesty 2020) ricostruiscono un quadro che vede gli adolescenti in prevalenza nel ruolo di testimoni dei discorsi d’odio, più che di autori o antagonisti, e che, al contrario, il fenomeno sia particolarmente diffuso tra gli adulti, a volte proprio tra i loro stessi genitori<sup>21</sup>.

Anche se quest’ultima considerazione rende ancora più evidente l’esigenza di formulare proposte valide ed efficaci che impediscano la crescita di futuri hater, quello che si tenterà di fare nei prossimi paragrafi non sarà la costruzione di un toolkit per il contrasto all’hate speech, quanto piuttosto di ampliare le prospettive dalle quali approcciare il problema per prevenirlo, cercando di restituire la complessità degli strati che lo compongono e sottolineando che la lotta all’odio online parte proprio dai più giovani e dai cambiamenti strutturali del rapporto tra l’istruzione, le risorse e le competenze digitali, che vengono loro offerte.

### ***Dal possesso all’utilizzo delle risorse digitali***

In realtà, i numeri appena presentati mostrano solo la punta dell’iceberg di una problematica, quella dell’hate speech online, alla cui base risiedono e si sedimentano una serie di problematiche che intersecano la vita online e offline degli individui, ovvero quella sfera della vita che il filosofo Luciano Floridi (2015) ha definito onlife. Complessità che diventano ancora più articolate quando si parla di minori. L’istruzione, l’accesso alle e il possesso delle risorse strumentali, lo sviluppo delle competenze digitali e il supporto genitoriale nell’uso delle tecnologie, sono solo alcuni dei temi, sicuramente tra i più rilevanti, che devono essere tenuti in considerazione quando si entra in classe a parlare di odio virtuale.

<sup>21</sup> A riguardo si veda il progetto della Fondazione Bruno Kessler: DICO DI NO, Discorsi d’odio e culture giovanili online <https://books.fbk.eu/publicazioni/titoli/dico-di-no/>



Il periodo di lockdown vissuto durante l'epidemia del Covid-19 è stata un'occasione per risollevare alcuni di questi nodi, partendo dall'annosa questione del digital divide del nostro paese e finendo col mettere l'accento su un problema a questo complementare, ma non meno importante, ovvero sulla mancanza di competenze digitali degli studenti. Mentre, infatti, da diversi anni si discute su come intervenire per colmare le lacune economiche ed infrastrutturali che impediscono l'azzeramento del divario digitale in Italia, ancora non sufficientemente esteso è il dibattito che riguarda il livello di alfabetizzazione digitale del nostro Paese.

Nel parlare di adolescenti e linguaggi d'odio online, questo breve saggio tenterà, invece, di dimostrare come sia impossibile non soffermarsi proprio su quest'ultimo aspetto, pur premettendo che le pari opportunità di accesso restano la condizione senza la quale non si potrebbe continuare a parlare di competenze digitali.

Il report "L'impatto del Coronavirus sulla povertà educativa", pubblicato da Save the Children<sup>22</sup> a maggio del 2020 e che ha raccolto dati su un campione di oltre 1.000 bambini e ragazzi tra gli 8 e i 17 anni e i loro genitori, si legge, infatti, che: "il 12,3% dei 6-17enni, nel 2019, vive in abitazioni prive di dispositivi quali computer o tablet (850 mila in termini assoluti), percentuale che raggiunge quasi il 20% nel Mezzogiorno; e che solo il 30,2% dei ragazzi che erano impegnati nella didattica a distanza presentavano competenze digitali alte, mentre due terzi hanno competenze basse o di base, e il 3% nessuna".

Ragazzi che non possiedono risorse digitali avranno sicuramente spazi più limitati da dedicare all'apprendimento. Ma ugualmente, ragazzi che pur disponendo di tecnologie non hanno le competenze adeguate per utilizzarle, non saranno in grado di coglierne a pieno i benefici, anzi, al contrario, nel caso di internet, saranno più esposti agli effetti negativi (Hargittai & Hinnant, 2008; Van Deursen e Van Dijk, 2014). Tra questi sicuramente l'incapacità di districarsi nel flusso della comunicazione digitale e di sviluppare, quindi, le giuste competenze critiche necessarie alla selezione dei contenuti, come fake news e linguaggi d'odio (Jones-Jang et al. 2019). In questo contesto è allarmante la ricerca condotta dall'associazione Moige<sup>23</sup>, che intervistando

<sup>22</sup> Si veda: <https://www.savethechildren.it/cosa-facciamo/pubblicazioni/impatto-del-coronavirus-sulla-poverta-educativa>

<sup>23</sup> <https://www.moige.it/indagine/7313884/>

2.500 ragazzi italiani al di sotto dei 22 anni, ha di fatto rilevato che un ragazzo su due ha creduto almeno una volta ad una fake news sui social media, e che solo il 18% ha l'abitudine di verificare le fonti.

Negli ultimi anni, una vasta letteratura è stata dedicata proprio ai benefici recati dall'acquisizione di competenze digitali e di conseguenza agli svantaggi che comporta non averne (Sparks 2013; Van Dijk 2005; Witte & Mannon 2010). La media education ed in particolare la corretta fruizione e produzione di contenuti online, soprattutto tra i più giovani, sono temi centrali anche delle politiche della Comunità Europea, che, nel 2017, ha pubblicato il DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens<sup>24</sup> un documento che ha l'obiettivo di standardizzare le competenze digitali e di uniformare gli strumenti per acquisirle. Chiaramente per poter efficacemente seguire la strada indicata dall'Europa è necessario fare i conti con il contesto sociale dentro cui determinate linee guida si calano, in questo caso con quello che è lo "stato dell'arte" della digitalizzazione degli adolescenti italiani.

In questo contesto è sempre lo studio di EU Kids Online a dirci che lo smartphone è oggi il principale strumento con il quale i ragazzi accedono a internet: utilizzato quotidianamente dall'84% dei ragazzi per navigare; mentre il 42% usa quotidianamente un computer. Meno frequente l'uso di tablet, con solo il 20%. Le attività che i ragazzi svolgono normalmente online sono quelle relative alla comunicazione e all'intrattenimento: il 77% dei ragazzi tra i 9 e i 17 anni usa internet tutti i giorni per comunicare con amici e familiari, poco più della metà guarda video online e visita quotidianamente il proprio profilo sui social media. Continuando a scorrere il report si legge che "contrariamente al mito dei 'nativi digitali', i ragazzi non imparano automaticamente e naturalmente a usare le nuove tecnologie. Al contrario, non hanno competenze cruciali come le competenze critiche e quelle creative". Si conferma, dunque, il trend negativo già visto in precedenza. Il report ribadisce, infatti, che solo il 42% degli intervistati ritiene facile verificare se le informazioni trovate online siano vere o meno.

A questo proposito, numerosi studi hanno dimostrato come le scarse competenze digitali si associno spesso ad un uso esclusivo dello smartphone, che indurrebbe a una minore frequenza di usi attivi e capital-enhancing<sup>25</sup> del

<sup>24</sup> DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens [https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC106281/web-digcomp2.1pdf\\_\(online\).pdf](https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC106281/web-digcomp2.1pdf_(online).pdf)

<sup>25</sup> Per un'ampia definizione di capital-enhancing si rimanda alla lettura del paragrafo successivo: Digital Inequality, dalle disuguaglianze offline a quelle online e di ritorno.

web<sup>26</sup>. La letteratura esistente ha evidenziato la specificità delle possibilità di azione offerte da ciascun dispositivo con cui si accede alla rete (Marler 2018) ed in particolare, lo smartphone differisce da altri dispositivi per la minore ampiezza e complessità delle operazioni che consente di portare a termine, con possibili ripercussioni negative sulle abilità degli utenti e i loro stili d'uso di internet (Correa et al. 2018). Ad esempio, coloro che utilizzano esclusivamente, o quasi, lo smartphone sviluppano uno spettro ridotto di attività rispetto a coloro che accedono ad internet anche tramite il computer (Correa et al. 2018). In sostanza ragazzi che fanno un uso esclusivo, o privilegiato, dello smartphone per accedere alla rete, acquisiranno meno abilità tecniche, creative, critiche e benefici, di chi invece accede alla navigazione da una varietà di dispositivi (Park 2015).

Oltre alla eterogeneità dei dispositivi di accesso alla rete, le ricerche hanno dimostrato anche che le competenze digitali dei minori migliorano di molto quando esiste un lavoro di supporto e di accompagnamento dei genitori nell'approccio agli strumenti digitali e con l'aumentare della familiarità che questi ultimi hanno con le tecnologie (Chen & Shi, 2019; Strouse et al. 2013). A questo proposito, però, i dati del Digital Economy and Society Index (DESI), ossia le informazioni riguardanti l'accesso e le competenze digitali degli italiani adulti,<sup>27</sup> non sono incoraggianti e sembrerebbero indicare che gli adolescenti non possano fare affidamento sugli adulti per l'ampliamento delle proprie abilità digitali. Lo studio promosso dalla Commissione Europea, sottolinea, infatti, che nonostante quasi tutti gli italiani tra i 18 e i 74 anni abbiano gli strumenti adatti per sfruttare le potenzialità offerte dalle nuove tecnologie e dalla rete, essi possiedono in realtà competenze digitali di molto inferiori rispetto alla media europea<sup>28</sup>. Nel 2019 l'Italia occupava, infatti, la ventiquattresima posizione su 28 Stati membri<sup>29</sup>. Nello stesso anno l'Istat<sup>30</sup> ha dimostrato di fatto che il dispositivo maggiormente utilizzato per accedere alla rete, da 9 italiani su 10, è, come per i minori, lo smartphone.

<sup>26</sup> Per un approfondimento, si rimanda alla ricerca del Centro Benessere Digitale, effettuata su un campione di adolescenti lombardi: L'età dello smartphone. Un'analisi dei predittori sociali dell'età di accesso al primo smartphone personale e delle sue possibili conseguenze nel tempo [www.benesseredigitale.eu/pubblicazioni](http://www.benesseredigitale.eu/pubblicazioni)

<sup>27</sup> Digital Economy Index <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi>

<sup>28</sup> Si veda <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi>

<sup>29</sup> Nel 2020 l'Italia è scesa ulteriormente alla 25esima posizione.

<sup>30</sup> Si veda <https://www.istat.it/it/files/2019/12/Cittadini-e-ICT-2019.pdf>

Altre ricerche sottolineano, inoltre, che l'utilizzo unico dello smartphone è più comune tra le fasce più svantaggiate della popolazione, che possiedono un livello di istruzione inferiore e che presentano scarse competenze digitali di tipo operativo, necessarie a svolgere varie attività sui dispositivi (Marler 2018). È proprio quest'ultimo dato a indicare, infine, la connessione più strutturale e certamente più ovvia tra istruzione, competenze digitali e capacità di informarsi e comunicare in rete. La varietà di tecnologie possedute e le minori o maggiori capacità che si hanno nel gestirle dipendono fortemente anche dal livello di istruzione dell'individuo che ne dispone.

Se gli effetti di una scarsa educazione risultano più evidenti e immediati offline, nelle società in cui quasi tutti possono essere online dietro lo schermo di un cellulare a basso costo le stesse dinamiche si riproducono virtualmente, ampliando però in maniera incontrollata le loro conseguenze. Nell'offline un'istruzione carente conduce spesso a comunicazioni scorrette, o all'incapacità di comprendere a pieno dei complessi contesti comunicativi, ugualmente nell'online una scarsa alfabetizzazione, influisce sulle capacità di fruire e produrre contenuti appropriati in rete.

### ***Dalle disegualianze offline a quelle online e di ritorno***

Nel 2019, il report pubblicato dall'associazione Parole O\_Stili<sup>31</sup>, evidenzia un ampio legame esistente tra il livello d'istruzione degli intervistati e la percezione che questi hanno della gravità dei discorsi d'odio online: sono infatti le persone laureate le più allarmate riguardo alla problematica, mentre chi non supera il titolo della licenza media percepisce minore violenza nelle comunicazioni. Anche l'età incide sulla percezione – prosegue il report: “sono le generazioni più anziane a mostrare maggiori segni di preoccupazione e sfiducia riguardo ai toni aggressivi frequenti nelle conversazioni. I ‘millennials’ che comunicano quasi esclusivamente via social percepiscono poco il problema”. Altri studi hanno, inoltre, sottolineato che acquisendo maggiori competenze digitali le persone dimostrano anche maggiore scetticismo nei confronti dei messaggi diffusi dai media (Jeong et al., 2012), in particolare per quanto riguarda quelli diffusi sui social media, in quest'ultimo caso, il divario tra utenti istruiti e non, cresce enormemente (Afassinou 2014).

<sup>31</sup> Odio e falsità in rete <https://paroleostili.it/ricerche/odio-e-falsita-in-rete-la-percezione-dei-cittadini-a-distanza-di-due-anni/>

“We hypothesize that, in the long run, education will be a strong predictor of the use of the Internet for the enhancement of human capital, the development of social capital, and political participation” (DiMaggio & Hargittai 2001). È un auspicio che arriva da lontano quello dei due autori, da quando, nel 2001, le ricerche sulle disuguaglianze digitali cominciarono a prendere piede. Per capitale umano si intendono tutte quelle attività che hanno l’obiettivo di ampliare i benefici sociali, culturali, economici, che un utente può trarre dalla navigazione online. Le domande di ricerca legate alla disuguaglianza digitale derivano proprio dall’osservazione di quali fattori sociali, culturali ed economici, portino a un uso differenziato di internet e di conseguenza quali differenze anche a livello di benefici si possono trarre dalla navigazione (Sparks 2013; Van Dijk 2005; Witte & Mannon 2010).

Questi studi hanno ormai messo in evidenza le relazioni tra le condizioni sociali relative a genere, età, istruzione, etnia, o reddito, con le risorse necessarie per beneficiare dell’uso di internet nella propria vita, scoprendo che, anche se internet è largamente diffuso, in molti casi può favorire la crescita di disuguaglianze già esistenti offline. Ricerche in questo campo hanno dimostrato che i principali problemi di disuguaglianza relative alle nuove tecnologie dell’informazione e della comunicazione (da ora in avanti TIC) sono legati anche alle competenze digitali (Van Deursen & Van Dijk, 2014) e ai contesti socio-culturali in cui le TIC si calano (Helsper et al. 2015).

La ricerca recente mostra quanto a minori risorse culturali si associno minori competenze digitali. In particolare a parità di risorse strumentali, giovani provenienti da famiglie con genitori con un basso titolo di studio dispongono in media di un minor bagaglio di competenze digitali rispetto ai loro coetanei con genitori laureati.

Altre ricerche hanno evidenziato, inoltre, la correlazione positiva tra il rendimento scolastico dei ragazzi e le loro competenze digitali (Gui, Gerosa, Vitullo, Losi 2020) e come chi dispone di maggiori competenze saprà fare anche un utilizzo più proficuo della rete, ricavando dall’online dei benefici tangibili in termini di accesso a una migliore istruzione, a migliori posizioni lavorative, ma anche vantaggi in termini di salute e di ampliamento degli spazi di partecipazione democratica e sociale (DiMaggio & Hargittai 2001). Oltre a confermare che contesti educativi poveri offline impediscono un utilizzo adeguato delle risorse digitali, gli studi sulle disuguaglianze digitali ci

dicono qualcosa di più, ovvero che le scarse competenze critiche online – che inevitabilmente favoriscono anche la diffusione di discorsi d’odio e fake news – non danneggiano solo la vittima della comunicazione offensiva, ma anche l’autore stesso. Questo, infatti, avendo capacità limitate per sfruttare le potenzialità offerte dal web, reitererà online comportamenti poco virtuosi che gli faranno accumulare ulteriore svantaggio rispetto a chi, partendo da un contesto educativo migliore, saprà arricchire il proprio capitale umano sfruttando a pieno i benefici di una navigazione consapevole.

### ***L’educazione civica digitale a scuola: un’opportunità da non mancare***

Se le visioni più ottimistiche sono abituate a intendere le TIC come delle risorse utili allo sviluppo personale, negli ultimi anni, la realtà ci ha obbligato a fare i conti con i contesti sociali e culturali all’interno dei quali le tecnologie si inseriscono e gli effetti collaterali derivanti da una loro inadeguata gestione - e i discorsi d’odio rientrano sicuramente tra questi effetti. Quello che si è tentato di formulare in queste pagine è una riflessione che evidenzia come il contrasto ai fenomeni d’odio online tra i più giovani debba essere un intervento che parta da più lontano e che non può limitarsi a progetti spot nelle classi, che finiscono col curare temporaneamente i sintomi e non la causa del problema.

Una società digitale realmente inclusiva per tutti, infatti, deve tener conto anche di un’alfabetizzazione digitale che passi attraverso incentivi per la qualità dell’istruzione e della formazione in generale, policy di supporto alle famiglie che risultano maggiormente in affanno nel seguire la piena crescita e lo sviluppo armonioso del nucleo familiare, e tutti quei provvedimenti necessari per consentire anche a chi risulta più in difficoltà di apprendere e utilizzare tutte le risorse delle TIC.

Per contrastare la diffusione dei discorsi d’odio fin dalle più giovani generazioni, sono necessarie quindi politiche parallele a quelle indirizzate alla mera erogazione di TIC, che vadano a colmare le lacune riguardo l’uso responsabile e critico di queste ultime da parte di studenti e familiari. La scuola è sicuramente uno di quei luoghi in cui questo spazio può essere ricavato, e la recente introduzione dell’educazione civica, che presenta anche una parte specifica sull’educazione civica digitale, è sicuramente un’importante opportunità in questo senso.

“A studentesse e studenti saranno dati gli strumenti per utilizzare consapevolmente e responsabilmente i nuovi mezzi di comunicazione e gli strumenti digitali. In un’ottica di sviluppo del pensiero critico, sensibilizzazione rispetto ai possibili rischi connessi all’uso dei social media e alla navigazione in Rete, contrasto del linguaggio dell’odio.”<sup>32</sup> È quello che si legge nelle linee guida del Ministero dell’Istruzione, per quanto riguarda l’introduzione dell’educazione civica digitale a scuola. Le competenze tecniche, sulle quali si era quasi esclusivamente focalizzata l’attenzione della scuola negli scorsi decenni, sembrano finalmente aver dato il giusto spazio anche alle competenze critiche, e tra gli obiettivi di queste ultime il contrasto dei linguaggi d’odio è esplicitamente menzionato.

In una scuola che nell’ultimo anno ha fatto un obbligato scatto in avanti in termini di abilità tecniche e informatiche, spetta ora il compito di confermare il punto di riferimento anche per l’erogazione di conoscenze utili agli studenti per orientarsi in questo mondo virtuale in costante mutamento. Un ruolo che la scuola, come la famiglia, hanno sempre svolto nella dimensione offline e che ormai non possono più esimersi di ricoprire anche online.

**Alessandra Vitullo** è assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale dell’Università degli Studi di Milano - Bicocca ed è membro della Rete nazionale per il contrasto ai discorsi e ai fenomeni d’odio.

<sup>32</sup> Si veda <https://www.miur.gov.it/web/guest/-/inviata-alle-scuole-le-linee-guida-per-l-insegnamento-dell-educazione-civica-azzolina-studio-della-costituzione-sviluppo-sostenibile-cittadinanza-digi>

## BIBLIOGRAFIA

Amnesty International Italy (2020), Barometro dell’Odio – Sessismo da tastiera <https://www.amnesty.it/barometro-delloodio-sessismo-da-tastiera/#sintesi>

Amnesty International Italy (2019), Barometro dell’Odio – Elezioni Europee 2019. <https://www.amnesty.it/cosa-facciamo/elezioni-europee/>

Afassinou, K. (2014). Analysis of the impact of education rate on the rumor spreading mechanism. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 414, p.43-52.

Anderson, M., Jiang, J. (2018). Teens, social media & technology 2018. Pew Research Center, 31, 2018.

Contro L’odio (2018) <https://controlodio.it/progetto/>

Chen, L., Shi, J. (2019). Reducing harm from media: a meta-analysis of parental mediation. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(1), p. 173-193.

Correa, T., Pavez, I., Contreras, J. (2018). Digital inclusion through mobile phones?: A comparison between mobile-only and computer users in internet access, skills and use. *Information, Communication & Society*, p. 1-18.

DiMaggio, P., Hargittai, E. (2001). From the ‘digital divide’ to ‘digital inequality’: Studying Internet use as penetration increases. Princeton: Center for Arts and Cultural Policy Studies, Woodrow Wilson School, Princeton University, 4(1), 4-2.

Floridi, L. (2015), *The onlife manifesto: Being human in a hyperconnected era*, Springer Nature.

Gui M., Gerosa T., Vitullo A., Losi L. (2020), L’età dello smartphone. Un’analisi dei predittori sociali dell’età di accesso al primo smartphone personale e delle sue possibili conseguenze nel tempo, Report del Centro di ricerca Benessere Digitale, Università di Milano Bicocca, URL [www.benesseredigitale.it/publicazioni](http://www.benesseredigitale.it/publicazioni)

Hamid, N. A., Ishak, M. S., Yazam, S. S. N. M. (2015), Facebook, youtube and instagram: exploring their effects on undergraduate students’ personality traits, in *The Journal of Social Media in Society*, 4(2).

Helsper, E. J., Van Deursen, A. J., & Eynon, R. (2015). Tangible outcomes of Internet use: from digital skills to tangible outcomes project report.

Hargittai, E., Hinnant, A. (2008). Digital inequality: Differences in young adults’ use of the Internet. *Communication research*, 35(5), p. 602-621.

Jeong, S. H., Cho, H., Hwang, Y. (2012), Media literacy interventions: A meta-analytic review, in *Journal of Communication*, 62, p. 454-472.

Jones-Jang, S. M., Mortensen, T., Liu, J. (2019), Does media literacy help identification of fake news? Information literacy helps, but other literacies don't, in *American Behavioral Scientist*, 0002764219869406.

Marler, W. (2018), Mobile phones and inequality: Findings, trends, and future directions, in *New Media & Society*, 20(9), 3498-3520.

Mascheroni, G., Ólafsson, K., (2018). Accesso, usi, rischi e opportunità di internet per i ragazzi italiani. I risultati di EU Kids Online 2017. EU Kids Online e OssCom.

Park, Y. J. (2015), My whole world's in my palm! The second-level divide of teenagers' mobile use and skill, in *New Media & Society*, 17(6), 977-995.

Ranieri, M. (2016) ed. *Populism, media and education: Challenging discrimination in contemporary digital societies*. Routledge, 2016.

Sparks, C. (2013). What is the "digital divide" and why is it important?, in *Javnost – The Public*, 20, 27–46.

Strouse, G. A., O'Doherty, K., Troseth, G. L. (2013), Effective coviewing: Preschoolers' learning from video after a dialogic questioning intervention, in *Developmental psychology*, 49(12), 2368.

Van Deursen, A., Van Dijk, J. (2014), *Digital skills: Unlocking the information society*, New York, NY: Palgrave Macmillan.

Van Dijk, J. (2005), *The deepening divide: Inequality in the information society*, Thousand Oaks, CA: Sage.

Vitullo A. (2019), Radicalizzarsi online. Islamofobia e discorsi d'odio in rete, in (a cura di) Bombardieri, M., Giorda, M., Hejazi, S., *Capire l'Islam. Mito o realtà*, Morcelliana: Brescia, 2019.

VOX Diritti (2018), *La Mappa dell'intolleranza 2*, <http://www.voxdiritti.it/ecco-la-nuova-edizione-della-mappa-dellintolleranza/> (Web. Oct. 2018).

Witte, J. C., Mannon, S. E. (2010), *The Internet and social inequalities*, New York, NY: Routledge.

# I meme della diaspora maghrebina francofona: tra ironia e contestazione

di Michele Messina

La Francia è attualmente il pivot della riflessione riguardo al rapporto tra Occidente e Islam(ismo), a causa dei recenti e tragici eventi di cronaca, della storia e delle istituzioni del Paese, e della presenza di una minoranza musulmana radicata, che ha prodotto una seconda e una terza generazione<sup>33</sup>. Tale minoranza è costituita in larga misura, ma non unicamente, dalla diaspora maghrebina, cioè da Algerini, Marocchini e Tunisini che, emigrati in Francia in diversi momenti, ci si sono stabiliti definitivamente e vi hanno costruito le proprie famiglie. I più giovani di questa complessa comunità sono diventati degli «osservati speciali» negli ultimi anni. Come tutti i nativi digitali, usano internet e i social network. Questo dato, di per sé scontato e neutro, è stato oggetto di letture parziali a seconda degli orientamenti politici, rilevando (non erroneamente a dire il vero) l'effetto negativo del web, come spazio d'eccezione per la radicalizzazione religiosa, ma anche del razzismo e dell'islamofobia.

In questo articolo si cercherà, tuttavia, di presentare lo spazio online come un luogo di normalità, attraverso l'osservazione di un gruppo Facebook in cui si creano e scambiano meme.

Il gruppo studiato si chiama «Neurchi de memes maghrébins». «Neurchi» è il verlan (il gergo giovanile francese che si esprime attraverso l'inversione sillabica di alcune parole) di «chineur», cioè rigattiere, e oggi indica i gruppi su Facebook di scambio di meme tematici che si moltiplicano nell'ambiente online francofono (Deunf 2020). Come in un mercato dove il rigattiere compra e rivende articoli usati, così l'utente del social offre le proprie creazioni e condivide quelle altrui. In questo caso, i meme pubblicati sono accomunati da riferimenti al Maghreb e gli iscritti sono principalmente persone legate al Nord Africa occidentale e alla francofonia, essendo il francese la lingua veicolare del gruppo. L'uso di gruppi piuttosto che di pagine permette di creare una comunità, ordinabile secondo regole interne.

<sup>33</sup> Questo articolo è la rielaborazione della tesi di laurea "Religione e conflitti nei meme della diaspora maghrebina francofona" discussa il 25 Novembre 2020 presso l'Università degli Studi Roma Tre, relatore Professoressa Maria Chiara Giorda.

### Regole del gruppo create dagli amministratori

- 1 **Soyez sympas** ...  
Pas d'attaques personelles surtout si vous n'etes pas amis au prealables, ici on poste des memes, accessoirement on fait des debats, mais on ne s'insulte pas
- 2 **Faites un effort dans vos memes** ...  
Il faut que ca ait un minimum relation avec le theme maghrebin, on accepte meme les memes qui parlent en general du moyen-orient, et aussi pas de screenshot snapchat avec des emoticones partout. ah et aussi ne faites pas zucc le groupe, respectez la
- 3 **Soyez productifs** ...  
Les ouin-ouin dans les com du genre: "nul ce meme", "je me suis cru sur facemouk" alors que tu ne postes pas de meme te vaudras une sanction, si t'as une critique a faire passer, fais le avec un meme, pas en etant chiant au possible.
- 4 **Pas de tags sauvages** ...  
C'est déjà écrit dans les questions mais wallah on dirait que vous êtes illettrés, pas de tags sans ajout ou un truc du genre "jpp c tro nous" dans les commentaires ( dans les réponses aux commentaires, ça passe encore mais pas dans les commentaires)
- 5 **Tu bloques les admin/modos tu pars à Guantanamo** ...  
Réémigration à la frontière de NDMM et perte de nationalité pour les binationaux
- 6 **Ici la démocratie n'existe pas** ...  
Et si elle n'existe pas, ça veut dire que vos opinions politiques, on s'en contrebalance. Notre crédo is la dictature. Les clash gauchiste/faf sont sévèrement réprimandés car vous avez pas le droit à la parole.

(figura 1)

Le prescrizioni vengono delimitate con ironia e lasciano ampio margine di espressione, pur limitando gli atteggiamenti più violenti o maleducati. Insomma, si entra nel gruppo per passare del tempo libero online in serenità, evitando i toni astiosi che impregnano la comunicazione online.

Lo spazio virtuale che si viene a definire entro questi confini rappresenta un «third space», in cui le identità dei membri del gruppo sono manifestazioni di culture ibride. Gli iscritti che partecipano alla produzione creativa e alle discussioni che ne seguono sono capaci di elaborare un «disruptive flow of dissent» (Evolvi 2017, 223) per contrastare la narrazione dominante e la rappresentazione mediatica che veicola stereotipi (Ivi, 226-227). La ne-

goziazione dell'identità di questi individui risponde ad una battaglia per la visibilità e per il potere di essere rappresentati coerentemente con la percezione di sé (Pennington 2018, 632). Questo spazio online costituisce in definitiva un porto sicuro dalla marginalizzazione che gli individui possono incontrare nelle loro vite offline.

Questa dimensione non è necessariamente esplicitata nei numerosissimi post che vengono pubblicati ogni giorno. Gli iscritti condividono dei meme per divertirsi e ammantare di ironia l'attualità, la cultura francese e maghrebina, la storia, la politica e la religione. Questo atteggiamento ironico, tuttavia, è il perno della contestazione soft che si propaga da questo gruppo, rendendo un'attività quotidiana (scrollare il feed di Facebook in questo caso) un'occasione per dare un senso alle esperienze di ogni giorno, confrontandole e confermandole in uno spazio condiviso.

Far parte di un «Neurchi», condividere meme e commentare post non è una prerogativa unica dei giovani franco-maghrebini: moltissimi coetanei francesi de souche compiono ogni giorno le stesse identiche azioni. Questa sostanziale comunanza di pratiche dimostra un'integrazione nello spazio online. Il rischio di attacchi islamofobi o xenofobi rimane presente, la radicalizzazione religiosa è possibile, ma allo stesso tempo, Internet per i giovani della diaspora maghrebina è innanzitutto uno spazio su cui passare il proprio tempo libero, sviluppando nel mentre consapevolezza di sé e del mondo che li circonda.

Verranno presentati alcuni meme, selezionati in modo arbitrario tra gennaio e ottobre del 2020, di cui si tenterà un'analisi qualitativa per mettere in luce con degli esempi quanto affermato in precedenza.

I meme scelti sono creazioni originali, ma si è scelto di nascondere i nomi degli autori. Si sollevano, infatti, alcune problematiche dovute alla novità dell'argomento trattato, primo tra tutti il rispetto del diritto d'autore, a cui i meme sfuggono per costituzione, ma che rimane una questione aperta, i cui possibili sviluppi sono ignoti. In secondo luogo, la ricerca è avvenuta compiendo un'osservazione in incognito, il che spinge a interrogarsi sulla questione della privacy. La quantità di dati reperibili su singoli individui grazie a Facebook è immensa. Questi dati appaiono come pubblici, ma lo sono veramente?

I membri del gruppo «Neurchi de memes maghrébins» sono oltre 9000<sup>34</sup>,

<sup>34</sup> Novembre 2020

sono in crescita e hanno origini piuttosto diverse, anche se ad una prima osservazione sembrano prevalere due gruppi. Il primo è quello dei discendenti di immigrati maghrebini in Francia, che rappresenta il nocciolo duro del gruppo ed è l'audience di riferimento della maggior parte delle pubblicazioni. Il secondo grande gruppo sono gli algerini, i marocchini e i tunisini che posseggono un legame di prima mano con il Maghreb perché vi sono nati, cresciuti e vi risiedono, o sono solo recentemente immigrati in Francia, per esempio, per motivi di studio. Tutti i membri sembrano essere piuttosto giovani, approssimativamente in età universitaria.

Nel gruppo «Neurchi de memes maghrébins» preso in esame da questa ricerca, la maggior parte dei post, e delle interazioni sono in francese. Si osserva contemporaneamente l'uso frequente di parole in arabo (trascritte in caratteri sia latini che arabi), talvolta intere frasi, ma la lingua predominante resta quella francese.

Una terza lingua appare, anche se più timidamente, nei post del Neurchi: il berbero. Parlare di lingua berbera equivale ad aprire un vaso di Pandora in termini di problematicità storiche, culturali, e sociali. Ci si limiterà a rilevare che la situazione contemporanea della lingua in Maghreb consiste in un sistema tripolare, caratterizzato dalla presenza disomogenea delle parlate berbere, dialetti arabi e arabo letterario, e il francese. Queste lingue coesistono non solo a livello geografico, ma talvolta all'interno della stessa frase, (i fenomeni di switching sono piuttosto frequenti), e i relativi sistemi lessicali e grammaticali si sono durevolmente influenzati a vicenda (Manzano 2003). Il «meme»<sup>35</sup> (o «i meme», il plurale è invariabile come indica Lolli) è «tutto ciò che nella cultura si replica» (Lolli 2017, 19-21). Il termine è stato inventato nel 1976 da Richard Dawkins (Dawkins 1976) (Mazzoleni, Bracciale 2019). Una caratteristica della community di «Neurchi de memes maghrébins» è la polifonia: molteplici voci si incontrano e si scontrano, a testimonianza dell'esistenza di vissuti, traiettorie e modi di intendere l'identità molto diversi l'uno dall'altro.

Si può avanzare una suddivisione delle opinioni in due grandi gruppi, l'uno che vede nell'assimilazione ai valori e alla cultura della Metropoli qualcosa di naturale e positivo, l'altro che ritiene fondamentale la preservazione di un'identità distinta, attraverso la valorizzazione dell'Islam e l'interazione

<sup>35</sup> Pronuncia inglese /mi:m/, pronuncia italiana /'meme/.

sistematica con gli altri membri della diaspora. Non sembra trattarsi, tuttavia, di un conflitto tra una sezione integrata nella società francese e di una separatista. Si è, piuttosto, in presenza di una dialettica che si articola in un continuum tra una visione assimilazionista e una multiculturalista.

Questo dialogo è espresso nella figura 2, dove sono utilizzati il template di «Handsome Squidward» e di «Squidward Looking Out the Window». Il tema della cultura pop impiegato è quello di SpongeBob SquarePants, un cartone animato trasmesso dal 1999. Squidward (Squiddi nella traduzione italiana, Carlo in quella francese) è un polpo, di carattere scontroso e pessimista, amante dell'arte e della musica, che lavora nello stesso fast food di Spongebob, una spugna buona e ottimista, ma piuttosto semplice e ingenua, protagonista dello show. Squiddi cerca sempre di distinguersi da Spongebob e dal suo amico Patrik, una pigrissima stella marina, ma rimane coinvolto nelle disavventure dei due, che sono, però, sempre contenti di giocare e divertirsi in modo infantile senza farsi, a differenza del polpo, troppi problemi.



Figura 2

L'autore del meme ridicolizza quello che, secondo lui, è il tipico maghrebino del Neurchi, che nello spazio virtuale si prende gioco dei «rebeux islamisti» che abitano le periferie problematiche delle città, ostenta alcuni simboli della francesità (la baguette, il vino rosso, l'effeminatezza) e assume un atteggiamento polemico e provocatorio verso la religione, peccando di blasfemia, e contro il proprio Paese di origine, tenendo un tono di condiscendenza, forte della superiorità morale che discende dall'essere atei e liberi, quindi necessariamente più sviluppati.

L'autore sottolinea in questa tipologia umana (i maghrebini evoluti) la pretesa di aver reciso le proprie radici straniere grazie a comportamenti stereotipicamente francesi. La realtà è molto diversa: questi presuntuosi brontoloni, come Squiddi, guardano da dietro una finestra i maghrebini che riescono davvero a divertirsi senza rinnegare la propria identità. Unica consolazione: l'autoconvincimento di essere più felici e realizzati di quella che considerano una «sotto-razza».

Questa tipologia di conflitto è classica all'interno del gruppo. Le seconde generazioni fanno riferimento a orizzonti culturali differenti e le loro traiettorie sociali sono diverse. Idee di sé contrapposte si scontrano per l'egemonia nel gruppo e concorrono alla formazione di un'opposizione alla narrazione mediatica maggioritaria con esiti diversi, gli uni mostrando la propria aderenza al progetto culturale repubblicano, gli altri rivendicando la propria identità culturale e religiosa, pur non ponendosi contro la Repubblica in quanto tale, ma piuttosto contro l'omogeneizzazione che può derivare dall'adeguamento alla condotta prescritta dall'élite de souce.

Un'altra voce (con lingua al seguito) che si incontra all'interno del gruppo è quella della comunità berbera. La presenza di questa componente culturale nel Maghreb è un enorme matrice di complessità. Infatti, i rapporti tra popolazioni berbere e arabe hanno avuto esiti multiformi, informati di una tensione latente tra l'identità (pan)arabo-musulmana, promossa dalle élite nazionali, e berbera, con forti tratti localistici e legata a tradizioni anche religiose non ortodosse.



Figura 3

Il meme in figura 3 rappresenta proprio questo conflitto, utilizzando il formato «Soyjaks vs. Chads» combinato con il template «Yes Chad». Secondo questa struttura, normalmente, il personaggio a sinistra rivolge delle accuse o prese in giro al personaggio di destra che, lungi dall'offendersi, le accetta e rivendica.

Il meme «Yes Chad» rappresenta solitamente un uomo stereotipicamente bianco, mentre in questo caso è caratterizzato in modo particolarissimo: ha alcuni attributi ripresi dalla tradizione figurativa antisemita (grande naso, piccoli occhiali, pelle olivastria e kippah), ma si avvolge nella bandiera dei berberi. L'altro personaggio, invece, indossa una keffiyah, accanto una bandiera dell'Algeria. La didascalia a sinistra esprime l'accusa dell'arabo-musulmano (rappresentante l'Algeria ufficiale) al berbero, cioè di essere sionista e di supportare in qualche modo gli ebrei, nemici giurati degli arabi. Il berbero risponde con «ΣΦ»<sup>36</sup> cioè yes, sì, in Tamazight.

Questo meme trae spunto dalla complessa costruzione di un'identità berbera. Si ipotizza, infatti, che, contestualmente ad una presenza ebraica storicamente accertata, almeno una parte degli antenati dei berberi di oggi avesse abbracciato la religione ebraica (Maddy-Weitzman 2014, 105) e la Kahina stessa, eroina della resistenza berbera all'invasione araba, sarebbe stata un'esponente di questa comunità etnico-religiosa (Ivi, 106). Più recentemente, l'accusa di sionismo è stata lanciata per criticare la resistenza

<sup>36</sup> (lh/ ay).



berbera all'integrazione nel progetto nazional-religioso dei governi maghrebini dopo l'indipendenza. L'accusa sembrava colpire nel segno poiché «[i]n earlier decades, Amazigh movement circles were extremely reticent to mention anything to do with the Arab- Israeli conflict or the belief in their Jewish "roots"». Tuttavia «starting in the beginning in the 21st century, they became more open and blunt. Emphasizing past and present Jewish-Berber connections has an instrumental value in their struggle to escape the bear hug of Islamist movements and the state's own official Islamic and Arab nationalist-centered narrative. Foregrounding their indigenosity and pre-Islamic identity in North Africa is central to their claims for recognition and remedial action by North African governments» (Ivi, 111-112). Ciò nonostante, i rappresentanti berberi non hanno mai appoggiato apertamente lo stato di Israele, ma hanno mantenuto negli anni un rapporto più moderato, talvolta ambiguo, rispetto a manifestazioni anti israeliane e pro palestinesi (Ivi, 113-119).

Quello che è importante rilevare in questo meme, oltre al contenuto, è la forma. Questa prescrive che la figura forte e rispettabile sia quella a destra (il Chad secondo il linguaggio memetico), tuttavia questo personaggio assume le sembianze tipicamente ebraiche che rimandano, tra gli altri, al meme de «le happy merchant», al contrario figura notoriamente esecrabile. Avviene, dunque, un cortocircuito che porta alla soppressione della retorica antisemita di alcuni produttori di meme attraverso la riappropriazione delle caratteristiche stereotipate dell'ebreo inserite nella struttura del Chad: meme schiaccia meme.

La religione è una fonte di ispirazione importante per i meme del Neurchi. Tuttavia, lo sviluppo creativo del tema religioso è spesso al centro di discussioni a causa della sensibilità del tema. È interessante constatare come tali discussioni possano avere esiti tanto polemici, quanto argomentati e studiati, in cui l'alfabetismo religioso sostiene l'una o l'altra tesi. Questo scenario è esemplificato dal meme in figura 4.

L'autore ha utilizzato una versione modificata del formato «Swole Doge vs. Cheems», che normalmente include due personaggi (figura 5) tra cui si applica un confronto. Il cane muscoloso in genere rappresenta la versione tradizionale del passato (forte), mentre quello a sinistra la versione moderna (debole).

Muslims 1400 years ago

Muslims now



Islam is the ancient and oldest religion.

Figura 4

Nel caso riportato dal Neurchi, tuttavia, scompare la figura tradizione/forte e rimane solamente quella del presente/debole, che indossa il tipico cappello da preghiera islamico. L'ironia dell'autore si esplica con i commenti e le didascalie: il personaggio forte che incarna la tradizione, solitamente a sinistra, è assente poiché l'islam 1400 anni fa non esisteva (in realtà Maometto predicava già da una decina di anni). Ciò nonostante, il fedele di oggi (presente/debole) sostiene che l'Islam sia la religione più antica. L'autore conosce la storia e sa che l'Islam non può essere così antico come preteso dai suoi fedeli perché la predicazione di Maometto non risale oltre i 1400 anni fa.

Figura 5



Figura 6

La figura 6 mostra un meme rivolto prettamente alla comunità maghrebina in Francia. Il template di riferimento è quello del «Drakeposting», in cui il volto del rapper Drake è sostituito con una ragazza che porta il niqab nella prima immagine, mentre nella seconda un'hijab e una mascherina chirurgica. Le immagini riportate nella metà di destra sono due schermate: la prima del testo della LOI n°

2010-1192 du 11 octobre 2010 interdisant la dissimulation du visage dans l'espace public, cioè la legge che impedisce, appunto, l'occultamento del volto in pubblico, la seconda di un articolo del giornale *Le monde* che annuncia il progetto di estendere l'uso delle mascherine chirurgiche all'insieme della popolazione francese (Faye 2020).

L'ironia del meme colpisce una situazione che Olivier Roy ha definito schizofrenica (McAuley 2020). Infatti, musulmani, e non, in Francia hanno rimarcato il doppio standard che lo Stato applica: la copertura del volto è interdetta per motivi religiosi, ma auspicata per ragioni sanitarie. In particolare, Fatima Khemilat, Sciences Po Aix-en-Provence, intervistata dal *Washington Post*, afferma che «If you are Muslim and you hide your face for religious reasons, you are liable to a fine and a citizenship course where you will be taught what it is to be 'a good citizen', [but] if you are a non-Muslim citizen in the pandemic, you are encouraged and forced as a 'good citizen' to adopt 'barrier gestures' to protect the national community». La studiosa sottolinea, inoltre, che «We see this asymmetrical reading of the same behavior — covering the face, depending on the context and the person who performs it — as arbitrary at best, discriminatory at worst» (Ibidem).

Questo meme è interessante per almeno due motivi. In primo luogo, l'utilizzo del velo è funzionale alla contestazione di un sistema legale vissuto come discriminatorio, eppure, solitamente, il velo è una tematica cara al discorso islamofobo, come prova della mancanza di rispetto nell'Islam per i diritti umani e l'uguaglianza (Vitullo 2019, 110). In seconda istanza, internet è uno degli spazi dove si realizzano gli attacchi islamofobi (Ivi, 112-117), che avvengono anche attraverso i meme, perciò è importante sottolineare come l'autore sia stato capace di far proprio non solo un topic del discorso anti musulmani (il velo), ma anche uno spazio (Internet) e un medium (il meme).

Nella figura 7 è riportato un meme che offre un punto di vista personale su cosa significhi essere una donna figlia di immigrati in Francia. Il template è il «Running Away Balloon» nel quale un personaggio stilizzato viene trattenuto da qualcosa, che gli impedisce di cogliere una palla al balzo. Secondo questo formato, una ragazza del Neurchi confronta il suo desiderio di avere successo in Francia, con i pesi che la sua condizione di figlia di immigrati si porta appresso: Marine Le Pen, l'islamizzazione, le periferie, il razzismo, il

Figura 7



velo e l'appellativo di beurette.

I punti che l'autrice solleva sono numerosissimi e dimostrano una grande consapevolezza. Questo meme offre una testimonianza diretta di come «race, gender, and class» (Crenshaw 1991) ostacolino i desideri individuali, in altre parole, come l'intersezionalità, cioè la «situation of individuals who belong to several dominated social groups and are therefore confronted with several axes of discrimination» (Khemilat 2019), sia recepita dalle giovani maghrebine di oggi.

L'intersezionalità è stata al centro

di una riflessione scientifica e metodologica dagli anni '90, i cui risvolti mettono in luce l'eterogeneità delle identità individuali, sottolineando i limiti delle teorie della differenza lungo clivages binari e tradizionali, mettendo in evidenza la discriminazione che i soggetti appartenenti a più gruppi subalterni possono subire e le difficoltà che l'azione politica può incontrare nel favorire un accesso equo al godimento dei diritti politici (Parolari 2014).

Il concetto di razza e quello di religione possono contaminarsi tra di loro, come dimostrano le parole di Nicolas Sarkozy riguardo i «musulmans d'apparence». Contestualmente, un dialogo proficuo tra islamofobia e razzismo ha portato alla sostituzione di temi appartenenti al razzismo classico (basato sull'idea di razza), non più recepibili dall'opinione pubblica mainstream, con altri afferenti al nuovo razzismo (centrato sull'idea di cultura) (Balibar, Wallerstein 1997, 27-41). Marine Le Pen è un prodotto e allo stesso tempo una produttrice di questo tipo di discorso, come riconosce il meme e la letteratura scientifica (ivi, 9-10).

Per quanto riguarda la parola « beurette », questa non è solo la declinazione femminile della parola « beur », ma è un appellativo che contiene un'eredità fortemente problematica. Infatti, durante il periodo coloniale in Algeria, la

donna indigena divenne un oggetto delle fantasie del colonizzatore, che si concretizzarono, oltre nel ricorso estensivo alla prostituzione, nella diffusione di successo di «photographies torrides et des peintures à l'huile de prostituées arabes dans des poses provocantes» (Clancy-Smith 2006, 27). Le donne algerine diventarono, «qu'elles soient habillées ou déshabillées, [...] «des nus» (ibidem) e le loro rappresentazioni offrivano all'osservatore europeo «un accès erotique visuel à l'inaccessible» (ibidem). Le opere letterarie dei contemporanei indugiavano nell'immaginario di un oriente decadente e indolente, dove il clima rendeva le passioni più vive (ivi 29-30). Da queste antiche radici culturali emerge a partire degli anni 2000 addirittura un nuovo genere pornografico, quello delle «beurrettes voilées» (Fassin, Trachman 2013, 200). In queste produzioni, la donna del «beur» è una ribelle che aspetta solo di essere svelata (letteralmente) e conosciuta (biblicamente) dall'uomo occidentale (ibidem). La connotazione sessuale egemonizza il significato di «beurette», mentre non vale lo stesso per «beur», come dimostra una semplice ricerca su Google (ivi, 201) (Ait Bounoua 2007).

**Michele Messina** è laureato in Scienze Storiche presso l'Università degli Studi Roma Tre con una tesi in Storia delle Religioni.

## BIBLIOGRAFIA

- Balibar, E., Wallerstein, I., (1997). *Race, nation, classe; les identités ambiguës*, Editions la Découverte, Parigi.
- Clancy-Smith, J., (2006). *Le regard colonial: Islam, genre et identités dans la fabrication de l'Algérie française, 1830-1962*, *Nouvelles Questions Féministes*, 25 (1), p. 25-40.
- Crenshaw, K., (1991). *Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color*, *Stanford Law Review*, 43 (6), p. 1241-1299.
- Dawkins, R., (2016). *The Selfish Gene*, Oxford.
- Evolvi, G., (2017). *Hybrid Muslim identities in digital space: The Italian blog Yalla*, *Social Compass* 64(2), p. 220-232.
- Fassin, E., Trachman, M., *Voiler les beurrettes pour les dévoiler: Les doubles jeux d'un fantasme pornographique blanc*, *Modern & Contemporary France*, 21 (2), p. 199-217.
- Khemilat, F., (2019). *Dissimulating & landscaping racism: sexuality, intersectionality, and neo-orientalism in French discourses*, *Socioscapes. International Journal of Societies, Politics and Cultures*, 1 (1), p. 181-190.
- LOI n° 2010-1192 du 11 octobre 2010 interdisant la dissimulation du visage dans l'espace public
- Lolli, A., (2017). *La guerra dei meme. Fenomenologia di uno scherzo infinito*, Orbetello.
- Maddy-Weitzman, B., (2014). *Narrating The Past, Serving the Present: The Berber Identity Movement and the Jewish Connection*, *Nationalism, Identity and Politics: Israel and the Middle East. Studies in Honor of Prof. Asher Susser*, p. 103-120.
- Manzano, F., (2003). *Diglossie, contacts et conflits de langues ... A l'épreuve de trois domaines géo-linguistiques : Haute Bretagne, Sud occitano-roman, Maghreb*, *Cahiers de sociolinguistique*, 8 (1), p. 51-66.
- Mazzoleni, G., Bracciale, R., (2019). *La politica pop online*, Bologna.
- Parolari, P., (2014). *Identità, transdifferenza, intersezionalità: (con)vivere da eguali nella diversità*, *Rivista di filosofia del diritto*, dicembre (2), p. 471-494.
- Pennington, R., (2018). *Social media as third spaces? Exploring Muslim identity and connection in Tumblr*, *the International Communication Gazette* 80(7), p.620-636.
- Vitullo, A., (2019). *Radicalizzarsi Online. Islamofobia e discorsi d'odio in rete*, in *Capire l'Islam*, a cura di Bombardieri, M., Giorda, M.C., Hejazi, S., Scolé.

## SITOGRAFIA

Ait Bounoua, F., Toutes des salopes ?, Libération, 20 febbraio 2007, [https://www.liberation.fr/tribune/2007/02/20/toutes-des-salopes\\_85386](https://www.liberation.fr/tribune/2007/02/20/toutes-des-salopes_85386)

Deunf, E., Les neurchis de mêmes, une sous-culture web très politique, «StreetPress», 27 febbraio 2020, <https://www.streetpress.com/sujet/1582801725-memes-neurchis-sous-culture-web-politique-feminisme-coupe-france-numerique-melenchon>

Faye, O., Port du masque : le gouvernement amorce un virage à 180 degrés, “Le monde”, 6 aprile 2020, [https://www.lemonde.fr/politique/article/2020/04/06/port-du-masque-l-executif-amorce-un-virage-a-180-degres\\_6035698\\_823448.html](https://www.lemonde.fr/politique/article/2020/04/06/port-du-masque-l-executif-amorce-un-virage-a-180-degres_6035698_823448.html)

France Info, Nicolas Sarkozy invité de France Info, <https://www.dailymotion.com/video/xpot9p>, 04:26, 26 marzo 2012

Know Your Meme, Drakeposting, <https://knowyourmeme.com/memes/drakeposting>

Know your meme, Handsome Squidward, <https://knowyourmeme.com/memes/handsome-squidward-squidward-falling>

Know Your Meme, Happy Merchant meme, <https://knowyourmeme.com/memes/happy-merchant>

Know Your Meme, Running Away Balloon, <https://knowyourmeme.com/memes/running-away-balloon>

Know Your Meme, Soyjaks vs Chads, <https://knowyourmeme.com/memes/soyjaks-vs-chads>

Know your meme, Squidward Looking Out the Window, <https://knowyourmeme.com/memes/squidward-looking-out-the-window>

Know Your Meme, Swole Doge vs. Cheems, <https://knowyourmeme.com/memes/swole-doge-vs-cheems>

Know Your Meme, Yes Chad, <https://knowyourmeme.com/memes/yes-chad>

McAuley, J., France mandates masks to control the coronavirus. Burqas remain banned., “The Washington Post”, 10 maggio 2020, [https://www.washingtonpost.com/world/europe/france-face-masks-coronaviru-s/2020/05/09/6fbd50fc-8ae6-11ea-80df-d24b35a568ae\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/world/europe/france-face-masks-coronaviru-s/2020/05/09/6fbd50fc-8ae6-11ea-80df-d24b35a568ae_story.html)

Neurchi de memes maghrébins, <https://www.facebook.com/groups/715121222212324>

## APPENDICE

### “Contro l’odio”: alleanze educative tra Atenei e organizzazioni sociali per contrastare l’hate speech

a cura dell’èquipe di Contro l’odio

Negli ultimi anni i discorsi di incitamento all’odio pubblicati online sembrano essere in continua crescita. È sempre più facile trovare sui social network o nei commenti agli articoli dei giornali insulti rivolti a minoranze etniche, religiose e di genere.

Per questo motivo nasce **Contro l’odio**, un progetto di Acmos nato originariamente grazie ad un finanziamento del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali: concepito come un tentativo di risposta agli attuali problemi legati alla presenza di odio sul web, il progetto si propone tre obiettivi principali:

1. Trovare gli **Hate Speech o Discorsi di Incitamento all’odio** attraverso la creazione di **strumenti informatici** per il rilevamento automatico. Il monitoraggio continuo e costante della comunicazione online (avviato in fase sperimentale scegliendo Twitter come principale piattaforma di indagine) viene realizzato utilizzando sistemi addestrati a identificare i discorsi di odio rivolti verso specifiche categorie: in questo modo possiamo costruire un database storico in grado di rappresentare la percentuale di hate speech presenti nelle comunicazioni analizzate secondo un principio geografico (su base cittadina, provinciale, regionale e nazionale) e temporale.
2. Sensibilizzare la cittadinanza, e in particolare i giovani, sull’importanza di comunicare responsabilmente attraverso la realizzazione di laboratori in diversi territori del nostro paese. Nel far ciò, gli animatori di Acmos e della rete WeCare (network di associazioni giovanili di promozione sociale federate ad Acmos, attualmente diffuso in 10 Regioni e altrettante città in Italia) intendono favorire, attraverso la costruzione di esperienze didattiche partecipative, la consapevolezza delle giovani generazioni nei confronti del

problema dell'hate speech. I risultati, sia in termini quantitativi (oltre 10.000 studenti incontrati in 4 anni di lavoro) che qualitativi sono incoraggianti: e la costante richiesta da parte di scuole e istituzioni educative di laboratori di questo tipo testimonia di un mondo della formazione attento alla tematica e desideroso di approfondire.

3. Infine, raccontare progetti e le realtà che in Italia **promuovono una cultura della tolleranza** nel nostro Paese. Fermarsi alla “sola” rappresentazione di una parte del fenomeno dell'odio online non avrebbe reso giustizia alle centinaia di persone che, organizzate in realtà di diverse dimensioni, si impegnano quotidianamente sui territori per costruire una società più inclusiva, un passo dopo l'altro. “Contro l'odio” vuole essere uno strumento adatto a dare voce a queste esperienze, permettendo loro di raccontarsi e segnalandole grazie ad uno strumento creato ad hoc, la “mappa della tolleranza”.

Per rispondere a questi obiettivi, il progetto prevede la realizzazione di tre strumenti:

- La **mappa dell'odio**<sup>37</sup>. Una serie di visualizzazioni interattive che mostrano il numero dei discorsi d'odio pubblicati su Twitter giorno per giorno, suddivisi per area geografica e per tematiche.
- **HateChecker** (work in progress). Uno strumento che permetterà di analizzare la quantità di odio presente nella rete sociale di un utente iscritto a Twitter, per valutare la sua tendenza a postare hate speech o a relazionarsi con utenti che mostrano la stessa tendenza.
- La **mappa della tolleranza**<sup>38</sup>, dove vengono raccolti e mostrati tutti i progetti e le realtà che favoriscono l'inclusione sociale.

Ma il vero punto di forza dell'esperienza è costituito dalla rete trasversale che ne ha reso possibile la creazione: il progetto è infatti figlio della collaborazione fra Acmos, l'Università degli Studi di Torino, l'Università degli Studi di Bari e il Laboratorio LabNet.

Un innovativo dialogo tra organizzazioni sociali impegnate a costruire una società più inclusiva attraverso la promozione di movimentazione sociale dal basso e il contrasto a odiosi fenomeni di esclusione e alcuni prestigiosi

<sup>37</sup> <https://mappa.controlodio.it/#view=map#year=2018#target=all>

<sup>38</sup> <https://controlodio.it/strumenti/mappa-tolleranza/>

Atenei e centri di ricerca, in grado di offrire il giusto approccio metodologico in grado di conferire all'iniziativa un indubbio valore scientifico e accademico. Un incontro fra attori sociali con specifiche particolarità, la cui alleanza sinergica consente di proporre soluzioni efficaci e battere nuove piste in grado di coordinare un'efficace azione di risposta a un fenomeno tanto presente quanto l'hate speech.

Il cammino di “Contro l'odio” continua ancora oggi, arricchendosi lungo la via di nuove e preziose collaborazioni; è il caso di CIFA, storica ONG torinese con la quale stiamo immaginando possibili sviluppi futuri del progetto, ma soprattutto di Google.

Il gigante del digitale infatti ha deciso di premiare l'iniziativa inserendola nel pattern dei vincitori della **Google Impact Challenge on Safety 2019** (<https://impactchallenge.withgoogle.com/safety2019/charities>): grazie al finanziamento ottenuto in virtù di questo premio, continueremo a sviluppare il ramo tecnologico dell'iniziativa grazie alla costruzione di nuovi strumenti, rafforzando al contempo la parte educativa con l'obiettivo di portare l'esperienza di “Contro l'odio” a conoscenza di alcune specifiche categorie professionali (selezionate in base alla loro possibilità di entrare in contatto con i discorsi di odio) e di un numero sempre maggiore di studenti, provenienti da ciascuna Regione del nostro Paese.

# Hate Speech: il ruolo della politica locale

di **Francesca Rispoli**

La rete ha la capacità di unire con un solo click il mondo. E in questo viaggiare veloce e globale, passano anche i cosiddetti discorsi d'odio, sui quali questo quaderno si concentra.

Se in pochi istanti si può gettare veleno a migliaia di chilometri da casa propria, che senso può avere l'impegno delle istituzioni locali, nel contrastare questo crescente fenomeno?

Un esempio virtuoso arriva dalla Regione Piemonte, dove il consigliere Diego Sarno ha depositato una proposta di legge dal titolo 'Disposizioni in materia di prevenzione e contrasto dei fenomeni di Hate speech'<sup>39</sup>.

Nell'interrogarsi su cosa la politica locale possa fare su un tema così complesso, con particolare riferimento alle competenze della Regione, la risposta che arriva dal Piemonte si basa su due direttrici principali: prevenzione e supporto. Due direttrici fondamentali, che si pongono in una logica di complementarità rispetto alle altre iniziative politiche, nazionali e sovranazionali, nonché alle iniziative condotte dall'associazionismo.

Vediamo nel dettaglio le proposte contenute nella proposta di legge.

In primo luogo ci si prefigge di costituire un Piano triennale regionale degli interventi di prevenzione e contrasto del fenomeno Hate Speech, in modo da coordinare gli sforzi in un orizzonte di medio periodo. Il Piano ha l'obiettivo di perimetrare gli obiettivi e le azioni da condurre, definendo le priorità e i criteri per la relativa realizzazione.

All'interno del Piano sono previste attività educative che vedono nella scuola l'epicentro dell'azione, ma che mirano a coinvolgere le famiglie, le altre istituzioni pubbliche e il terzo settore, con l'intento di attivare percorsi di sensibilizzazione al tema e dotare i partecipanti di specifiche competenze per riconoscere i discorsi d'odio e segnalarli tempestivamente.

Un altro fulcro del Piano è la promozione di sportelli di ascolto in grado di dare sostegno psicofisico e legale alle vittime, con l'attivazione di spazi delocalizzati in ogni provincia, capaci di accogliere anche fisicamente le vit-

<sup>39</sup> Al momento della chiusura del Quaderno, la proposta di legge risulta incardinata presso le commissioni regionali n. 4 e 6, con conseguente avvio dell'iter per arrivare alla discussione in Aula.

time, in possibile sinergia con i centri antiviolenza già presenti sul territorio. La proposta di legge prevede uno stanziamento economico triennale, fondamentale per dare il giusto slancio all'avvio delle iniziative previste: i costi sociali della diffusione dei discorsi d'odio è al momento un costo non misurabile, ma è necessario un'adeguata dotazione finanziaria per la costruzione di un'alternativa culturale che si ponga da argine a questa pratica.

Da ultimo è importante sottolineare che tra gli strumenti previsti dalla legge sono inseriti studi e ricerche sugli aspetti sociali e culturali del fenomeno, anche in una logica comparativa internazionale. Monitorare la diffusione degli Hate Speech e i cambiamenti continui nella rappresentazione dei discorsi d'odio, facilitati dalla fluidità della rete, è il solo modo per mantenere attuale la lettura e quindi efficace l'attività di contrasto e prevenzione.

L'iniziativa intrapresa dal Consiglio Regionale del Piemonte risulta al momento unica nel panorama nazionale e auspichiamo possa raccogliere l'interesse di tutto l'arco consiliare. L'obiettivo è che si arrivi presto all'approvazione della legge, in modo da poter costituire un precedente utile anche per le altre Regioni, in una logica di sussidiarietà che consenta di affrontare a tutti i livelli politici e amministrativi la questione e di bonificare la rete dal veleno.

**Francesca Rispoli** è impegnata da vent'anni nella rete di Libera, è fondatrice di Benvenuti in Italia, presiede l'impresa sociale che pubblica la rivista La Via Libera e si occupa di mobilitazioni e movimenti sociali contro le mafie e la corruzione presso l'università di Pisa.



9 788894 625707