

Odio onlife: definizione, manifestazioni nel web sociale e contrasto

Stefano Pasta*

Abstract

Benché l'odio e i comportamenti ostili siano presenti nelle società umane fin dalle origini, oggi l'hate speech assume manifestazioni inedite nel web sociale. La diffusione dell'incitamento all'odio "onlife" preoccupa per la trasversalità e la capacità di alimentare in modo inedito tribalismi, "flame wars", aggressività generalizzata, polarizzazioni, razzismi. Il testo propone una definizione del discorso d'odio, sottolineando come sia una categoria ambigua ma utile al tempo stesso, ed evidenziando la necessità di un approccio multidisciplinare e di un'ottica *multiagency*; rileva, poi, le caratteristiche specifiche assunte dal discorso d'odio nel web sociale, in continua evoluzione. Infine, alla luce dell'autorialità degli "spettatori", si individuano alcune indicazioni di intervento pedagogico per contrastare il discorso d'odio.

Although hatred and hostile behavior have been present in human societies from the beginning, today hate speech takes on unprecedented manifestations on the social web. The spread of hate speech "onlife" worries about the transversality and the ability to feed tribalisms, "flame wars", generalized aggression, polarization, racism in an unprecedented way. The text proposes a definition of hate speech, underlining how it is an ambiguous but useful category and highlighting the need for a multidisciplinary approach and a multiagency perspective; then notes the specific characteristics assumed by hate speech on the social web, which is constantly evolving. Finally, in the light of the authorship of the "prosumer", some indications of pedagogical intervention are identified to combat hate speech.

Parole chiave: discorso d'odio, web sociale, media education

Keywords: hate speech, social web, media education

* Ricercatore in Didattica e Pedagogia speciale, Università Cattolica del Sacro Cuore.

1. Discorso d'odio: un termine ambiguo ma utile

Per definire il discorso d'odio (*hate speech*) occorre ricordare che il sentimento che chiamiamo odio è antichissimo e caratterizza l'umanità sin dalle sue origini. Dall'omicidio di Abele ad opera di Caino in poi, la storia è costellata di storie di violenze e contese: c'è odio nell'Odissea e nelle tragedie greche, nei grandi classici e nei testi religiosi della nostra tradizione culturale, nella Divina Commedia e negli scritti di Shakespeare. Secondo l'Oxford Dictionary, possiamo parlare di un «intenso ed estremo sentimento di avversione, rifiuto, ripugnanza, livore, astio e malanimo verso qualcuno (singolo o gruppo)». L'odio presenta un ampio spettro di significati, tanto che gli studi neuroscientifici identificano con maggiore precisione le aree del nostro cervello deputate all'aggressività, rabbia o istinto di violenza, più facili da decifrare, mentre, per quanto riguarda l'odio, si preferisce ipotizzare un assemblaggio di emozioni diverse a cui concorre un insieme di reti cerebrali¹. Questo aiuta a capire come l'odio sia un fenomeno complesso e multidimensionale, e come sia difficile individuarlo e determinarne i contorni a livello sociale o giuridico².

Se dal termine *odio* passiamo al *linguaggio d'odio*, si può indicare l'*hate speech* come «un linguaggio tendenzioso, ostile e malizioso, contro una persona o gruppo a causa delle loro caratteristiche innate reali o percepite», o «discorso malevolo volto a vittimizzare e disumanizzare i suoi bersagli, spesso (ma non sempre) membri di minoranze vulnerabili»³. In ogni caso va detto che non esiste una definizione univoca, ma uno spettro di tratti e comportamenti che possono qualificare il discorso d'odio: il suo contenuto, l'attacco a singoli o gruppi delle minoranze, la dimensione pubblica, la volontà di provocare danni, fino ad arrivare all'incitamento alla violenza.

L'attenzione al “linguaggio d'odio” sottolinea che le parole non sono solo descrittive, ma possono essere performative, ossia creare la realtà⁴.

¹ M. Santerini, *La mente ostile. Forme dell'odio contemporaneo*, Raffaello Cortina, Milano 2021.

² S. Pasta, *Detection di odio antimusulmano tra machine learning e valutazione qualitativa*, in S. Polenghi- F. Cereda - P. Zini (eds.), *La responsabilità della pedagogia nelle trasformazioni dei rapporti sociali. Storia, linee di ricerca e prospettive*, Pensa Multimedia, Lecce-Rovato (BS) 2021, pp. 1169-1179.

³ R. Cohen Almagor, *Confronting the Internet's Dark Side. Moral and Social Responsibility on the Free Highway*, Cambridge University Press, New York 2015, p. 205.

⁴ F. Faloppa, *#odio. Manuale di resistenza alla violenza delle parole*, Utet, Milano 2020.

Gli epiteti denigratori contro qualcuno generano ostilità e disprezzo. Va aggiunto che essi si rivolgono non solo all'interlocutore, ma anche agli spettatori a cui arriva il messaggio. Quando si comunica odio, solo per il fatto che i bersagli appartengono a gruppi sociali ritenuti "inferiori", tale gerarchia tra i componenti della società viene normalizzata e legittimata⁵.

Anche dal punto di vista normativo⁶ non abbiamo ancora definizioni univoche e condivise a livello internazionale del discorso d'odio, ma autorevoli punti di riferimento che, soprattutto, introducono il concetto dei bersagli d'odio, identificati con gruppi, minoranze o singoli che diventano il simbolo di categorie; per questo il discorso d'odio si ricollega, quindi, al tema del razzismo, xenofobia, antisemitismo, antigitanismo, sessismo, islamofobia, etc.

Nel 2021, il Committee of Expert on Combating Hate Speech del Consiglio d'Europa ha proposto una nuova definizione di "discorso d'odio" (hate speech), con particolare riferimento all'ambiente digitale. È la seguente⁷:

«L'incitamento all'odio è un fenomeno complesso e multidimensionale che ha conseguenze di vasta portata nelle società democratiche contemporanee, in particolare per la dignità umana, l'uguaglianza, la partecipazione e l'inclusione nella società.

[...] L'incitamento all'odio è inteso come ogni tipo di espressione che diffonde, incita, promuove o giustifica la violenza, l'odio, la discriminazione o il pregiudizio contro una persona, o un gruppo di persone, che si basa su presunte o reali caratteristiche o status personali inclusi ["razza"/razza], colore, lingua, religione, cittadinanza, origine nazionale o etnica, età, disabilità, sesso, genere, identità di genere e orientamento sessuale».

Questa definizione comprende tutti i tipi di incitamento all'odio, che il Comitato di esperti europei divide in tre categorie differenti, ciascuna delle quali richiede risposte e misure diverse:

- incitamento all'odio illegale soggetto a responsabilità penale;

⁵ S. Pasta, *Razzismi 2.0. Analisi socio-educativa dell'odio online*, Morcelliana Scholé, Brescia 2018.

⁶ M. D'Amico - S. Siccardi (eds.), *La Costituzione non odia. Conoscere, prevenire e contrastare l'hate speech on line*, Giappichelli, Torino 2021.

⁷ Traduzione mia; citazione tratta da Committee of Expert on Combating Hate Speech, *Draft Recommendation of the Committee of Ministers to member States*, 2021, p. 5. Nel Gruppo degli esperti si segnala il positivo ruolo dei due membri italiani, Roberto Bortone dell'Ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali (UNAR) e di Federico Faloppa dell'University of Reading e coordinatore della Rete nazionale per il contrasto ai discorsi e ai fenomeni d'odio.

- incitamento all'odio illegale che non raggiunge la soglia della responsabilità penale, ma è soggetto a responsabilità civile o amministrativa;
- incitamento all'odio che non comporta responsabilità penale, civile o amministrativa, ma nondimeno provoca pregiudizio e odio e solleva preoccupazioni in termini di tolleranza, civiltà, inclusione e rispetto dei diritti degli altri.

Occorre sottolineare come la categoria di odio sia di difficile definizione per molti aspetti e secondo gli ambiti disciplinari⁸; un grande neurobiologo, E. Glaser⁹, ha sottolineato quanto la stessa parola “odio” sia ambigua e sfuggente, dal momento che può indicare un'insofferenza (“odio questo tipo di cibo”), ma anche un'avversione profonda – che può aumentare man mano di intensità – nei confronti di qualcuno. Tuttavia, al tempo stesso, tale categoria è utile per indicare in modo ampio la galassia degli “anti”, degli “ismi”, delle “fobie”, inglobando al suo interno le forme specifiche a seconda del gruppo bersaglio.

Da un lato questa utilità è data dall'ampio spettro di comportamenti inclusi nella definizione: come anche in questa Rivista è stato ricostruito per il caso particolare dell'antiziganismo verso rom e sinti¹⁰, i percorsi di elezione a bersaglio vanno interpretati come processi gradualisti che si svolgono lungo una scala di comportamenti (da lievi a gravi), che comincia con insulti, derisioni, minacce verbali, linguaggio d'odio, può procedere in discriminazioni, poi in violenza fisica e persecuzione, fino ai crimini d'odio; tale attenzione interpretativa ha il merito di sottolineare il collegamento tra “parole” e “crimini”, con alla base un linguaggio ostile normalizzato e che ricorda come nelle società democratiche si può passare da un infra-razzismo o da un discorso d'odio banalizzato a quello conclamato che produce veri e propri atti criminali.

Un secondo elemento di valore della categoria d'odio è quello di ricordare che, laddove vi sia linguaggio o pensiero ostile contro un gruppo

⁸ K.S. Stern, *The need for an interdisciplinary field of hate studies*, in «Journal of Hate Studies», 3(1) (2004), pp. 7-35.

⁹ E.M. Glaser, *Is there a neurobiology of hate?*, in «Journal of Hate Studies», 7(1) (2009), pp. 7-19.

¹⁰ S. Pasta, *Didattica della memoria. Insegnare il Porrajmos, contrastare l'antiziganismo e prevenire l'elezione a bersaglio di rom e sinti*, in «Consultori Familiari Oggi», 1/2020, XXVIII, pp. 54-68.

target, è terreno fertile per altre forme di odio: in una conversazione segnata da sessismo, ad esempio, sarà facile trovare espressioni antisemite o xenofobe, e viceversa. Occorre orientare gli interventi a contrasto degli atteggiamenti ostili verso tutti i gruppi eletti a bersaglio: affrontare insieme le manifestazioni d'odio non significa negare le specificità delle singole forme, ma individuare i meccanismi che sono alla base dell'elezione a bersaglio anche di altre discriminazioni.

Infine, un terzo punto di utilità dell'uso del concetto di odio è di indicare, indipendentemente dal singolo caso, alcune caratteristiche comuni dei processi di elezione a bersaglio. Le forme di hate speech, infatti, hanno elementi identici in contesti culturali molto differenti tra loro, dall'incitamento all'odio su base etnica e religiosa contro i rohingya in Myanmar¹¹ alla violenza sui social contro la conduttrice televisiva Nadia Toffa in occasione della sua morte per tumore, o verso la prima infermiera vaccinata d'Italia nel dicembre 2020¹². Questa considerazione vale soprattutto rispetto alle forme d'odio nel web 2.0¹³ (*hate speech online*), chiamate anche "disinibizione tossica", ossia il fenomeno per cui esprimersi in modo "senza vincoli" sfocia nella propensione ad agire in modo più violento, usando un linguaggio più aggressivo del normale e rendendo accettabile socialmente l'odio. Il digitale ha aperto nuove dimensioni alla parola d'odio, ne ha trasformato la struttura, la sintassi ma prima ancora il significato e le motivazioni. Siamo immersi in un flusso continuo di dati, informazioni, immagini, messaggi, continuamente spinti a comunicare, essere presenti, interagire, ricevendone in cambio una gratificazione affettiva (i *like*, i *followers*), una ricompensa mai del tutto soddisfatta che segue le logiche dell'accumulazione infinita. La maggior parte di questa comunicazione, che dilaga in forma liquida, destrutturata e banalizzata, avviene all'insegna delle emozioni, che orientano e dirigono la nostra mente in modo intelligente ma anche rapido e istintivo¹⁴. Si tratta, spesso, di una narrazione

¹¹ B. Davis, *Religion, hate speech and social media in Myanmar: Analysing methods of intervention*, MA Reconciliation and Peacebuilding - University of Winchester, Winchester 2015.

¹² S. Pasta, *Ostilità. Vecchi e nuovi bersagli, vecchi e nuovi virus*, in «Scholé. Rivista di educazione e studi culturali», 2(2021).

¹³ Per web 2.0 s'intende la fase del web, successiva a quella 1.0, caratterizzata dalla possibilità degli utenti di interagire e modificare i contenuti delle pagine online, in particolare con l'affermarsi dei social network e dai servizi di *instant messaging* (WhatsApp, Telegram...).

¹⁴ Sulle emozioni *intelligenti*: M. Nussbaum, *L'intelligenza delle emozioni*, tr. it., il Mulino, Bologna 2004; A. Damasio, *L'errore di Cartesio*, tr. it., Adelphi, Milano 1994; sulle caratteristiche

ostile, una visione binaria del mondo, diviso in noi/loro, amico/nemico, dentro/fuori, un dilagare di odio diffuso e banale, non solo in parole ma anche in immagini o meme.

Alle prospettive interpretative sottese dai termini *hate speech online* e *odio online* si preferiscono, tuttavia, quelle associate a *hate speech online* e *odio online*. Nel linguaggio quotidiano contrapponiamo il “reale” al “virtuale”, veicolando l’idea che lo spazio digitale, altro rispetto al reale, sia qualcosa di diverso dal reale, un po’ meno vero, e che questo permetta dunque un atteggiamento meno attento alle conseguenze delle nostre azioni. Al contrario, la vita di ogni giorno smentisce questa contrapposizione: ad esempio, sale il numero di matrimoni di persone conosciutesi online, gli insulti ricevuti nei social possono portare fino alla tragica conseguenza di togliersi la vita (cosa c’è di più reale?), le comunicazioni tra compagni di classe continuano nell’orario extrascolastico nei gruppi di WhatsApp, etc. Insomma, il web non è un luogo altro rispetto al reale, ma la Rete è “realtà aumentata” e ciò che agiamo nel web è reale (e quasi sempre pubblico), in quanto siamo esseri umani definitivamente connessi, in cui offline e online non sono due dimensioni distinte ma si compenetrano. *Onlife*, secondo l’efficace espressione del filosofo dell’informazione Luciano Floridi¹⁵, che usa l’immagine della mangrovia, pianta che vive nell’acqua salmastra dove si incontrano mare e fiume, per indicare come le due dimensioni si rimandino continuamente. In questo senso possiamo parlare di *odio online*, per indicare come la diffusione e propagazione di sentimenti di odio avvengano in continuità e con reciproci rimandi tra online e offline. È quanto è avvenuto nel 2021, ad esempio, in occasione della distorsione della Shoah attraverso l’inaccettabile accostamento da parte di alcuni gruppi no-green pass e no-vax tra la persecuzione nazifascista o l’internamento nei lager con uno strumento di salvaguardia della salute pubblica¹⁶.

delle emozioni online P. Wallace, *La psicologia di Internet*, tr. it., Raffaello Cortina, Milano 2007.

¹⁵ L. Floridi, *La quarta rivoluzione. Come l’infosfera sta trasformando il mondo*, tr. it., Raffaello Cortina, Milano 2017.

¹⁶ Si veda il documentario: IHRA, *Holocaust Distorsion: A Growing Threat*, 2021: <https://youtu.be/ovdF4pGhew8>.

2. Disinibizione tossica online

Proprio per focalizzare l'attenzione sull'hate speech nel digitale e nell'*online*, si individueranno ora alcuni elementi tipici del web sociale che possono facilitare la propagazione di stereotipi, pregiudizi e forme di ostilità.

I "pubblici interconnessi" del web 2.0 hanno queste caratteristiche: la presenza di audience invisibili, nel senso che non tutti i componenti del pubblico sono visibili e compresenti quando una persona sta intervenendo; i contesti collassati, ovvero la mescolanza di diversi contesti sociali dovuta all'assenza di confini spaziali, sociali e temporali; infine, la confusione tra pubblico e privato, declinata come la difficoltà di mantenere distinti i due ambiti per via dell'impossibilità di controllare il contesto sociale di riferimento¹⁷. In questo spazio le relazioni sociali hanno quattro proprietà: la persistenza, il fatto che gli scambi comunicativi online sono automaticamente registrati e quindi rintracciabili anche a distanza di anni; seguono la replicabilità, ossia la possibilità di duplicare facilmente i contenuti digitali; la scalabilità, che indica l'enormità della visibilità potenziale dei contenuti, e la ricercabilità, ovvero che il contenuto dei pubblici interconnessi può essere reso accessibile attraverso la ricerca.

Un potenziale fattore che facilita la propagazione di contenuti d'odio è la velocità 2.0, ovvero la tendenza per cui nei social aumentano le decisioni prese in base al sistema veloce e intuitivo, che lo psicologo D. Kahneman chiama "sistema 1" e contrappone a quello lento e razionale (sistema 2)¹⁸. Questa organizzazione dell'euristica, ovvero delle modalità con cui prendiamo le decisioni, ci consente di eseguire con facilità operazioni complesse, ma può anche essere fonte di errori sistematici (*bias*), quando l'intuizione si lascia suggestionare dagli stereotipi e la riflessione è troppo pigra per correggerla. Ciascuno di noi è molto più impulsivo (e molto meno riflessivo) di quanto si pensi, sia offline, sia online; tuttavia, in quest'ultimo ambiente, la mente è ancora più spinta a ricorrere al siste-

¹⁷ D. boyd, *It's complicated. La vita sociale degli adolescenti sul web*, tr. it., Castelvechi, Roma 2014. Nella scrittura del nome in minuscolo vi è una precisa rivendicazione della stessa danah boyd; costei è fondatrice del Data & Society Research Institute di New York e Principal Researcher at Microsoft Research. Nella scrittura del nome vi è una precisa rivendicazione: boyd è il cognome materno, assunto dopo il rifiuto di quello del padre e del secondo marito della madre, che divorziò da entrambi; con la scelta del minuscolo, vuole invece ironizzare sull'egocentrismo contenuto nella scelta del maiuscolo.

¹⁸ D. Kahneman, *Pensieri lenti e veloci*, tr. it., Mondadori, Milano 2012.

ma 1, tra like, domande incalzanti, condivisioni e video virali, necessità di cliccare e selezionare in velocità per rispondere allo scorrere delle notifiche nel *newsfeed* (le condivisioni dei profili seguiti, che si aggiorna continuamente), la cui produzione supera quelli che si riescono a leggere. Il ruolo delle emozioni e la necessità cognitiva di decidere “in velocità” sono legati al web come spazio di sovraccarico informativo, definito “infoglut” da Andrejevic¹⁹.

La necessità di agire *onlife* in velocità è ben nota alle società del web che, ad esempio nel caso di WhatsApp, hanno introdotto la possibilità di dimezzare il tempo di ascolto dei messaggi vocali raddoppiando la velocità di riproduzione. Tuttavia, il rischio è di cedere più facilmente alle abitudini cognitive, come quella che gli scienziati chiamano “preferenza endogruppale”, e agire in modo deresponsabilizzato. Come notano gli psicologi, all’interno di un gruppo si creano queste dinamiche: tra di *noi*, cerchiamo di giustificare il comportamento di qualcuno che sbaglia in base alle circostanze, quando ci identifichiamo con essi; *loro*, invece, sono *così di natura*, per essenza: antipatici, scorretti o inferiori. Dalla percezione della diversità all’ostilità il passaggio non è purtroppo così difficile, soprattutto se si agisce in velocità: se un gruppo esterno minaccia o danneggia gli altri provoca più ira nelle persone quando le vittime sono percepite *ingroup* e non *outgroup*. Insomma, se qualcuno fa violenza a qualcuno di *noi* fa più male. Se colpisce uno di *loro*, importa meno.

La condizione di sovraccarico informativo è collegata ai processi di selezione delle fonti che affermano nel digitale nuovi canoni di autorialità. Nella cultura del libro, l’autorevolezza era garantita da poteri centralizzati riconosciuti, seppur orientabili e portatori d’interessi (case editrici, università, quotidiani e riviste); prima ancora, l’*auctoritas* era attribuita a taluni pensatori (l’*Ipse dixit* che Cicerone riferiva a Pitagora per convalidare le affermazioni della scuola pitagorica, o che nel Medioevo “certificava” le tesi dell’autorevole per eccellenza, Aristotele), o testi sacri a cui la collettività aveva deciso di assegnare, appunto, autorevolezza e dunque riproduceva attraverso forme di mediazione tecnologica (la scrittura, l’opera di copiatura dei monaci amanuensi, poi la stampa...): lo sviluppo culturale di una comunità è rappresentato anche da questo processo di selezione di saperi condivisi e fonti affidabili.

¹⁹ M. Andrejevic, *Infoglut. How Too Much Information is Changing The Way We Think and Know*, Routledge, London 2013.

Nella prima stagione del web sociale, si può parlare dell'emergere di nuovi intermediari culturali²⁰ che favoriscono uno sviluppo dei saperi di profonda rottura con il modello verticale tradizionale e basato invece sulla demediazione, o disintermediazione, in cui l'autorevolezza è riconosciuta dai pari (numero di like, condivisioni, interazioni...); in questo modo, ad esempio, per lungo tempo, inserendo "video Olocausto" su Google, uno dei primi risultati era un video negazionista della Shoah con milioni di visualizzazioni e pertanto tra le posizioni più in vista del motore di ricerca.

Proprio quest'ultimo esempio indica come, in un'età dei media che vede il protagonismo delle società del web²¹, le piattaforme abbiano assunto un ruolo e una responsabilità nel profilare e gerarchizzare contenuti e utenti, divenendo "custodi di Internet"²², dal momento che presidiano l'intero orizzonte socio-tecnico all'interno del quale si muovono semplici utenti e potenti gruppi editoriali, strutturando il flusso informativo attraverso la logica – inavvertita sul piano esperienziale e non trasparente a tutti gli utenti – degli algoritmi di visualizzazione²³. Nella condizione di sovraccarico informativo del social web, la fruizione non è legata all'accesso alle informazioni ma alla loro selezione. Questa funzione di mediazione editoriale e di selezione delle fonti è nei fatti assegnata agli algoritmi, in quanto meccanismi automatizzati – frutto di scelta umana, istituzionale e commerciale – di selezione ed elaborazione delle informazioni²⁴. Attraverso automatismi generati dai sistemi di intelligenza artificiale, assegnano priorità di visualizzazione sulla base dei profili identitari degli utenti²⁵.

Il loro funzionamento ha accentuato i fenomeni di polarizzazione e radicalizzazione del dibattito pubblico²⁶, in conseguenza del prodursi

²⁰ G. Boccia Artieri, *Stati di connessione: pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*, FrancoAngeli, Milano 2012.

²¹ Si sottolinea il ruolo dei GAFA (Google, Amazon, Facebook, Apple) in una situazione di oligopolio del mercato collegato al web.

²² T. Gillespie, *Custodians of the Internet. Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*, Yale University Press, New Haven-London 2018.

²³ R. Eugeni, *Capitale algoritmico. Cinque dispositivi postmediali (più uno)*, Scholé, Brescia 2021.

²⁴ J. Cheney-Lippold, *We are Data. Algorithms and the Making of our Digital Selves*, New York University Press, New York 2017.

²⁵ J. Van Dijck - T. Poell - M. De Waal, *Platform Society. Valori pubblici e società connessa*, Guerini e Associati, Milano 2019.

²⁶ M. Santerini, *Discorso d'odio sul web e strategie di contrasto*, in «MeTis – Mondì educativi. Temi indagini suggestioni», 2 (2009), IX, pp. 51-67.

di *filter bubbles*²⁷ normalmente non percepibili dagli utenti nel flusso di contenuti che si visualizza nel loro *newsfeed*, influenzando sulla formazione dell'opinione pubblica²⁸. Ciò significa che nel digitale siamo spinti dagli algoritmi ad associarci con persone a noi simili, selezionate secondo un criterio di affinità: assistiamo al fenomeno delle *echo chambers* (camere dell'eco, casse di risonanza) che distanzia le logiche del dibattito dalla sfera pubblica come spazio di confronto, dissenso, dialogo e partecipazione. Al contrario, si creano sfere ideologiche abbastanza impermeabili, dove si propagano pensieri tra loro simili che si fanno reciprocamente eco, si rafforzano progressivamente, divenendo sempre più estranee al dissenso e consolidate nelle proprie convinzioni. E. Pariser ha parlato, appunto, di *filter bubble* (bolla filtro), sostenendo che ciascuno vive in una sua bolla di gusti e preferenze, che filtra il reale e crea un effetto di risonanza: il rischio è scambiare ciò che appare nei nostri spazi online per la realtà, mentre è solo ciò che corrisponde alle nostre convinzioni o a quelle delle persone vicine e affini a noi. Bolle informative ed eco delle opinioni favoriscono la polarizzazione nei social, interpretando ogni evento attraverso il bivio dentro/fuori, favorevole/contrario, con me/contro di me (effetto bivio). Schierarsi e prendere posizione diventa una modalità spontanea e immediata di affrontare le cose, spesso anche prima di riflettere sufficientemente su di esse. Il risultato è l'impermeabilità, poiché i contenuti alternativi non solo vengono rifiutati ma persino non più incontrati.

Camere d'eco e filtri tendono a farci muovere entro convinzioni già acquisite. I social network e i siti di ricerca, come Google, non selezionano notizie e contenuti, né suggeriscono amicizie e legami allo stesso modo per tutti gli utenti, ma li filtrano secondo i loro gusti. Quando ricerco un'informazione, il motore di ricerca mi proporrà quella che ritiene più vicina alle mie preferenze, a scapito dell'allargamento dei punti di vista; allo stesso modo, se cliccherò mi piace a una pagina social razzista, l'algoritmo mi proporrà – immediatamente – di seguire pagine di tendenze analoghe. Preferenza è una parola chiave: «Ciò che corrisponde alle mie preferenze è giusto per me, adeguato alla mia personalità»²⁹. Secondo questo criterio, la deformazione del reale diventa un rischio altamente probabile, derivan-

²⁷ E. Pariser, *Il filtro. Quello che Internet ci nasconde*, tr. it., Il Saggiatore, Milano 2012.

²⁸ D. Palano, *Bubble Democracy. La fine del pubblico e la nuova polarizzazione*, Scholé, Brescia 2020.

²⁹ A.M. Lorusso, *Postverità*, Laterza, Roma-Bari 2018, p. 42.

te dalla parzialità e dall'assolutizzazione della propria percezione parziale del mondo. Internet è uno spazio fatto di dati, informazioni, contenuti, che continuano ad aumentare, a crescere in modo incontrollato: basta uno smartphone per trovare, in questo universo sconfinato di informazioni, sostanzialmente tutto e il contrario di tutto (sovraccarico informativo). Se usiamo il web decisi solo a verificare se abbiamo ragione di credere ciò di cui siamo già convinti, raggiungeremo sempre il nostro scopo: la Rete, da questo punto di vista, ci dà sempre ragione. Cultura e informazioni più soggettive, centralità della preferenza, personalizzazione della verità (*postverità*) ci spingono verso la frammentazione, ovvero la sempre maggiore importanza della volontà del singolo rispetto ai gruppi.

Diversi contenuti dello spettro dell'odio online sono basati sulla banalizzazione dei contenuti, che porta con comportamenti deresponsabilizzati a inneggiare con disinvoltura e ripetitività a comportamenti che parlano di odio. Nel libro *Razzismi 2.0. Analisi socio-educativa dell'odio online*³⁰ ho riportato alcune conversazioni con giovani che, verbalmente e talvolta ricorrendo all'ironia, avevano pubblicato post in cui invitavano allo stupro o all'omicidio, oppure che avevano inneggiato allo sterminio o alle camere a gas. La risposta alle mie domande rispetto alla consapevolezza di quanto avevano scritto era che l'ambiente digitale fosse percepito come una ragione per depotenziare il contenuto (banalizzare, appunto): dato che il fatto era avvenuto in rete, sarebbe stato più lieve, per lo stesso motivo sarebbe "invecchiato" subito, quindi sarebbe meno grave. Quest'ultima idea è particolarmente errata, in quanto la tracciabilità anche dopo anni è una caratteristica del web. Eppure, tali percezioni così distanti dalla realtà sono spesso presenti anche tra i ragazzi più giovani e tecnicamente abili, dimostrando quanto l'espressione "nativi digitali" sia problematica³¹; allo stesso modo, come si è detto, indicare l'online con "virtuale" in opposizione a "reale" promuove l'idea di minore "realità", e quindi di più facile deresponsabilizzazione, delle azioni nel digitale.

La banalizzazione dei contenuti può passare attraverso immagini e meme, ovvero vignette o immagini stereotipate che vengono riprodotte con leggere variazioni, che possono avere un ruolo nel rendere un conte-

³⁰ S. Pasta, *Razzismi 2.0. Analisi socio-educativa dell'odio online*, Morcelliana Scholé, Brescia 2018.

³¹ P.C. Rivoltella, *Neurodidattica. Insegnare al cervello che apprende*, Raffaello Cortina, Milano 2012.

nuto virale e al contempo nel banalizzare dottrine d'odio. I meme, dal greco "imitazione", indicano un simbolo riconoscibile dalla mente e quindi dalla memoria, facilmente replicabile, che si trasforma durante il processo; si tratta di immagini non esteticamente belle, ma che colpiscono la mente visuale per semplicità, tratti, lettere a caratteri cubitali e accostamenti cromatici. Si deve ad A. Oboler³² dell'australiano Online Hate Prevention Institute l'aver dimostrato come i meme siano funzionali alla diffusione delle forme di elezione a bersaglio: il loro uso virale infatti contribuisce a conferire accettabilità sociale e a normalizzare le idee d'odio. In queste immagini non vi sono rimandi specifici per riconoscere un luogo specifico, quanto piuttosto ambienti indefiniti e generici personaggi che si eleggono a bersaglio. Sono però immagini cariche di sentimenti, con un'enorme forza conversazionale in grado di generare discussioni, con una frequenza maggiore di quanto non accade ai messaggi esclusivamente testuali; in particolare, nei social media assumono particolare rilevanza, come risposta alla preferenza della nostra mente per contenuti culturali interpretabili con il sistema 1 veloce e al contempo capaci di far condividere emozioni e creare senso di comunità.

Alcuni casi di attacchi d'odio, specialmente in dispute violente, si spiegano anche con la polarizzazione dei punti di vista e con le *flame wars* (*flaming*), in cui gli attacchi diventano *ad personam*, facendo progressivamente perdere importanza e centralità al contenuto del dibattito. Si parla in questi casi di analfabetismo emotivo, dal momento che le ricerche neuroscientifiche³³ dimostrano che, nel momento in cui l'interazione mediata sostituisce la fisicità del corpo, attiviamo meno meccanismi di simulazione corporea (neuroni specchio) per attivare empatia e metterci nei panni dell'altro, vivendo così emozioni forti ma disincarnate. Il soggetto è così privato di un punto di riferimento nel processo di apprendimento e comprensione delle emozioni proprie e altrui. A caratterizzare molte delle emozioni che si sperimentano nei nuovi media è la loro alterità (si pensi ai videogiochi): pur provandole in prima persona, sono lo specchio di emozioni di altri. Questa tendenza può favorire l'incitamento all'odio ed è detta analfabetismo emotivo, fenomeno caratterizzato da tre elementi: l'assenza di consapevolezza, e quindi di controllo, delle proprie emozioni e dei comportamenti associati; la mancanza di consapevolezza delle ragio-

³² A. Oboler, *The Antisemitic Meme of the Jew*, OHPI, Sydney 2014.

³³ G. Riva, *I social network*, il Mulino, Bologna 2010.

ni per le quali si prova una certa emozione; l'incapacità di relazionarsi con le emozioni altrui e con i comportamenti che ne scaturiscono.

Infine, per la maggior parte dei casi, occorre respingere la retorica secondo cui l'utente sfrutterebbe l'anonimato per la diffusione dei contenuti d'odio. Al contrario, raramente vi è relazione tra violenza del discorso e non riconoscibilità dei profili, ma piuttosto gli odiatori online sembrano incuranti o fieri di esporsi, anche quando potrebbero essere perseguiti giuridicamente, oppure risultano *de facto* protetti dall'altissimo numero di messaggi scambiati e dall'assenza di risorse che sarebbero necessarie per svolgere indagini finalizzate a reperire le loro vere identità. Spesso nome e cognome utilizzati sono quelli reali ed anche l'uso di uno pseudonimo non impedisce d'identificare l'indirizzo IP. Si è anonimi in Rete quando la polizia postale non è in grado di riconoscere l'autore di un contenuto, non quando si usa uno pseudonimo; rimanere nell'anonimato è un procedimento complesso, composto da «una catena di azioni che, nella società controllata, diventa sempre più articolata»³⁴; del resto, il lasciar tracce e l'essere tracciati sono pratiche strutturalmente connesse ai social network. Tuttavia, sottolineando che si tratta di casi minoritari e di gruppi o profili di odio strutturato, va ricordato che vi sono strumenti professionali finalizzati a far perdere le proprie tracce online; è il caso, ad esempio, di Tor, strumento che permette di cambiare gli indirizzi IP della connessione e, quindi, far cadere quello che è il più certo collegamento tecnico e geografico a una persona presente su internet³⁵.

3. Un approccio che parta dall'educazione

Si è detto come, di fronte a un fenomeno come l'odio *online*, sia necessario un approccio multidisciplinare. Le Istituzioni internazionali, come l'Onu, il Consiglio d'Europa e l'Osce, indicano l'approccio *multiagency*, basato su una sempre maggiore sinergia tra operatori della sicurezza, operatori sociali, insegnanti ed educatori, membri e attivisti dell'associazionismo e delle ong. In campo educativo, non si va alla ricerca delle "mele marce", ma si agisce in un'ottica di prevenzione e di speranza verso ragaz-

³⁴ G. Ziccardi, *L'odio online. Violenza verbale e ossessioni in rete*, Raffaello Cortina, Milano 2016, p. 95.

³⁵ A.M. Johnson - P. Syverson - R. Dingleline - N. Mathewson, *Trust-based anonymous communication: Adversary models and routing algorithms*, in *Proceedings of the 18th ACM conference on Computer and communications security*, pp. 175-186.

zi e ragazze in crescita; l'ottica adottata mira a coinvolgere istituzioni e società civile per rafforzare la coesione sociale, creare legami, rompere la solitudine dei giovani marginali, creare dignità, rispetto, relazioni positive.

Si afferma, così, il ruolo delle agenzie educative – non solo la scuola – in un'educazione alla cittadinanza digitale (o cittadinanza *onlife*) fondata sulla consapevolezza di una svolta avvenuta con l'affermazione dell'autorialità dei media digitali. Significa che i nuovi media consentono con semplicità di produrre contenuti e di pubblicarli nel web senza l'intervento di apparati di mediazione, come sono le redazioni giornalistiche, le case editrici o le televisioni per i media mainstream.

Tutto ciò comporta un cambio dal punto di vista educativo: l'intento classico della media education era l'educazione al pensiero critico e U. Eco nel 1964 invitava a non dividersi tra apocalittici e integrati, tra chi rilevava solo gli effetti negativi del nuovo media di allora, ossia la televisione, e chi ne vedeva solo quelli entusiasmanti: la risposta era piuttosto educare lo spettatore allo spirito critico³⁶.

L'educazione allo spirito critico, intesa come capacità di saper leggere i linguaggi diversi con cui le forme culturali sono costruite ed essere consapevoli che accanto alle potenzialità legate alla tecnologia si celano profonde implicazioni sociali, culturali ed etiche, è l'eredità più classica della media education: in essa riconosciamo le tre matrici concettuali della coscientizzazione freiriana, della teoria critica francofortese e della semiotica dei media francese³⁷; al tempo dei media autoriali rimane valida, basti pensare al ruolo delle fake news del cospirativismo nei processi di elezione a bersaglio³⁸. L'apprendimento non è semplicemente una questione di accesso alle informazioni. Il pensiero critico nel web sociale è un processo riflessivo in cui dobbiamo costantemente mettere in discussione i nostri preconcetti, interpretazioni e conclusioni. Con la pervasività delle tecnologie, anche gran parte della vita privata diviene mediata; con D. Buckingham si può affermare che «i media rappresentano il mondo in modi particolari e su di esso fanno tutta una serie di affermazioni»³⁹, che

³⁶ U. Eco, *Apocalittici e integrati*, Bompiani, Milano 1964.

³⁷ P.C. Rivoltella, *Media education. Idea, metodo, ricerca*, Scholé, Brescia 2017.

³⁸ R. Brotherton, *Menti sospettose. Perché siamo tutti complottisti*, tr.it., Bollati Boringhieri, Torino 2017; S. Pasta, *Postverità e datificazione. Nuove conoscenze e nuove consapevolezze dall'educazione civica digitale*, in «Scholé. Rivista di educazione e studi culturali», 1(2021), (LIX), pp. 51-63.

³⁹ D. Buckingham, *Un manifesto per la media education*, tr. it., Mondadori, Milano 2020, p. 44.

possono essere esplicite oppure, più spesso, invisibili: si basano su pregiudizi latenti ed emozioni, attivano pensieri veloci più che lenti, ci invitano a reagire identificandoci o a reagire in modi particolari che potrebbero non essere immediatamente evidenti.

Se la dimensione critica rimane molto valida anche nell'attuale web sociale, tuttavia, con lo smartphone in mano, questa è solo metà dell'opera: è necessario educare alla responsabilità – intesa come valutare le conseguenze delle proprie azioni online – il produttore culturale che ciascun utente è diventato. Ciò porta nel web sociale alla confusione dei ruoli del fruitore e del produttore, fino al superamento della loro distinzione nella figura degli “spettatori”⁴⁰. La conseguenza è che, per un contenuto reso pubblico (ad esempio postato sul proprio profilo social), sulla carta le responsabilità del singolo e delle imprese di comunicazione sono sostanzialmente le stesse: nei media tradizionali la regolazione della sfera pubblica era attribuita agli apparati, con la trasgressione delle regole segnalabile all'Authority del Garante, mentre nel web 2.0 si deve affidare a chiunque, anche a un bambino o un adolescente, perché il semplice possesso dello strumento abilita a postare. Cade così la tradizionale distinzione tra i professionisti della comunicazione, come i giornalisti, e i comunicatori occasionali. Nel testo *Nemmeno con un click. Ragazze e odio online*⁴¹ è presentato il progetto “Digit.ALL – Young Digital Advocates come attori del cambiamento”, realizzato nelle scuole superiori di Milano e Torino, che ad esempio unisce educazione al pensiero critico e alla responsabilità nel contrasto al discorso d'odio sessista *online*.

Di fronte a fenomeni che possono sfociare in violenza come nei casi di hate speech online, il ruolo dell'educazione è anche richiamare la proposta di etica mediatica di R. Silverstone⁴², basata su giustizia mediale, ospitalità e responsabilità, in cui occorre costruire la dimensione morale fondandola sia sulla procedura, sia sulla responsabilità che ogni membro della *mediapolis* deve assumere per sé. Un'educazione alla cittadinanza digitale orientata in tal senso dovrà mirare a formare soggetti morali capaci di assumersi la responsabilità delle proprie azioni e il dovere di cura dell'altro,

⁴⁰ P. Aroldi, *La responsabilità difficile. Media e discernimento*, Rubbettino, Soveria Mannelli (CZ) 2012.

⁴¹ S. Pasta - M. Santerini (eds.), *Nemmeno con un click. Ragazze e odio online*, FrancoAngeli, Milano 2021.

⁴² R. Silverstone, *Mediapolis. La responsabilità dei media nella civiltà globale*, Vita e Pensiero, Milano 2009.

spingendo gli spettatori ad assumere il ruolo di soccorritori, processo che può essere facilitato dalla co-autorialità della cultura partecipativa. La sfida dell'educazione *onlife* è ritornare a pensare l'individuo come soggetto capace di assumersi le proprie responsabilità personali in uno scenario comunitario. Perché, con F. Hölderlin, «là dov'è il pericolo cresce anche ciò che salva»⁴³.

Infine, va ricordato che, anche se ancora non del tutto codificato dal punto di vista giuridico, l'hate speech è considerato a tutti gli effetti un grave pericolo per la coesione sociale, tanto più che il confine sottile con la libertà d'espressione e l'esigenza di preservare questo diritto fondamentale forniscono, a volte, il pretesto di lasciarlo diffondere senza limiti⁴⁴. Di fronte all'accettazione sociale di dottrine d'odio, parole sessiste, teorie razziste e in generale alla disinibizione tossica online, l'educazione è altresì chiamata a produrre riflessione sulla libertà in rete. Molti ragazzi, unendo all'adolescenza la repulsione alle norme che ha accompagnato la cultura cyberutopistica del web delle origini, sostengono, di fronte a parole d'odio, la libertà "di dire quello che si vuole", dunque che non si possa porre alcun limite a una presunta libertà d'espressione (è l'idea alla base del sistema giuridico degli Usa, dove i social hanno sede). Ma domandiamoci: la vera libertà è dire qualsiasi cosa, indipendentemente dalle sue conseguenze? O non è forse la libertà positiva proposta da M. Buber⁴⁵, una "libertà di" essere persone inserite in un contesto, persone in grado di esprimere una propria idea, aperte all'incontro con l'altro? Una libertà che, nello sperimentare un legame tra un Io e un Tu, contempi il vincolo sociale, ossia un Noi, che è il frutto dello sviluppo culturale. Essa può così prevedere valori condivisi per cui, di fronte a colui che ha un'opinione differente dalla mia, o che per qualche ragione è "diverso" da me, io non possa usare parole d'odio per non mettere a rischio anche me stesso e il Noi comune. Anche dalla risposta a questa domanda, che è innanzitutto una questione filosofico-educativa più che legale, dipenderà come vogliamo vivere insieme nei social, nelle nostre comunità e nella vita *onlife*.

⁴³ La citazione è tratta dalla poesia *Patmos* (secondo e terzo verso) di Friedrich Hölderlin del 1803.

⁴⁴ L'ECRI (*European Commission against Racism and Intolerance*) del Consiglio d'Europa ha raccomandato nel 2015 di porre limiti alla pur fondamentale libertà d'espressione e di opinione quando viola la dignità degli altri <https://rm.coe.int/ecri-general-policy-recommendation-no-15-on-combating-hate-speech/16808b5b01>.

⁴⁵ M. Buber, *Discorsi sull'educazione*, tr. it., Armando, Roma 2009.

Bibliografia

- Andrejevic M., *Infoglut. How Too Much Information is Changing The Way We Think and Know*, Routledge, London 2013.
- Aroldi P., *La responsabilità difficile. Media e discernimento*, Rubbettino, Soveria Mannelli (CZ) 2012.
- Boccia Artieri G., *Stati di connessione: pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*, FrancoAngeli, Milano 2012.
- Boyd D., *It's complicated. La vita sociale degli adolescenti sul web*, tr. it., Castelvecchi, Roma 2014.
- Brotherton R., *Menti sospettose. Perché siamo tutti complottisti*, tr.it., Bollati Boringhieri, Torino 2017.
- Buber M., *Discorsi sull'educazione*, tr.it., Armando, Roma 2009.
- Buckingham D., *Un manifesto per la media education*, tr. it., Mondadori, Milano 2020.
- Cheney-Lippold J., *We are Data. Algorithms and the Making of our Digital Selves*, New York University Press, New York 2017.
- Cohen Almagor R., *Confronting the Internet's Dark Side. Moral and Social Responsibility on the Free Highway*, Cambridge University Press, New York 2015.
- Damasio A., *L'errore di Cartesio*, tr. it., Adelphi, Milano 1994.
- M. D'Amico - S. Siccardi (eds.), *La Costituzione non odia. Conoscere, prevenire e contrastare l'hate speech on line*, Giappichelli, Torino 2021.
- Davis B., *Religion, hate speech and social media in Myanmar: Analysing methods of intervention*, MA Reconciliation and Peacebuilding - University of Winchester, Winchester 2015.
- Eco U., *Apocalittici e integrati*, Bompiani, Milano 1964.
- Eugeni R., *Capitale algoritmico. Cinque dispositivi postmediali (più uno)*, Scholé, Brescia 2021.
- Faloppa F., *#odio. Manuale di resistenza alla violenza delle parole*, Utet, Milano 2020.
- Floridi L., *La quarta rivoluzione. Come l'infosfera sta trasformando il mondo*, tr. it., Raffaello Cortina, Milano 2017.
- Gillespie T., *Custodians of the Internet. Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*, Yale University Press, New Haven-London 2018.
- Glaser E.M., *Is there a neurobiology of hate?*, in «Journal of Hate Studies», 7(1) (2009), pp. 7-19.
- Johnson A.M. - Syverson P. - Dingedine R. - Mathewson N., *Trust-based anonymous communication: Adversary models and routing algorithms*, in *Proceedings of the 18th ACM conference on Computer and communications security*, pp. 175-186.
- Kahneman D., *Pensieri lenti e veloci*, tr. it., Mondadori, Milano 2012.
- Lorusso A.M., *Postverità*, Laterza, Roma-Bari 2018.
- Nussbaum M., *L'intelligenza delle emozioni*, tr. it., il Mulino, Bologna 2004.
- Oboler A., *The Antisemitic Meme of the Jew*, OHPI, Sydney 2014.
- Palano D., *Bubble Democracy. La fine del pubblico e la nuova polarizzazione*, Scholé, Brescia 2020.
- Pariser E., *Il filtro. Quello che Internet ci nasconde*, tr. it., Il Saggiatore, Milano 2012.

- Pasta S., *Razzismi 2.0. Analisi socio-educativa dell'odio online*, Morcelliana Scholé, Brescia 2018.
- Pasta S., *Didattica della memoria. Insegnare il Porrajmos, contrastare l'antiziganismo e prevenire l'elezione a bersaglio di rom e sinti*, in «Consultori Familiari Oggi», 1/2020, XXVIII, pp. 54-68.
- Pasta S., *Detection di odio antimusulmano tra machine learning e valutazione qualitativa*, in S. Polenghi - F. Cereda - P. Zini (eds.), *La responsabilità della pedagogia nelle trasformazioni dei rapporti sociali. Storia, linee di ricerca e prospettive*, Pensa Multimedia, Lecce-Rovato (BS) 2021, pp. 1169-1179.
- Pasta S., *Postverità e datificazione. Nuove conoscenze e nuove consapevolezze dall'educazione civica digitale*, in «Scholé. Rivista di educazione e studi culturali», 1(2021), (LIX), pp. 51-63.
- Pasta S., *Ostilità. Vecchi e nuovi bersagli, vecchi e nuovi virus*, in «Scholé. Rivista di educazione e studi culturali», 2(2021).
- Pasta S. - Santerini M. (eds.), *Nemmeno con un click. Ragazze e odio online*, FrancoAngeli, Milano 2021.
- Riva G., *I social network*, il Mulino, Bologna 2010.
- Rivoltella P.C., *Neurodidattica. Insegnare al cervello che apprende*, Raffaello Cortina, Milano 2012.
- Rivoltella P.C., *Media education. Idea, metodo, ricerca*, Scholé, Brescia 2017.
- Santerini M., *Discorso d'odio sul web e strategie di contrasto*, in «MeTis – Mondi educativi. Temi indagati suggestioni», 2 (2009), IX, pp. 51-67.
- Santerini M., *La mente ostile. Forme dell'odio contemporaneo*, Raffaello Cortina, Milano 2021.
- Silverstone R., *Mediapolis. La responsabilità dei media nella civiltà globale*, Vita e Pensiero, Milano, 2009.
- Stern K.S., *The need for an interdisciplinary field of hate studies*, in «Journal of Hate Studies», 3(1), 2004, I, pp. 7-35.
- Van Dijck J. - Poell T. - De Waal M., *Platform Society. Valori pubblici e società connessa*, Guerini e Associati, Milano 2019.
- Wallace P., *La psicologia di Internet*, tr. it., Raffaello Cortina, Milano 2007.
- Ziccardi G., *L'odio online. Violenza verbale e ossessioni in rete*, Raffaello Cortina, Milano 2016.