

Prefazione

Ilenia Colonna, Università del Salento.

Da qualche anno a questa parte i discorsi di odio sono diventati un tema di grande interesse per gli studiosi delle scienze umane e sociali, che hanno infatti realizzato una considerevole quantità di studi e ricerche sul fenomeno. Il numero speciale di *H-ermes Journal of Communication*, che origina dal progetto “Oltre l’odio. Laboratori di formazione attiva al contrasto dei discorsi di odio (*Hate Speech*) in Rete” – di cui si parlerà nell’Introduzione al volume – si inserisce appieno in tale produzione.

La vasta letteratura oggi disponibile, oltre a essere un indicatore della diffusione dell’*hate speech*, ne sottolinea anche la complessa articolazione; caratteristica che si riflette nella multidisciplinarietà dei contributi raccolti in questo volume: Sociologia generale e della comunicazione, Sociolinguistica, Filosofia, Diritto, Psicologia semiotico-culturale.

Ciascun saggio tratta i discorsi di odio argomentandone le analisi attraverso le lenti di uno specifico ambito scientifico, di cui si adottano metodologie e interpretazioni. Al tempo stesso dalla lettura emergono alcuni tratti comuni (ad esempio il ruolo fondamentale delle *network media logic* (Klinger e Svensson, 2015)), che disegnano un *fil rouge* tra i diversi contributi. Soprattutto emerge in modo netto come ciascuna analisi, seppur dall’interno di un ambito specifico, collochi il fenomeno dell’*hate speech* – e la sua accelerazione – in una dimensione comunicativa sempre più digitalizzata, in cui si sviluppano processi politici, sociali, culturali.

Pur non essendo un fenomeno nato nella nostra contemporaneità è infatti innegabile come il processo di digitalizzazione – soprattutto l’avvento del web sociale – abbia prodotto una incontenibile diffusione dei discorsi di odio. In questo processo l’architettura del web e le sue logiche di funzionamento svolgono un ruolo fondamentale. Gli utenti che abitano la Rete producono e condividono

contenuti in base alle *affordances* offerte dalla tecnologia; la diffusione dei contenuti e il dibattito che questi possono generare sulle piattaforme social sono in una certa misura plasmati dalla tecnologia stessa, ad esempio attraverso la velocità del web sociale. La velocità, o meglio la fretta di consumare e condividere contenuti il più velocemente possibile – agevolata da funzioni come “Like” e “Condividi” – è nemica dell’agire razionale (Kahneman 2012) e concausa della diffusione di contenuti che potrebbero contenere *hate speech*.

Un’altra caratteristica della socialità (social) che favorisce la circolazione di prodotti digitali basata su un agire non razionale è la perdita di importanza dell’autorevolezza; questa nell’ambiente digitale non è sempre garantita da attori sociali riconosciuti – come le case editrici, le testate giornalistiche, le Università – ma è diffusa e identificata nei pari. È anche a causa della crisi dell’autorevolezza che le *fake news* riescono a diffondersi, rappresentando spesso una via per la diffusione virale dell’odio (Pasta 2018, p. 78).

Anche la banalizzazione, attraverso l’ironia, contribuisce alla diffusione dell’*hate speech*, depotenziandone i contenuti d’odio. Basti pensare ai meme, il cui uso virale, secondo alcuni studi, contribuisce alla normalizzazione e all’accettabilità sociale dei razzismi nella società (Oboler 2012; 2014a). Il caso di una vignetta antisemita studiata dall’*Online Hate Prevention Institute* (Oboler 2014b) ricostruisce il percorso che porta un contenuto d’odio a diventare “convenzionale” nel web (Cfr. Pasta 2018, p. 84 e segg.). Nel 2011 il sito *Know Your Meme* (sito web che permette agli utenti di generare meme, usando quelli famosi o creandone di nuovi) aggiunse la pagina “Jewspiracies” – rinominata “Le Happy Merchant” nel 2013 – in cui i creatori di meme potevano caricare le varie versioni ispirate alla vignetta originale¹. A questa sezione del sito era collegata una pagina facebook “The Merchant”, con la definizione “è un meme famoso”. Nell’immagine sorgente del meme si ritrovano gli elementi che caratterizzano lo stereotipo negativo dell’ebreo: barba nera, naso aquilino, schiena curva e mani che si sfregano. L’immagine fu creata da “A Wyatt Man” (Un Uomo Bianco), pseudonimo di un supremazionista bianco, ed era parte di un cartoon in cui ebrei e neri erano paragonati a ratti e scarafaggi. L’immagine inizia a diffondersi nel web

¹ Alcune di queste possono essere visualizzate cercando “Le Happy Merchant” in Google Immagini.

– anche grazie al sito di social news e intrattenimento, *Reddit* – al di fuori dei siti antisemiti; nel 2013, nei thread dei forum sul sito *4chan* (sito web di imageboard anonimo, uno dei luoghi in cui sono creati i meme che poi diventano celebri sui social) si registravano circa cinquanta immagini con protagonisti un orso e la solita stilizzazione dell'ebreo, descritta poc'anzi; le immagini avevano come titolo “Le avventure dell'orso americano & dell'happy merchant”. Alcune di queste immagini si trovavano anche sulla pagina Facebook, presentata in questo modo: “The Merchant aka Le Happy Merchant è un meme famoso. La pagina è solo per ridere, non è odio, quindi per favore non sentitevi offesi”. Si tratta di “un tipico meccanismo che permette all'odio online di divenire virale e mainstream” (ivi, p. 85). Un altro celebre esempio di tale processo è lo stereotipo dell'ebreo avaro reso attraverso l'immagine del personaggio Disney Paperon de Paperoni, che deriva, a sua volta da Ebenezer Scrooge, protagonista del *Canto di Natale* di Charles Dickens (1843): “tutti personaggi mainstream, utilizzati per rendere socialmente accettabile l'antisemitismo” (Pasta 2018, p. 85).

L'azione delle logiche dei social media – e dell'ambiente digitale in generale – nel potenziare la diffusione dei discorsi d'odio è ancora più profonda, se si pensa alla loro influenza sulla nostra capacità di “sentire” l'altro. Una comunicazione sempre più mediata dalle tecnologie digitali, infatti, modifica la nostra capacità di sperimentare e riconoscere le emozioni; la mancanza della compresenza fisica durante l'interazione diminuisce l'attivazione dei meccanismi di simulazione corporea e quindi la capacità di attivare i neuroni specchio per comprendere l'altro². In questi spazi digitali sembra prodursi una sorta di “analfabetismo emotivo”, un'alterazione della capacità di riconoscere e provare emozioni (Pasta 2018).

Le tecnologie digitali sarebbero, quindi, le imputate principali della diffusione dei discorsi d'odio. Tuttavia, è necessario considerare il rapporto

² I neuroni specchio sono dei neuroni motori che si attivano quando si compie un'azione o si vede qualcuno compiere un'azione simile che ha lo stesso scopo. Le ricerche del prof. Giacomo Rizzolatti hanno rivelato che il meccanismo specchio (attivato dai neuroni specchio) non interessa solo il sistema motorio ma anche i meccanismi emozionali. Una sorta di meccanismo globale di comprensione dell'altro. Quando si provano delle emozioni, queste vengono trasmesse agli altri attraverso dei processi innati, che però possono essere modificati dalla società. Sull'argomento, si consiglia la visione del video: <https://www.youtube.com/watch?v=n3ywQfLVtvg>, e la lettura di G. Rizzolatti, C. Sinigaglia, *So quel che fai. Il cervello che agisce e i neuroni specchio*, Cortina Raffaello, Milano 2005.

tecnologia-società come una relazione di interdipendenza. Le tecnologie incorporano i valori, le tensioni del contesto storico, sociale, culturale e politico nel quale nascono, e una volta immesse in quella società producono e subiscono cambiamenti generati dal modo in cui quella cultura accoglie il nuovo medium. Nell’*hate speech* online, inoltre, il fattore umano gioca un ruolo fondamentale: sono essere umani i programmatori che elaborano gli algoritmi di funzionamento delle piattaforme e che selezionano i dati con cui alimentarli – anche se gli ultimi sviluppi dell’Intelligenza Artificiale (si pensi a ChatGPT di Open AI) aprono nuovi interrogativi sulla “natura” delle tecnologie digitali e sulla coesistenza umano-digitale.

I discorsi di odio non nascono dunque con il web che, però, costituisce un ambiente nel quale l’odio assume nuove forme e raggiunge una velocità di circolazione senza precedenti.

I contributi raccolti nel volume testimoniano l’interesse che il tema dell’*hate speech* continua a destare tra gli studiosi. Se per un verso questo può essere letto come un segno positivo della volontà di indagare le varie dimensioni del fenomeno, dall’altro segnala il persistere delle difficoltà nel contrastare l’*hate speech*. Aspetto problematico che emerge come il leitmotiv degli articoli, in cui si ragiona sugli sforzi compiuti dalle piattaforme online e dalle istituzioni, e al tempo stesso se ne sottolineano i pesanti limiti – molti dei quali imputabili ai tratti peculiari dell’ecosistema digitale e al processo di piattaformaizzazione della società (van Dijck, de Waal, Poell 2018).

Le riflessioni e le ricerche sui discorsi d’odio segnalano, insomma, come il web sia diventato altro rispetto a quanto immaginato e perseguito da John Perry Barlow³, quando l’8 febbraio 1996 pubblicava online la *Dichiarazione di indipendenza del cyberspazio*. Da quando i sogni e le aspettative sulle meraviglie del web (la “rivoluzione democratica”, il cyberspazio privo di pregiudizi e discriminazioni) si sono infranti con lo scoppio della *dot-com bubble* del 2001, i lati oscuri della Rete (cfr. Balbi, Magaudda 2014) – nascosti sino a qual momento

³ Saggista, poeta, paroliere del gruppo rock statunitense dei *Grateful Dead*, nel 1990 ha fondato con Mitch Kapor e John Gilmore l’ Electronic Frontier Foundation: una organizzazione non-profit nata per proteggere le libertà civili nell’era digitale.

dal cono d'ombra del cyber-entusiasmo – sono diventati sempre più evidenti; soprattutto con l'avvento del web sociale (o web 2.0) che ha modellato la nuova socialità *networked*.

I contributi di questo numero speciale sottolineano come i discorsi di odio trovino la massima circolazione nel web, in quel cyberspazio declamato negli anni Novanta in cui tutti, grazie alle *technologies of freedom* (De Sola Pool 1995), avrebbero potuto accedere a una società priva di barriere e di tutti quei vincoli che impedivano agli individui di essere veramente liberi. Non è andata così, evidentemente.

Dunque, c'è ancora molta strada da fare per arginare efficacemente l'*hate speech* che, nonostante continui a essere indagato nelle sue varie dimensioni, resta "inafferrabile", a partire dalla problematicità della sua definizione e "al di là dei suoi aspetti contingenti e variabili" (Petrilli 2022, p. 122). Su questo autori e autrici concordano, così come sullo snodo centrale del volume, ovvero la necessità di un processo di sensibilizzazione davvero efficace che coinvolga e faccia dialogare i vari ambiti attoriali (istituzionale, legislativo, digitale – le piattaforme – politico, culturale) che il fenomeno dei discorsi di odio chiama in causa.

Riferimenti bibliografici

- Balbi G., Magaudda P., 2014, *Storia dei media digitali. Rivoluzione e continuità*, Editori Laterza, Bari-Roma.
- De Sola Pool I., 1995, *Tecnologie di libertà*, Utet, Torino.
- Kahneman D., 2012, *Thinking, Fast and Slow*, Macmillan, New York 2011; tr. it., *Pensieri lenti e veloci*, Mondadori, Milano 2012.
- Klinger U., Svensson J., 2015, *The emergence of network media logic in political communication: a theoretical approach*, in "New Media & Society", 17, n.8, pp. 1241-1257
- Oboler A., 2012, *Multiple and Severe Hate Speech on YouTube*, OHPI, Sydney
- Id., 2014a, *A Brief Guide to Reporting Antisemitism on Facebook*, OHPI.
- Id., 2014b, *The Antisemitic Meme of the Jew*, OHPI, Sydney.

- Pasta S., 2018, *Razzismi 2.0. Analisi socio-educativa dell'odio online*, Scholé-Editrice Morcelliana, Brescia.
- Petrilli R., 2022, *Discorso d'odio e opinione pubblica*, in Gherardi L., (a cura di), *Lezioni brevi sull'opinione pubblica Nuove tendenze nelle scienze sociali*, Meltemi, Milano, pp. 119-134.
- Rizzolatti G., Sinigaglia C., 2005, *So quel che fai. Il cervello che agisce e i neuroni specchio*, Cortina Raffaello, Milano.
- Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M., 2018, *The platform society: Public values in a connective world*, Oxford University Press, Oxford; trad. it., *Platform Society. Valori pubblici e società connessa*, Guerini, Milano, 2019.