

DIRITTI E DOVERI DI CITTADINANZA TRA ITALIA ED EUROPA

Lezioni della Scuola di Cittadinanza
Torino-Cuneo 2024

A CURA DI
LUCA IMARISIO
FEDERICA PASQUINI
GIORGIO SOBRINO



UNIVERSITÀ
DI TORINO



Università di Torino
Dipartimento di Giurisprudenza

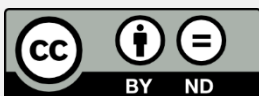
**DIRITTI E DOVERI DI CITTADINANZA
TRA ITALIA ED EUROPA**

**A CURA DI
LUCA IMARISIO
FEDERICA PASQUINI
GIORGIO SOBRINO**

*Lezioni della Scuola di Cittadinanza 2024
Torino-Cuneo*

NOTICE OF COPYRIGHT

Diritti e doveri di cittadinanza tra Italia ed Europa edited by Luca Imarisio, Federica Pasquini, Giorgio Sobrino is licensed under CC BY-ND 4.0.



IN COPERTINA: FOTOGRAFIA TRATTA DA UNSPLASH

UNIVERSITÀ DI TORINO | UNIVERSITY OF TURIN

Collane@UniTO



UNIVERSITÀ
DI TORINO



Università di Torino
Dipartimento di Giurisprudenza

A CURA DI | EDITED BY

Luca Imarisio – Federica Pasquini – Giorgio Sobrino

Settembre 2025, Torino | Università degli Studi di Torino

ISBN 9788875903688

L'*hate speech* online e le risposte della Cittadinanza Onlife

di Stefano Pasta

Ricercatore presso il Centro di Ricerca
sull'Educazione ai Media, all'innovazione e alla
Tecnologia (CREMIT)
Università Cattolica del Sacro Cuore

In questo capitolo intrecceremo la prospettiva della Cittadinanza Onlife, ossia caratterizzata dal considerare la socialità e la dieta informativa nell'ibridazione e nei continui rimandi tra online e offline (Pasta, Rivoltella, 2022), con l'analisi dell'odio online (Pasta, 2018), l'educazione nei contesti di pluralismo culturale e religioso (Cuciniello, Pasta, 2020) e l'intervento mediaeducativo (Pasta, Santerini, 2021). La sfida del vivere insieme al tempo della "superdiversità" è dunque declinata, in ottica interculturale, nel web sociale e con attenzione ai consumi mediali contemporanei (Pasta, Zoletto, 2023), ragionando su come contrastare le manifestazioni di hate speech.

1. Il fenomeno "*hate speech*"

Occorre, innanzitutto, condividere tre premesse riguardanti i fenomeni indicati come "hate speech". La prima ricorda che i percorsi che portano all'odio vanno interpretati, anche per il web, come processi

graduali 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; è l'insegnamento sui meccanismi di elezione a bersaglio che traiamo dalla Shoah, in quanto processo d'odio più studiato e analizzato (Santerini, 2003), e che è ben espresso dalla "Piramide dell'odio", uno strumento interpretativo nato nell'ambito della didattica della Shoah con l'Anti-Defamation League¹, per indicare la gradualità dell'elezione a bersaglio. In un percorso sulla Shoah, ad esempio, è riduttivo (e meno efficace da un punto di vista educativo) parlare solo dei camini di Auschwitz, poiché è troppo facile prenderne le distanze, darne un giudizio negativo e non sentirsi chiamati in causa; al contrario, quell'esito estremo va affrontato come soglie che si passano e tabù che si abbattono (le fasce della piramide), praticando una didattica che proietti le vicende storiche sul presente e sul futuro per attualizzarne i significati, creando un impegno per i diritti umani, la tolleranza e la pace, che prevenga e contrasti le manifestazioni di odio (Pasta, 2017). Altri esempi di come applicare tale meccanismo interpretativo possono essere i casi di femminicidio di cui si è molto parlato di recente (Cecchettin, 2025), che vanno interpretati anche come l'esito più efferato di processi di accettazione sociale di discorsi e pratiche sessiste (Pasta, 2024*2022); oppure, la Piramide dell'odio permette di interpretare l'escalation, talvolta anche rapida, dei processi di elezione a bersaglio – online e offline – che indichiamo con bullismo e cyberbullismo. Allo stesso modo, nel web, occorre interpretare la 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. Inoltre, la Piramide

¹ Online è possibile scaricarne alcune versioni in italiano realizzate dallo Shoah Foundation Institute per differenti target di età. In particolare, si veda l'infografica della Piramide dell'odio (Commissione Jo Cox, 2017) al link: https://www.camera.it/application/xmanager/projects/leg17/attachments/uploadfile_commissione_intolleranza/files/000/000/006/INFOGRAFICA_EN.pdf

dell'odio ha altresì il merito di sottolineare il collegamento tra “parole” e “crimini” d'odio, con alla base un linguaggio ostile normalizzato e che ricorda come nelle società democratiche si può passare da un infrazzismo e da un discorso d'odio banalizzato a quello conclamato che produce veri e propri atti criminali. Anche se le forme di odio più strutturato, dall'islamofobia all'antisemitismo, si presentano nelle sue forme più “deboli” (banalizzazione, derisione, pedagogie popolari implicite...), bisogna considerare che tali fenomeni non sono altro che la base di quella Piramide, in cui gli stereotipi e il pregiudizio possono esprimersi a livello di immaginario collettivo e trasmettersi tra le generazioni e in cui l'avversione basata sul pregiudizio si esprime non solo a livello razionale ma anche a livello emotivo e subliminale, venendo alimentata da pregiudizi inconsci e accettati socialmente e dunque considerati “normali” (Pasta, 2018).

La seconda premessa sottolinea come la categoria di “odio” faccia riferimento a un fenomeno complesso e multidimensionale, talvolta difficile da individuare e da delimitare a livello sociale o giuridico; in sintesi, si tratta, pertanto, di una “categoria ambigua ma utile” (Pasta, 2025). Gli elementi di ambiguità sono dati dall'ambivalenza definitoria secondo le differenti discipline – giuristi e pedagogisti, psicologi e storici, informatici e sociologi hanno prospettive diverse sul fenomeno –, pur a fronte di una generale comprensione del significato del fenomeno (chiunque ha un'idea di che cosa intendere per “odio”); inoltre, è un fenomeno sociale a cui concorrono diverse reti cerebrali, tanto che gli studi neuroscientifici, mentre identificano con maggiore precisione le aree del nostro cervello deputate all'aggressività, rabbia o istinto di violenza, per quanto riguarda l'odio parlano di un assemblaggio di emozioni (Santerini, 2021). Allo stesso tempo, tuttavia, l'*hate speech* è una categoria “utile” per diverse ragioni: include la galassia degli “anti”, degli “ismi”, delle “fobie” (antisemitismo, antiziganismo, omofobia, sessismo, islamofobia..., ma anche l'elezione a bersaglio di un singolo, simbolo di “qualcosa”), declinando quindi una riflessione sull'ostilità verso le differenze in un momento in cui la

superdiversità è sempre più caratterizzante le società contemporanee. Inoltre, questa categoria è utile poiché unisce una scala di comportamenti differenti (da lievi a gravi), come insulti, derisioni, minacce verbali, linguaggio accusatorio, discriminazioni, violenza fisica e persecuzione, hate crimes; indica le caratteristiche comuni di differenti *flame wars*, permettendo di cogliere la prospettiva intersezionale sempre più centrale negli *Hate Studies* anche applicati alla dimensione scolastica (Granata, 2020; Pasta, 2021a) e la rilevanza del web sociale nelle forme di “disinibizione tossica”.

A partire dalle ricerche dell'Osservatorio Mediavox dell'Università Cattolica, Milena Santerini e Stefano Pasta hanno ideato la proposta interpretativa dello “Spettro dell'Odio Online” per superare la mera distinzione binaria odio sì/no rispetto alle manifestazioni online (Pasta, 2024b). Sebbene lo spettro indichi una progressione di intensità, non va inteso in modo rigido: un contenuto digitale può essere d'odio anche se non presenta tutti e sette gli indicatori (al contrario lo è di sicuro qualora presenti in contemporanea i sette indicatori), ma questa gradazione può indicare l'intensità e alcune caratteristiche utili da conoscere per il contrasto del fenomeno.

Questi sono i sette indicatori dello “Spettro dell'Odio Online”:

- *Pubblico*: il contenuto può essere visto senza limitazioni da parte degli utenti; non è dunque un messaggio privato in una cerchia ristretta.
- *Gruppo target - altro target*: il contenuto d'odio colpisce un gruppo target, o un individuo legato a quel gruppo, o un singolo per quello che rappresenta (un testimonial della campagna vaccinale, una persona malata, un politico...); come indicato nelle definizioni europee, spesso i bersagli sono le minoranze o i loro membri e tale processo di elezione differenzia questi contenuti dai comportamenti dello spettro del cyberbullying.
- *Non vuole redimere*: il discorso non è interessato a far cambiare idea alla vittima di odio, ma soltanto a insultarlo e a fargli del

male. Va altresì considerato che molto spesso il bersaglio dell'odio non è l'interlocutore, ma è l'oggetto del discorso (Pasta, 2018), quindi raramente lo scopo dell'autore di hate speech è "redimere" il bersaglio, anche perché le forme più strutturate d'odio non permettono, appunto, la redenzione, in quanto il bersaglio è odiato "in quanto tale" (ebreo, straniero, nero, rom...), indipendentemente dai suoi comportamenti individuali.

- *Ha intento di fare del male*: il contenuto è segnato da un'intenzionalità dell'autore di colpire la vittima (individuo o bersaglio), non vuole cambiare la situazione nel senso trasformativo dell'educazione, ma solo offendere e fare del male. Anche in questo caso va precisato che spesso il bersaglio non coincide con l'interlocutore ma piuttosto con l'oggetto del discorso, quindi spesso assume la forma di discorsi con l'intenzionalità di produrre ostilità verso il bersaglio.
- *Esprime odio*: il contenuto d'odio contiene espressioni di odio in forma verbale esplicita, ossia *hate words*, insulti verbalmente espliciti, oppure discorsi in cui si nega l'altro come persona, considerandolo inferiore, o attribuendogli qualità negative, insultandolo, o umiliandolo; quando la presa di mira prevede la partecipazione di più persone, il flusso discorsivo prende la forma del flaming.
- *Possibilità di avere una risposta violenta*: i toni del discorso sono segnati da violenza o intensità tale che, seguendo i meccanismi tipici della disinibizione tossica online, permettono facilmente e velocemente di avere una risposta di incitamento all'odio e alla violenza.
- *Incita all'odio e alla violenza*: sono quei contenuti di odio che, in modo esplicito e diretto, incitano all'odio e alla violenza, in cui l'autore mira ad ampliare i coproduttori del discorso d'odio. In questi casi l'odio online è un background particolarmente fertile per azioni d'odio offline (o meglio, *onlife*), e *hate crimes*.

Infine, in coerenza con questo approccio – ed è la terza premessa relativa all’odio –, un quadro definitorio utile è la CM/Rec(2022)16, approvata il 20 maggio 2022 dal Consiglio dei Ministri del Consiglio d’Europa (132^a sessione), poiché divide l’hate speech in tre categorie differenti, ciascuna delle quali richiede risposte e misure diverse:

- incitamento all’odio illegale soggetto a responsabilità penale;
- 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 «una responsabilità penale, civile o amministrativa, possono ciononostante provocare o amplificare i pregiudizi, l’intolleranza e l’odio, suscitare preoccupazioni in termini di tolleranza, civiltà, inclusione e rispetto dei diritti altrui, e minacciare la coesione sociale e la stabilità democratica» (Consiglio d’Europa, 2022, p. 20).

La scelta di includere nella definizione del fenomeno anche questo terzo livello, che potremmo chiamare “della cittadinanza”, ha decisive implicazioni per il contrasto all’odio online, poiché, accanto al quadro giuridico, riporta al centro della riflessione le prospettive educative e culturali, su cui diversi attori – dalle ong alle istituzioni europee, dalle scuole ai gruppi di attivisti – hanno agito in questi anni, elaborando diverse strategie.

2. Il web sociale e la propagazione dell’odio

Per analizzare e contrastare l’hate speech all’interno del web sociale, è indispensabile soffermarsi su alcune caratteristiche strutturali degli ambienti digitali. I cosiddetti “pubblici interconnessi” (boyd², 2014) possono essere descritti a partire da tre elementi chiave: l’audience

² La scrittura del nome e cognome in minuscolo è una rivendicazione della stessa danah boyd.

invisibile, ossia l'impossibilità di conoscere pienamente il pubblico effettivo cui ci si rivolge; i contesti collassati, che indicano la compresenza di spazi sociali eterogenei non più distinguibili secondo coordinate spazio-temporali; e l'intreccio fra pubblico e privato, determinato dall'incapacità di controllare la circolazione dei contenuti. Contrastare l'odio online implica dunque anche un'educazione alla consapevolezza di queste dinamiche ambientali, quale condizione per sviluppare forme di cittadinanza digitale etica e responsabile. In questa prospettiva, si richiamano ora alcune caratteristiche che facilitano i processi di presa di mira nel web sociale.

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 Daniel Kahneman (2012) chiama "sistema 1" e contrappone a quello lento e razionale, detto "sistema 2". 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 sistema 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 (Ferrari, Pasta, 2023). In tale condizione, il rischio è quello di abbandonarsi ad abitudini cognitive come la "preferenza endogruppale", che porta a giustificare i comportamenti di chi sentiamo affine e, al contrario, a interpretare come tratti essenziali e negativi quelli degli altri. In una ricerca condotta con il Centro di

Ricerca sull'Educazione ai Media, all'Innovazione e alla Tecnologia (Cremat) dell'Università Cattolica di Milano, giovani coinvolti in performance di odio online spiegavano: «L'ho fatto senza pensarci», «un attimo di rabbia», «ero preso dall'enfasi»; e quasi nessuno, a distanza di mesi, ricordava di aver messo “mi piace” a frasi d'odio (Pasta, 2019).

Il sovraccarico informativo è strettamente connesso ai criteri di selezione delle fonti, che nel digitale danno vita a nuovi modelli di autorialità. Se nella cultura del libro l'autorevolezza era garantita da istituzioni centrali (editori, università, quotidiani e riviste) e prima ancora attribuita a pensatori eminenti o testi sacri (*l'ipse dixit* ricordato da Cicerone per Pitagora o *l'auctoritas* medievale di Aristotele), con il web sociale assistiamo a una radicale trasformazione. La prima stagione della rete ha visto emergere nuovi intermediari culturali, che hanno favorito la cosiddetta disintermediazione: l'autorevolezza era riconosciuta dai pari attraverso like, condivisioni e interazioni. Un esempio significativo riguarda i risultati di ricerca su Google: per lungo tempo, digitando “video Olocausto”, uno dei primi contenuti in italiano era un video negazionista della Shoah con milioni di visualizzazioni. Questo dimostra come le piattaforme abbiano assunto un ruolo centrale nel profilare e gerarchizzare contenuti e utenti, gestendo l'intero orizzonte socio-tecnico attraverso la logica opaca degli algoritmi, veri protagonisti dell'attuale fase del web sociale (Eugeni, 2021). In tale scenario, la questione non è più l'accesso alle informazioni, ma la loro selezione, oggi delegata agli algoritmi: sistemi automatizzati – ma costruiti su scelte umane, istituzionali e commerciali – che definiscono priorità di visualizzazione sulla base dei profili degli utenti (Bortone, 2023). Questo meccanismo ha contribuito a rafforzare polarizzazione e radicalizzazione, generando filter bubbles invisibili che influenzano il dibattito pubblico e la formazione dell'opinione (Corrado, Pasta, 2025). Da qui derivano fenomeni come le echo chambers, che allontanano il confronto dalla sfera pubblica, creando spazi ideologici chiusi e impermeabili al dissenso. Eli Pariser

(2012) ha descritto questo processo con la nozione di filter bubble, sottolineando come ognuno viva dentro una bolla che seleziona gusti e preferenze, generando l'illusione di un reale filtrato dalle proprie convinzioni. Tali bolle interpretano ogni evento secondo la logica dicotomica dentro/fuori, favorevole/contrario, con me/contro di me, rafforzando il cosiddetto "effetto bivio". In questo modo, prendere posizione diventa un atto immediato e quasi automatico, con il risultato di una chiusura progressiva alle opinioni divergenti.

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 a secondo dei loro gusti. Quando ricerco un'informazione, il motore di ricerca mi proporrà quella che ritiene più vicino 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» (Lorusso, 2018, p. 42). Secondo questo criterio la deformazione del reale diventa un rischio altamente probabile, derivante 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* (Pasta, 2018) 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 rilevava che, a parte un piccolo gruppo di aderenti all'estremismo violento, 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 problematica (Rivoltella, 2024) e quanto, più che ragionare con categorie deterministiche (l'età anagrafica), occorra invece educare alla responsabilità e a prendere sul serio le conseguenze delle proprie azioni nel digitale.

La banalizzazione dei contenuti si alimenta anche attraverso immagini e meme, ovvero vignette o immagini stereotipate che vengono riprodotte con leggere variazioni, che possono avere un ruolo nel rendere un contenuto 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 (Pasta, 2022). Nei processi di "presa di mira" e di elezione a bersaglio, il loro uso virale 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 accada ai messaggi esclusivamente testuali, tanto che si può parlare di una "semiotica dell'attivazione cognitiva" (Petrucchio, 2022). 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.

Le *flame wars* si accompagnano spesso all'analfabetismo emotivo: nel momento in cui l'interazione mediata sostituisce la fisicità del corpo, attiviamo meno meccanismi di simulazione corporea, attraverso i 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 (Riva, 2025). 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. L'analfabetismo emotivo è caratterizzato da tre elementi: l'assenza di consapevolezza, e quindi di controllo, delle proprie emozioni e dei comportamenti associati; la mancanza di consapevolezza delle ragioni per le quali si prova una certa emozione; l'incapacità di relazionarsi con le emozioni altrui e con i comportamenti che ne scaturiscono.

Dalla sociologia tedesca, e in particolare dagli studi di Noelle-Neumann (1980), occorre, poi, richiamare la spirale del silenzio: è una teoria proposta ben prima dell'affermazione del digitale, a proposito dell'oscuramento delle opinioni minoritarie nella comunicazione di massa. È l'idea che la maggior parte delle persone, quando percepisce di avere un'opinione diversa dalla maggioranza, si rifugia nel silenzio. Le persone hanno sempre un'opinione su quale sia la tendenza

maggioritaria e, subendo la paura dell'isolamento, tendono a tacere la propria opinione se differente. Quanto ai processi di "presa di mira", il nostro bagaglio culturale fa i conti con le "convinzioni" secolari spesso, "intuitivamente", optano per confermare gli stereotipi e i pregiudizi. Alcuni studi (Hampton *et al.*, 2014) mostrano che, nel web, il ruolo della spirale del silenzio è ancora più forte: non si vuole lasciare tracce digitali delle proprie opinioni minoritarie, dato che si teme di poterne essere danneggiati socialmente, e si risente fortemente della pressione di conformità e del desiderio di essere popolari. In considerazione del ruolo del "silenzio delle maggioranze" nella progressione dei processi di elezione a bersaglio, da questo fenomeno viene una grande domanda su come educare a non cedere al conformismo passivo e a come essere "soccorritori attivi" piuttosto che "spettatori passivi".

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 la violenza del discorso e la 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; del resto, il lasciar tracce e l'essere tracciati sono pratiche strutturalmente connesse al web sociale. 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 (Ziccardi, 2012).

3. Educare alla Cittadinanza Onlife, tra pensiero critico e responsabilità

Le manifestazioni di odio online sono molto diverse tra di loro a livello di intenzionalità, da quelle degli odiatori storici e strutturati che usano la Rete per organizzarsi e per diffondersi (Pasta, 2021b) a quelle di chi, con differenti età, si giustifica dicendo che ha semplicemente “fatto una battuta”. Si è già detto come la pretesa di non essere presi sul serio caratterizzi molti autori di forme di odio esplicito, da me contattati nell’ambito di ricerche (Pasta, 2019), e che tale istanza faciliti, consapevolmente o inconsciamente, l’accettazione sociale da parte della collettività.

Il contagio e la normalizzazione dei discorsi d’odio costringono a ripensare l’educazione alla cittadinanza, anche partendo da una sempre maggiore comprensione di come agisce la nostra mente. Le democrazie, sfidate dalla lunga pandemia e dai venti di guerra, sono oggi chiamate a esprimersi sui propri valori di fondo, tra individualismi e populismi, tra autoritarismi e tecnocrazie. Per questo, ci viene chiesto di rivisitare in chiave morale il problema dei fenomeni d’odio, orientando chi si occupa del digitale a tenere connessi la dimensione cognitiva e quella affettiva. Nel web sociale, in particolare, le emozioni, positive e negative, sono veri e propri processi relazionali tra la persona e l’ambiente, che qualificano le intenzionalità, chiariscono i valori, illuminano la razionalità senza necessariamente ostacolarla, bensì rappresentando una guida per comprendere il mondo che arricchisce e orienta la sensibilità e l’interiorità. Il “sentire affettivo” accompagna l’azione, ma non prescinde da scelte meditate, consapevoli e responsabili. Le persone non si comportano “naturalmente” in modo giusto ed altruista: molte vicende del passato e del presente dimostrano il contrario. Occorre, anche nel web sociale, promuovere un istinto pro-sociale “universale” che può essere coltivato e educato. In altre parole, la “mente-specchio” interroga l’educazione soprattutto rispetto ai processi di condivisione e riconoscimento degli altri esseri umani (Santerini, 2025); sia attraverso

app, sia promuovendo nei social conversazioni volte ad educare alla riflessività, vi sono situazioni in cui la via da percorrere può essere educare all'empatia, proponendo di mettersi nei panni dell'altro: individuare i singoli nella massa aiuta a rompere il circolo vizioso del capro espiatorio, a non essere indifferenti e ad essere invece maggiormente disposti alla riflessività. Immagini e meme – proprio per la natura veloce della comunicazione social – possono partecipare a questa “sfida dell'empatia”, come sul tema della migrazione contribuì la famosa immagine di Alan Kurdi, il bambino di tre anni annegato nel Mar Egeo e deposto sulla spiaggia nel 2015 (Colombo, 2018). Inoltre, di fronte ai processi di elezione a bersaglio – dal cyberbullismo all'hate speech – cooperazione e solidarietà indicano la via di un'educazione meno formale ed astratta, realizzata nel concreto delle relazioni interpersonali onlife, nutrita della comprensione degli aspetti emozionali che ci spingono “contro l'altro” e guidata dalla consapevolezza di quanto gli esseri umani si riconoscano vicendevolmente.

Rafforzare un'empatia originaria, tuttavia, è solo il primo passo. Ancor più importante appare l'esigenza di consolidare, a partire dall'imitazione e dalla compassione “istintiva”, comportamenti di aiuto e cooperazione, respingendo la tentazione dell'aggressività, dell'inerzia, dell'indifferenza e dell'esclusione morale, così come del pregiudizio verso l'estraneo. Anche nel digitale occorre educare all'essere soccorritori attivi e non spettatori passivi di fronte ai processi di elezione a bersaglio. In *Razzismi 2.0* (Pasta, 2018) sono state analizzate campagne social che agivano in questa direzione.

Il web sociale si configura, infatti, come uno spazio ambivalente, in cui la compresenza di produzione e consumo culturale può rafforzare processi di *othering*, favorendo forme identitarie escludenti, ma, al contempo, può rappresentare un terreno fertile per la costruzione di percorsi di cittadinanza digitale e media education, come dimostrano le esperienze di contronarrazione. In altre sedi (Pasta, 2024c) sono stati analizzati progetti di intervento mediaeducativo anche con il

coinvolgimento di gruppi di attivisti delle minoranze prese a bersaglio, con intervento diretto (counter speech) o di costruzione di un frame narrativo alternativo (alternative speech) di fronte alle manifestazioni di odio. Ad esempio, nel testo *Studenti musulmani a scuola. Pluralismo, religioni e intercultura* (Cuciniello, Pasta, 2020), si è dato conto di una ricerca-azione del Centro di Ricerca sulle Relazioni Interculturali dell'Università Cattolica con attivisti musulmani, finalizzata a riconoscere le forme di islamofobia nei social network, per classificarne i contenuti e costruire interventi educative per il loro contrasto (Pasta, 2020).

Taluni di questi interventi mediaeducativi sfruttano le opportunità connesse alle logiche partecipative, inclusive e creative del web sociale, specialmente attraverso le tecniche di Peer&Media Education (Ottolini, Rivoltella, 2014), per promuovere Cittadinanza Onlife. In *Nemmeno con un click. Ragazze e odio online* (Pasta, Santerini, 2021) si analizza il progetto Digit.ALL finalizzato al contrasto dell'odio verso le ragazze nei social. I laboratori con le classi delle scuole superiori coinvolte sono stati realizzati in tre fasi: l'emersione dei temi e l'analisi critica di prodotti dei consumi mediali digitali per disvelare stereotipi e pregiudizi sessisti; la costruzione di materiali con differenti formati comunicativi e stili espressivi (canzone rap, video di TikTok, la riproduzione di scambi via WhatsApp, locandine e immagine grafico-pubblicitarie, componimenti poetici, meme); la creazione e la diffusione di una campagna social tramite una pagina Instagram e la realizzazione di una mostra su pannelli fisici con gli stessi artefatti. Tutte queste fasi sono basate sul protagonismo delle ragazze e dei ragazzi e delle loro realizzazioni (produzione e scelta degli artefatti, decisione del nome della campagna social e produzione del logo, diffusione online...) e sul ricorso – tanto nell'analisi quanto nella produzione – di prodotti mediali vicini agli usi quotidiani dei giovani. I partecipanti a Digit.ALL, infatti, co-creano prodotti artistici digitali e si connettono con i pari nel web sociale per condividere narrative dalle loro prospettive situate e dai loro vissuti.

L'esempio riportato sottolinea come una prospettiva di Cittadinanza Onlife promuova una Media Literacy in cui le competenze digitali, accanto all'educazione al pensiero critico e alla responsabilità, si esplicitano nell'impegno e nell'attivismo in un "terzo spazio" digitale (Marangi, Pasta, 2025), che utilizza la diffusa propensione dei giovani al consumo mediale e all'uso del digitale come punto di partenza per tre processi:

- sviluppare conoscenze che permettano di stratificare e rendere più complessi i contenuti di un prodotto o di un ambiente mediale;
- attivare competenze di utilizzo che facilitino la capacità di variare le strategie di uso e di produzione di contenuti comunicativi e narrativi;
- promuovere la consapevolezza dei rischi e al contempo delle potenzialità strategiche di utilizzo dei media e degli ambienti digitali per articolare ed esprimere la propria prospettiva di sguardo e di partecipazione attiva alla vita sociale e culturale.

Nel progetto si è applicato un approccio pedagogico coerente con le tre dimensioni della pratica mediaeducativa teorizzata da Buckingham (2020), basata sulla relazione dinamica tra la lettura (l'analisi testuale), la scrittura (la produzione creativa) e l'analisi contestuale (tramite cui la lettura e la scrittura vengono inserite in un contesto sociale più ampio e collettivo, la campagna contro l'odio sessista).

Sono state applicate tre modalità di azioni mediaeducative (Cappello, 2020):

- una modalità interpretativa, che opera in base a strategie sistematiche di analisi testuale secondo un modello di "semiosi allargata" e che include, oltre agli aspetti cognitivi, anche gli elementi affettivi, proiettivi, ritualistici della fruizione mediale;
- una modalità delle scienze sociali che, adottando una prospettiva macro, studia i media in funzione delle loro

relazioni socio-culturali, economico-industriali, ideologico-politiche con istituzioni, gruppi, individui;

- una modalità creativa che, in una prospettiva micro, va ad integrare l'approccio critico-interpretativo con la produzione di artefatti che valorizzino il vissuto personale dei soggetti impiegando media e formati diversi.

In questo modo, recuperando lo slancio trasformativo della realtà che lo sguardo pedagogico non deve mai dimenticare, attraverso un "approccio olistico" alla Cittadinanza Onlife (Pasta, Rivoltella, 2022), che educa ai media come sistemi complessi di significazione e rappresentazione, produzione industriale e controllo sociale, spazio dell'attivismo e dell'impegno per la giustizia sociale, piuttosto che limitarsi alla dicotomia rischi-opportunità. Le logiche inclusive e partecipative di civic engagement (Pasta, Marangi, 2023) fanno invece produrre ai giovani formati mediali e dispositivi comunicativi concretamente esperibili e condivisibili sul territorio e nella quotidianità: l'intreccio tra efficacia mediale-comunicativa e gravidanza educativo-relazionale non può limitarsi al concetto di "prodotto" o di "esperienza" in sé, ma deve esplicitarsi come concreta acquisizione di competenze e sviluppo di consapevolezza che si reitera quotidianamente, e si diffonde dal personale al collettivo, al territorio in cui si vive, inteso nella sua doppia accezione di luogo fisico e di contesto socio-culturale, oltre ogni sterile antitesi tra "reale" e "virtuale". Si recupera in questo modo l'etica della mediapolis teorizzata da Roger Silverstone (2009), basata su tre punti: la giustizia mediale, l'ospitalità e la responsabilità. Questa prospettiva educativa è orientata alla formazione di cittadini digitali come soggetti morali, ma cambia la domanda da porsi: non è più «Come dovremmo essere trattati?», bensì «Come dovremmo agire?». Mentre l'approccio orientato ai diritti guarda dalla posizione del ricevente, la prospettiva orientata al dovere guarda alle relazioni dal punto di vista dell'attore (nell'onlife, spettautore). Onora O'Neill (1990), senza negare l'importanza dei diritti, sostiene che una comunicazione orientata al

diritto non è sempre in grado di rendere prioritari i diritti: sono importanti ma per avere un senso e un effetto devono essere iscritti in una cornice fatta di doveri, obblighi e impegni.

Per approfondire

Bortone R. (2023), *Molto social troppo dark*, Fefè, Roma

boyd d. (2014), *It's complicated. La vita sociale degli adolescenti sul web*, Castelvechi, Roma

Buckingham D. (2020), *Un manifesto per la media education*, Mondadori, Milano

Cappello G. (2020), *La media education a scuola*, in Buckingham D., *Un manifesto per la media education*, Milano, Mondadori, pp. VII-XVIII

Cecchetin, G. (2025), *Le parole possono cambiare il mondo*, in Corrado V. e Pasta S., a cura di, *Condividete con mitezza la speranza. Commento al Messaggio di Papa Francesco per la 59ma Giornata mondiale delle Comunicazioni Sociali*, Scholé, Brescia, pp. 143-49.

Colombo F. (2018), *Imago pietatis. Indagine su fotografia e compassione*, Vita e Pensiero, Milano

Commissione Jo Cox (2017), *Relazione finale*, Camera dei deputati, Roma

Consiglio d'Europa (2022), *Lotta contro il discorso d'odio. Raccomandazione CM/Rec(2022)161*, Cedex, Strasburgo

Corrado V. e Pasta S., a cura di, 2025, *Condividete con mitezza la speranza. Commento al Messaggio di Papa Francesco per la 59ma Giornata mondiale delle Comunicazioni Sociali*, Scholé, Brescia

Cuciniello A. e Pasta S., a cura di, (2020), *Studenti musulmani a scuola. Pluralismo, religioni e intercultura*, Carocci, Roma

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

Ferrari S. e Pasta S. (2023), "Information Literacy: l'istanza educativa centrale per la declinazione delle competenze digitali", *Annali online della Didattica e della Formazione Docente*, XV, 26: 170-192

Granata A. (2020), *Crescere con l'islam: sfide e risorse delle nuove generazioni*, in Cuciniello A. e Pasta S., a cura di, *Studenti musulmani a scuola.*, Carocci, Roma, pp. 59-69

Hampton K., Rainie L., Lu W., Dwyer M., Shin I. e Purcell K. (2014), *Social media and the «spiral of silence»*, Pew Research Center, Washington

Kahneman D. (2012), *Pensieri lenti e veloci*, Mondadori, Milano

Lorusso A.M. (2018), *Postverità*, Laterza, Roma-Bari

Noelle-Neumann E. (1980), *La spirale del silenzio*, tr. it. Meltemi, Milano, 2017

Marangi M. e Pasta S. (2025), *Producing Media in the Classroom to Struggle Digital Educational Poverty: A Research in Lower Secondary School*, in Scuola Democratica, a cura di, *Proceedings of the Third International Conference of the journal Scuola democratica. Education and/or Social Justice*, Vol. 2: *Cultures, Practices, and Change* (Cagliari, 3-6 June 2024), Associazione Per Scuola Democratica, Roma, pp. 1019-1035

O'Neill O. (1990), *Practices of Toleration*, in Lichtenberg J, eds., *Democracy and the Mass Media*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 155-185

Ottolini G. e Rivoltella P.C., a cura di, (2014), *Il tunnel e il kayak. Teoria e metodo della Peer & Media Education*, FrancoAngeli, Milano

Pariser E. (2012), *Il filtro. Quello che Internet ci nasconde*, Il Saggiatore, Milano

Pasta S. (2017), "L'Accoglienza dei profughi al memoriale della Shoah di Milano. La funzione educativa della memoria", *Rivista di Storia dell'Educazione*, IV (1): 51-72

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

Pasta S. (2019), "Conversazioni via social network con giovani autori di performances d'odio", *Pedagogia Oggi*, XVII, 2: 369-383

Pasta S. (2020), "Islamofobia onlife: prevenzione e contrasto, tra educazione interculturale ed educazione civica digitale", in A. Cuciniello e S. Pasta, a cura di, *Studenti musulmani a scuola. Pluralismo, religioni, intercultura*, Carocci, Roma, pp. 101-113

Pasta S. (2021c), *Uno sguardo intersezionale: femmine e...*, in Pasta S. e Santerini M., a cura di, *Nemmeno con un click*, FrancoAngeli, Milano, pp. 38-50

Pasta S. (2021b), "Ostilità. Vecchi e nuovi bersagli, vecchi e nuovi virus", *Scholé. Rivista di educazione e studi culturali*, LIX, 2: 89-102

Pasta S. (2022), "ANTISEMITISMO 2.0. La propagazione dell'odio online nel web sociale" *Cultura tedesca*, LXIII (1): 81-99

Pasta S. (2024a), "(S)parlare delle donne nel web sociale: l'hate speech sessista e le sfide per la Cittadinanza onlife. Speaking ill about women on the social web: sexist hate speech and the challenges for Onlife Citizenship, *Women & Education*, IV: 33-39

Pasta S. (2024b), Lo "spettro dell'odio online": una proposta di classificazione tra valutazioni algoritmiche e qualitative, in Crescenza G., a cura di, *Educare in tempi di odio e violenza. Sfide pedagogiche e istituzionali*, Progedit, Bari, pp. 113-126

Pasta S. (2024c), *Cittadinanza onlife e odio 2.0: Media Literacy con gruppi eletti a bersaglio nel web sociale*, in Rondonotti M., a cura di, *Tecnologie*,

comunità, inclusione sociale, eCampus University Press, Novedrate, pp. 153-178

Pasta S. (2025), *(S)parlare onlife: hate speech, flame wars e flussi comunicativi nel web sociale*, in Macinai E. e Biemmi I., a cura di, *Rimettere i diritti al centro. Infanzia, partecipazione, equità*, FrancoAngeli, Milano, pp. 62-78

Pasta S. e Marangi M. (2023), "Media Literacy al tempo degli "spettattori": contrastare la povertà educativa digitale", *Nuova Secondaria Ricerca*, LXI (2): 307-322

Pasta S. e Rivoltella P.C., a cura di, (2022), *Crescere onlife. L'Educazione civica digitale progettata da 74 insegnanti-autori*, Scholé, Brescia

Pasta S. e Santerini M., a cura di (2021), *Nemmeno con un click. Ragazze e odio online*, FrancoAngeli, Milano

Pasta S. e Zoletto D. (2023), "Postdigital Intercultures", in Scholé. *Rivista di educazione e studi culturali*, LXI (2): 19-46

Petrucchio C. (2022), "I meme nei processi di insegnamento e apprendimento: una semiotica dell'attivazione cognitive", *Giornale italiano della ricerca educativa*, 29: 23-33

Riva G. (2025), *Io, noi, loro. Le relazioni nell'era dei social e dell'IA*, il Mulino, Bologna

Rivoltella P.C. (2024), *Neurodidattica. II edizione*, Raffaello Cortina, Milano

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

Santerini M. (2025), *Stranieri morali*, Bollati Boringhieri, Torino

Silverstone R., 2009, *Mediapolis. La responsabilità dei media nella civiltà globale*, Polity Press, Cambridge

Ziccardi G. (2016), *L'odio online*, Raffaello Cortina, Milano