

Discorso d'odio discriminatorio online in Italia

RAPPORTO ANNUALE 2024

LIFE Project

15 Novembre 2024

Discorso d'odio discriminatorio online in Italia

Pubblicato da Beyond Borders ETS



L'obiettivo del progetto Living Safely in a Digital World (LIFE), proposto da questo consorzio, è aumentare la resilienza delle giovani generazioni nell'affrontare i rischi della digitalizzazione e il suo impatto nella loro vita quotidiana, rafforzando il ruolo delle organizzazioni giovanili nel dialogo politico e nell'uso dell'educazione non formale nel loro lavoro con i giovani.



Co-funded by
the European Union

“Finanziato dall’Unione europea. Tuttavia, i punti di vista e le opinioni espressi appartengono esclusivamente all’autore o agli autori e non riflettono necessariamente quelli dell’Unione europea o dell’Agenzia esecutiva europea per l’istruzione e la cultura (EACEA). Né l’Unione europea né l’EACEA possono essere ritenute responsabili per tali contenuti.”



Indice

- 1. Sintesi esecutiva e obiettivi del progetto**
- 2. Attività principali e risultati**
 - 2.1. Rapporto sui contenuti d'odio discriminatori online
 - 2.2. Sondaggi
 - 2.3. Discussioni nei focus group
- 3. Analisi quantitative e qualitativa**
- 4. Raccomandazioni**
- 5. Conclusioni**

1. SINTESI ESECUTIVA E OBIETTIVI DEL PROGETTO

Il progetto LIFE – Living Safely in a Digital World è un’iniziativa transnazionale concepita per affrontare le sfide della digitalizzazione attraverso l’empowerment dei giovani e delle organizzazioni giovanili. Attraverso la collaborazione tra partner di Serbia, Bulgaria, Italia, Tunisia e Albania, il progetto si concentra sul contrasto al discorso d’odio online, sulla promozione dell’alfabetizzazione mediatica e sulla diffusione del rispetto negli spazi digitali.

Beyond Borders, come partner italiano, ha contribuito in modo significativo alla missione del progetto. Questo rapporto evidenzia i risultati delle attività chiave realizzate nel 2024, tra cui il monitoraggio del discorso d’odio, i sondaggi rivolti alla comunità e le discussioni nei focus group.

Obiettivi del progetto

Il progetto LIFE mira a preparare le giovani generazioni a navigare nel mondo digitale in modo sicuro e responsabile. I suoi obiettivi specifici includono:

1. Fornire ai giovani strumenti per riconoscere e contrastare il discorso d’odio online.
2. Rafforzare la capacità delle organizzazioni giovanili di partecipare al dialogo politico e utilizzare l’educazione non formale.
3. Promuovere il pensiero critico e l’alfabetizzazione mediatica, e favorire una cultura del dialogo e dell’inclusione.
4. Sostenere cambiamenti sistemici per combattere il discorso d’odio e garantire ambienti digitali più sicuri.

2. ATTIVITÀ PRINCIPALI E RISULTATI

2.1 Rapporto sui contenuti d’odio discriminatori online

Beyond Borders ha istituito un panel interno composto da volontari formati durante corsi di formazione internazionali a Tirana e Nis. Questi volontari si sono attivamente impegnati con la comunità locale per individuare e documentare episodi di discorso d’odio.

1. Attività del panel: operativo dall'agosto 2024, il panel ha utilizzato un modello standardizzato di segnalazione per raccogliere dati sul discorso d’odio, descrivendo il tipo di episodio, il ruolo degli autori, le categorie di vittime e le azioni intraprese da Beyond Borders.
2. Risultati:
 - 2.1. Nel 49,4% dei casi segnalati erano coinvolti discorsi d’odio di natura razziale, etnica o religiosa.
 - 2.2. Il 32,3% era rivolto al genere e all’orientamento sessuale.
 - 2.3. I restanti casi erano collegati a fattori socio economici o culturali.
3. Documentazione: oltre 20 episodi sono stati documentati con collegamenti al contenuto originale su siti web o social media. Tuttavia, la maggior parte delle segnalazioni non ha ricevuto risposte significative dalle piattaforme, mettendo in evidenza le lacune nella gestione dell’odio online.

Il rapporto sui contenuti d’odio discriminatori online evidenzia l’approccio proattivo di Beyond Borders nel contrastare il discorso d’odio online attraverso un panel dedicato di volontari. Grazie al coinvolgimento della comunità⁺ e a una documentazione sistematica, il panel ha messo in luce criticità⁺ significative in termini di



responsabilit  delle piattaforme digitali. I risultati sottolineano la natura pervasiva del discorso d'odio rivolto a razza, genere e fattori socio economici, e indicano al contempo l'urgente necessit  di riforme culturali e istituzionali per sostenere meglio le vittime.

2.2 Sondaggi

Approfondimenti demografici

La composizione demografica del sondaggio ha rivelato un campione eterogeneo, fondamentale per cogliere un'ampia gamma di esperienze e percezioni:

Distribuzione per et 

1. Il gruppo pi  numeroso (33,9%) aveva tra i 15 e i 19 anni, evidenziando la forte presenza online delle fasce pi  giovani.
2. Una quota significativa (18,6%) apparteneva alla fascia 30–34 anni, a dimostrazione che il discorso d'odio online non riguarda solo gli adolescenti, ma anche adulti nelle prime fasi della loro vita professionale o personale.
3. L'inclusione di un 6,8% di partecipanti di et  pari o superiore a 40 anni aggiunge profondit  all'analisi, indicando un'esposizione intergenerazionale al discorso d'odio.

Rappresentanza di genere

1. Il 54,2% dei partecipanti si   identificato come donna e il 42,4% come uomo, mentre il 17% si   identificato come persona non binaria. Questo dato mette in luce l'inclusivit  del progetto e sottolinea come i gruppi di genere marginalizzati siano attori fondamentali in questo ambito.

Modelli di comportamento nel digitale

1. Frequenza d'uso dei social media:
 1. Un significativo 78% dei partecipanti utilizza i social media pi  volte al giorno, con una correlazione diretta con una maggiore esposizione a interazioni online dannose.
 2. Piattaforme come Instagram (74,6%) e YouTube (57,6%) dominano l'uso, indicando che i contenuti visivi e video-based sono centrali nella comunicazione online ma anche particolarmente esposti alla diffusione di discorsi d'odio.

Abitudini di consumo delle notizie



1. Mentre il 45,8% visita piattaforme di notizie online più volte al giorno, il 64,4% accede a piattaforme video per informarsi. Ciò riflette uno spostamento verso il consumo multimediale e il suo ruolo nel plasmare le opinioni, potenzialmente influenzate da contenuti guidati dagli algoritmi.

Esposizione al discorso d'odio

1. Frequenza degli incontri con l'odio online:
 1. Un preoccupante 40,8% dichiara di imbattersi nel discorso d'odio ogni giorno, mentre un ulteriore 36,7% lo incontra settimanalmente. Questa elevata prevalenza mette in evidenza quanto il discorso d'odio sia radicato sulle piattaforme digitali.

Forme di discorso d'odio

1. Il razzismo (70%) e il sessismo (72%) sono emersi come le forme più riportate, a indicare che le disuguaglianze strutturali presenti nella società vengono rispecchiate e amplificate online.
2. Il 66% ha segnalato episodi di omofobia/transfobia, a conferma del fatto che lo spazio digitale può essere particolarmente ostile per le persone LGBTQ+.

Impatti emotivi e comportamentali

1. Reazioni emotive:
 1. Il discorso d'odio influisce significativamente sul benessere mentale: il 47,5% si sente turbato o arrabbiato, e il 27,1% riferisce ansia o paura.
 2. È interessante notare che l'11,9% afferma che l'incontro con il discorso d'odio li motiva a esporsi e intervenire, un potenziale segnale di resilienza e di impegno proattivo.
2. Reazioni al discorso d'odio:
 1. Sebbene il 30,5% dichiara di segnalare gli episodi, quasi la metà (49,2%) li ignora, segnalando un divario tra consapevolezza e azione, probabilmente dovuto allo scetticismo rispetto all'efficacia dei meccanismi di segnalazione.

Percezioni sull'efficacia delle piattaforme

1. Efficacia dei meccanismi di segnalazione:
 1. Solo il 6,8% ritiene che le piattaforme siano molto efficaci nell'affrontare il discorso d'odio, mentre il 33,9% le ha giudicate inefficaci.
 2. Ciò evidenzia la necessità di miglioramenti sistemici nella moderazione dei contenuti e nei meccanismi di feedback agli utenti, per ricostruire la fiducia.

Preoccupazioni generali e soluzioni

1. Un problema in crescita:
 1. Il 62,7% ritiene che il discorso d'odio online sia in aumento, sottolineando l'urgenza di un intervento.
2. Contromisure preferite:
 1. Le soluzioni più popolari includono l'educazione degli utenti sul discorso d'odio e sui suoi effetti (66,1%), politiche più severe da parte delle piattaforme (47,5%) e la promozione di contro-narrazioni (42,4%).

Conclusione dell'analisi

Il sondaggio mette in luce la prevalenza e l'impatto del discorso d'odio online, in particolare tra i giovani e i gruppi marginalizzati. Sebbene l'elevato utilizzo dei social media aumenti l'esposizione a contenuti dannosi, il carico emotivo e la limitata responsabilità delle piattaforme rappresentano preoccupazioni significative. I risultati indicano anche una crescente consapevolezza tra gli utenti, con l'educazione e le riforme sistemiche che emergono come soluzioni chiave per contrastare efficacemente il discorso d'odio.

Discussioni nei focus group

Un focus group con studenti delle scuole superiori (di età compresa tra 17 e 18 anni) ha esplorato l'impatto del discorso d'odio, del cyberbullismo e della salute mentale.

1. Approfondimenti:
 1. I partecipanti hanno identificato il discorso d'odio online come un fenomeno frequente.
 2. Le reazioni emotive variavano dalla rabbia al senso di impotenza.
 3. Le soluzioni proposte includevano una migliore educazione, politiche più rigorose da parte delle piattaforme e un maggiore sostegno comunitario alle vittime.

ANALISI QUANTITATIVA E QUALITATIVA

Analisi quantitativa: risultati del sondaggio

Il sondaggio condotto da Beyond Borders offre un'istantanea dettagliata del comportamento online, delle esperienze e delle percezioni del discorso d'odio all'interno di un gruppo demograficamente diversificato. Dall'analisi dei dati emergono diversi schemi e intuizioni:



Composizione demografica

1. Fasce di età: La fascia più numerosa (33,9%) è quella tra i 15 e i 19 anni, a conferma della maggiore vulnerabilità di questo gruppo dovuta al loro utilizzo intensivo dei social media. L'inclusione di partecipanti di età compresa tra 30 e 34 anni (18,6%) e di 40 anni e oltre (6,8%) suggerisce che il discorso d'odio online non è limitato ai giovani, ma interessa un ampio spettro di utenti.
2. Rappresentanza di genere: La presenza bilanciata di uomini (42,4%) e donne (54,2%), insieme alla significativa inclusione di persone non binarie (17%), indica un approccio inclusivo nella raccolta dei dati. Questa diversità consente una comprensione più completa delle esperienze relative al discorso d'odio, soprattutto per quanto riguarda i gruppi di genere marginalizzati.

Comportamento online

1. Frequenza di utilizzo dei social media: I dati mostrano che il 78% dei rispondenti utilizza i social media più volte al giorno. Questo coinvolgimento quasi costante spiega l'alta frequenza con cui si imbattono nel discorso d'odio, con piattaforme come Instagram (74,6%) e YouTube (57,6%) che risultano le più utilizzate.
2. Modelli di consumo delle notizie: La forte dipendenza dalle piattaforme video (64,4%) e dai siti di notizie (59,3%) per informarsi mette in evidenza il ruolo dei contenuti guidati dagli algoritmi nel plasmare l'esposizione degli utenti a narrazioni odiose o polarizzanti.

Esperienze di discorso d'odio

1. Frequenza: Desta particolare preoccupazione il fatto che il 40,8% dei partecipanti si imbatta nel discorso d'odio quotidianamente e un ulteriore 36,7% su base settimanale. Queste cifre confermano la natura pervasiva del discorso d'odio negli ambienti digitali.
2. Forme di discorso d'odio: Il razzismo (70%) e il sessismo (72%) sono le categorie prevalenti, seguite da omofobia/transfobia (66%). Questi dati riflettono pregiudizi profondamente radicati nella società, amplificati dall'anonimato e dalla portata delle piattaforme online.

Impatto emotivo e comportamentale

1. Impatto emotivo: Quasi la metà degli intervistati (47,5%) dichiara di sentirsi turbata o arrabbiata dopo essersi imbattuta nel discorso d'odio, mentre il 27,1% riferisce sentimenti di ansia o paura. Queste reazioni indicano che l'impatto del discorso d'odio va ben oltre la dimensione digitale, incidendo sul benessere psicologico degli utenti.
2. Risposte comportamentali: Una quota significativa (49,2%) dichiara di ignorare il discorso d'odio, spesso a causa dello scetticismo rispetto all'efficacia dei sistemi di segnalazione. Solo il 30,5% segnala gli episodi, il che suggerisce la necessità che le piattaforme ricostruiscano la fiducia nei loro meccanismi di intervento.

Percezioni sull'efficacia delle piattaforme



1. Un preoccupante 33,9% valuta le piattaforme come inefficaci e solo il 6,8% le ritiene molto efficaci nel contrastare il discorso d'odio. Questo divario mette in luce problemi sistemici nella moderazione dei contenuti e nella loro applicazione.

Analisi qualitativa: approfondimenti dai focus group

Il focus group ha fornito una comprensione più profonda della dimensione umana del discorso d'odio, integrando i dati quantitativi con narrazioni personali e riflessioni di gruppo:

Comprensione del discorso d'odio

I partecipanti hanno identificato il discorso d'odio come un problema frequente e sfaccettato, descrivendo episodi di commenti dispregiativi rivolti al genere, alla razza e all'orientamento sessuale. Un partecipante ha osservato: “non è solo quello che dicono, è come si diffonde così in fretta. Un post può generare centinaia di commenti pieni d'odio”. Questo commento mette in luce la natura virale dell'odio online.

Impatto psicologico e sociale

Gli studenti hanno spesso riferito sentimenti di impotenza e frustrazione. Un tema ricorrente è stata la normalizzazione del discorso d'odio nelle interazioni online: un partecipante ha affermato, “non lo si riconosce nemmeno più come discorso d'odio — è semplicemente il modo in cui si parla online”.

Difficoltà nella segnalazione

Molti partecipanti hanno espresso insoddisfazione nei confronti dei meccanismi di segnalazione. Uno studente ha raccontato un episodio in cui aveva segnalato un commento d'odio senza ricevere alcun riscontro o azione da parte della piattaforma, affermando: “è stato come se la mia voce non contasse nulla”. Questo riscontro conferma i risultati del sondaggio sulla percezione di inefficacia degli strumenti di segnalazione.

Soluzioni proposte

Nonostante le difficoltà, gli studenti si sono mostrati ottimisti rispetto alle possibili soluzioni. Tra le principali proposte:

1. campagne educative per insegnare agli utenti a riconoscere il discorso d'odio e il suo impatto
2. sostegno comunitario per promuovere interazioni positive online e supportare le vittime
3. politiche più rigorose per l'applicazione delle norme contro il discorso d'odio da parte delle piattaforme social

Sintesi dei risultati quantitativi e qualitativi



La combinazione dei dati del sondaggio e degli approfondimenti dei focus group offre un quadro complessivo:

1. i dati quantitativi mettono in evidenza la prevalenza e le dinamiche sistemiche del discorso d'odio, mentre l'analisi qualitativa aggiunge profondità, esplorando il suo impatto umano e la sua normalizzazione sociale
2. entrambi i set di dati sottolineano l'urgente necessità di riforme sistemiche, di una maggiore educazione degli utenti e di un sostegno più robusto alle vittime
3. insieme, evidenziano la duplice sfida di intervenire sia sui comportamenti individuali sia sulle carenze strutturali delle piattaforme per creare uno spazio digitale più sicuro

Raccomandazioni

1. Rafforzare le iniziative educative: ampliare i laboratori sull'alfabetizzazione mediatica e la sicurezza online rivolti a giovani ed educatori.
2. Promuovere cambiamenti normativi: collaborare con i decisori politici per applicare regolamentazioni più severe sul discorso d'odio.
3. Migliorare i meccanismi di segnalazione: incoraggiare le piattaforme ad adottare strumenti di segnalazione del discorso d'odio più trasparenti ed efficaci.
4. Favorire il coinvolgimento della comunità: promuovere dialoghi che coinvolgano giovani, educatori e leader comunitari per affrontare collettivamente l'odio online.

Conclusioni

Il progetto LIFE ha compiuto progressi significativi nel sensibilizzare e nel responsabilizzare i giovani affinché affrontino il discorso d'odio online. Sebbene permangano criticità, come l'inefficacia dei meccanismi di segnalazione, le evidenze raccolte attraverso le attività di Beyond Borders mostrano il potenziale per la creazione di un ambiente digitale più sicuro. Proseguendo su questa strada, è possibile promuovere una cultura del rispetto e della comprensione negli spazi online.