

HATE SPEECH – QUANDO LE PAROLE DIVENTANO VIOLENZA

ARTICOLO DI GIORNALE

Odio online e discriminazioni: il “caso Calabria” e la mappa dell’hate speech in Italia

Il Sole 24 Ore – Alley Oop Ilaria Parlanti 19 giugno 2026

Insulti, minacce e commenti discriminatori trovano oggi nei social network uno spazio nel quale diffondersi molto rapidamente. Un approfondimento pubblicato da *Il Sole 24 Ore – Alley Oop* presenta i risultati della ricerca “Mapping Hate and Discrimination in Italy”, realizzata nell’ambito del progetto europeo MYTHiC.

Secondo i dati riportati nell’articolo, il 71,6% dei discorsi d’odio analizzati si manifesta negli ambienti digitali. Nel 2024 il sistema UNAR ha registrato oltre 10.000 episodi di hate speech sui social media.

Il contrasto all’odio online non riguarda però soltanto la rimozione dei singoli commenti. Richiede la capacità di riconoscere linguaggi discriminatori, comprendere le dinamiche che li amplificano e sapere come reagire quando una persona diventa il bersaglio di un attacco.

Link all’articolo:

[Il Sole 24 Ore – Odio online e discriminazioni](#)

TESTO

Pubblichiamo una fotografia, un video oppure semplicemente un’opinione. Dopo qualche minuto arriva un commento offensivo. Qualcuno aggiunge una faccina che ride, un altro rilancia l’insulto, altre persone vengono taggate. Nel giro di poco tempo una discussione può trasformarsi in una valanga di commenti contro una sola persona. Online bastano poche ore perché una frase, uno screenshot o un video diventino il centro di una vera e propria tempesta.

Non tutte le discussioni aggressive sono però uguali. Un insulto, il cyberbullismo e l’**hate speech** possono avere elementi in comune, ma non indicano la stessa cosa. Il Consiglio d’Europa utilizza il termine hate speech per riferirsi a espressioni che promuovono o giustificano odio, violenza o discriminazione contro persone o gruppi sulla base di caratteristiche come origine, religione, nazionalità, genere o altre condizioni personali. Dire “non sono d’accordo con te” non è hate speech, e nemmeno ogni frase offensiva rientra automaticamente in questa categoria.

Il **cyberbullismo** riguarda invece comportamenti aggressivi o denigratori realizzati attraverso strumenti digitali, spesso ripetuti nel tempo, che possono comprendere insulti, diffusione di immagini umilianti, esclusione dai gruppi, creazione di profili falsi o condivisione di informazioni

private. Quando molte persone iniziano contemporaneamente ad attaccare qualcuno, si parla informalmente anche di **shitstorm**, una “tempesta” di commenti ostili. Può nascere spontaneamente oppure essere alimentata quando un utente invita altri a raggiungere un profilo e attaccarlo.

Ma perché dietro uno schermo alcune persone sembrano diventare più aggressive? Si parla spesso di “**leoni da tastiera**”, ma la spiegazione è più complessa della semplice mancanza di coraggio. Lo psicologo John Suler ha descritto il cosiddetto **online disinhibition effect**, cioè la tendenza a sentirsi meno frenati online rispetto a una conversazione faccia a faccia. L’anonimato, la distanza e il fatto di non vedere immediatamente la reazione dell’altra persona possono ridurre la percezione delle conseguenze delle nostre parole.

Conta anche il comportamento del gruppo. Se sotto un video cinquanta persone stanno già prendendo in giro qualcuno, aggiungere un commento può sembrare meno grave. La responsabilità sembra distribuirsi tra tutti e ciò che individualmente apparirebbe crudele può trasformarsi in una battuta collettiva. Una persona che inizialmente avrebbe soltanto osservato può decidere di partecipare perché “lo stanno facendo tutti”.

Anche il funzionamento delle piattaforme può favorire queste dinamiche. I social decidono quali contenuti mostrarci attraverso sistemi di raccomandazione che tengono conto anche delle nostre interazioni. Rabbia, indignazione e conflitto possono generare molti commenti e condivisioni e diventare quindi particolarmente visibili. Questo non significa che un algoritmo abbia semplicemente l’ordine di “mostrare odio”, ma che un contenuto capace di provocare forti reazioni può ottenere più attenzione di uno che lascia gli utenti indifferenti.

Un esperimento pubblicato su *Nature* nel 2026 ha mostrato che feed ordinati principalmente in base all’engagement potevano aumentare l’esposizione a contenuti emotivi, conflittuali e caratterizzati da indignazione morale. Questo aiuta a capire perché online possiamo avere l’impressione che tutti siano continuamente arrabbiati, anche quando la parte più rumorosa della conversazione non rappresenta necessariamente la maggioranza.

Anche noi contribuiamo alla diffusione dei contenuti. Possiamo vedere un commento offensivo e condividerlo scrivendo “Guardate che schifo”. Dal nostro punto di vista lo stiamo criticando, ma nel frattempo gli stiamo dando nuova visibilità. Prima di rilanciare un contenuto che ci fa arrabbiare può quindi essere utile domandarsi se lo stiamo davvero contestando oppure se stiamo contribuendo alla sua circolazione.

Questo non significa che davanti all’odio sia sempre meglio tacere. Possiamo segnalare un contenuto, bloccare un account, sostenere la persona attaccata oppure utilizzare il **counter-speech**, cioè rispondere a stereotipi e discriminazioni senza riprodurre la stessa aggressività. Anche un semplice messaggio privato può essere importante: chi viene bersagliato da decine di persone può percepire il silenzio degli altri come una forma di approvazione.

Esistono inoltre strumenti di tutela. Le piattaforme permettono di segnalare e bloccare gli account e, quando la situazione diventa seria, è utile conservare screenshot e altre prove. Per i minori vittime di cyberbullismo la legge italiana n. 71 del 2017 prevede anche la possibilità, dai 14 anni, di chiedere direttamente al gestore del sito o del social l’oscuramento, la rimozione o il blocco di determinati

contenuti. Se la situazione contiene minacce, diffusione di dati personali o comportamenti ripetuti e persecutori, è importante coinvolgere un adulto di fiducia, la famiglia, la scuola o i soggetti competenti.

La libertà di espressione permette di criticare, dissentire e avere opinioni anche molto dure. Ma contestare un'idea e trasformare una persona in un bersaglio non sono la stessa cosa. Il conflitto fa parte delle relazioni e del dibattito pubblico: il problema nasce quando smettiamo di discutere ciò che qualcuno ha detto e iniziamo ad attaccare ciò che quella persona è.

Prima di pubblicare possiamo allora farci una domanda molto semplice: **diremmo la stessa cosa, nello stesso modo, se la persona fosse davanti a noi?** Non basta da sola a risolvere il problema dell'odio online, ma può aiutarci a ricordare che dietro ogni profilo, nickname o fotografia c'è comunque qualcuno che riceverà le nostre parole.

DOMANDE

1. Che cosa caratterizza principalmente l'hate speech?

- a) Qualsiasi opinione espressa con tono aggressivo
- b) Espressioni che promuovono odio o discriminazione verso persone o gruppi sulla base di determinate caratteristiche
- c) Tutte le discussioni che avvengono sui social
- d) Soltanto gli insulti pubblicati da utenti anonimi

Risposta giusta: B

2. Che cosa indica l'"online disinhibition effect"?

- a) La tendenza a sentirsi meno frenati online rispetto alle interazioni faccia a faccia
- b) L'impossibilità di discutere sui social
- c) Un sistema utilizzato per eliminare automaticamente gli insulti
- d) La capacità di riconoscere sempre un profilo falso

Risposta giusta: A

3. Perché rabbia e conflitto possono ottenere molta visibilità sui social?

- a) Perché sono gli unici contenuti ammessi
- b) Perché possono generare molte interazioni, commenti e condivisioni
- c) Perché tutti gli utenti preferiscono i contenuti aggressivi
- d) Perché gli algoritmi cancellano i contenuti tranquilli

Risposta giusta: B

4. Quale comportamento può essere utile quando assistiamo a un attacco online?

- a) Condividerlo con altri per renderlo più conosciuto
- b) Aggiungere una battuta
- c) Sostenere la persona colpita e, quando necessario, segnalare il contenuto
- d) Rispondere sempre con un insulto

Risposta giusta: C

5. Che cosa possiamo fare prima di condividere un contenuto che ci fa arrabbiare?

- a) Chiederci se la condivisione potrebbe aumentarne la diffusione
- b) Inviarlo immediatamente a tutti i nostri contatti
- c) Controllare soltanto quanti “Mi piace” ha ricevuto
- d) Rispondere senza leggere gli altri commenti

Risposta giusta: A

ATTIVITÀ: IL BUDGET DELLA CONVERSAZIONE

Gli studenti vengono divisi in gruppi di quattro o cinque persone.

Ogni gruppo immagina di gestire una community online frequentata da adolescenti e dispone di **100 punti di intervento** da distribuire tra diverse situazioni:

- due studenti discutono animatamente sotto un post;
- un utente scrive “questa opinione è assurda”;
- sotto una fotografia compaiono molti commenti offensivi sull’aspetto di una ragazza;
- nella chat della classe viene condiviso ripetutamente un meme contro lo stesso compagno;
- un utente insulta un’intera comunità per la sua origine;
- un creator riceve centinaia di insulti dopo che un altro profilo ha invitato i follower ad attaccarlo;
- qualcuno pubblica informazioni private di un’altra persona;
- sotto un video compare una minaccia;
- molti utenti mettono una faccina che ride sotto un commento umiliante;
- uno studente scrive privatamente alla persona attaccata per offrirle aiuto.

Per ogni situazione il gruppo deve decidere:

1. quanti punti assegnare;
2. quanto considera grave ciò che sta accadendo;
3. se si tratta principalmente di conflitto, attacco personale, cyberbullismo o hate speech;

4. quale intervento ritiene più appropriato;
5. che cosa potrebbe fare una persona che assiste alla scena.

La somma complessiva non può superare i 100 punti.

L'insegnante comunica poi alcune nuove informazioni: la battuta viene ripetuta ogni giorno contro lo stesso studente; dietro la tempesta di commenti c'è un invito esplicito ad attaccare il profilo; il contenuto che ha scatenato la polemica era stato decontestualizzato; la persona bersaglio ha chiesto più volte di smettere.

I gruppi possono quindi modificare la propria distribuzione dei punti e devono spiegare quali informazioni hanno cambiato la loro valutazione.

Successivamente dividono le situazioni in quattro categorie:

CONFLITTO – il confronto, anche duro, rimane sulle idee.

ATTACCO PERSONALE – la discussione si sposta sulla persona.

ATTACCO DI GRUPPO – molte persone concentrano contemporaneamente l'ostilità sullo stesso bersaglio.

HATE SPEECH – vengono utilizzati linguaggi di odio o discriminazione legati a caratteristiche personali o identitarie.

Ogni gruppo deve poi scegliere tre possibili azioni da compiere se assistesse a una tempesta di commenti: sostenere privatamente la persona colpita, rispondere pubblicamente, segnalare, conservare uno screenshot, chiedere aiuto a un adulto, bloccare un account oppure non intervenire.

La discussione finale affronta alcune domande:

- Perché online possiamo comportarci diversamente rispetto a una conversazione faccia a faccia?
- Quando una battuta diventa un attacco?
- Perché alcune persone partecipano a una shitstorm pur non conoscendo il bersaglio?
- Un "Mi piace" o una faccina che ride possono contribuire a un attacco?
- Condividere un contenuto per criticarlo può comunque renderlo più visibile?
- Qual è la differenza tra criticare un'opinione e attaccare una persona? ● Che cosa possiamo fare quando qualcuno viene preso di mira online?

L'attività si conclude con la creazione collettiva di un breve **Manifesto della classe per discutere senza odiare**, composto da cinque indicazioni pratiche per difendere il diritto di dissentire senza trasformare il confronto in un attacco contro le persone.