

Primo Report “HIDEANDOLA”

**Indagine quanti-qualitativa della copertura informativa del fenomeno
dell’antisemitismo in Italia (2017-2021)**

*Giacomo Buoncompagni, Università di Firenze
Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali*

Indice

Premessa

Introduzione

1. Breve riflessione sull'odio e l'antisemitismo.....p.
2. Nota metodologica.....p.
3. 2017. Tracce di odio e spazio informativo.....p.
4. 2018-2019. Razzismo sistemico e antisemitismo mediatizzato.....p.
5. 2020-2021. Infodemia e società del sospetto... ..p.

Riflessioni conclusive

Riferimenti bibliografici

Premessa

Il progetto HIDEANDOLA (*Hidden Antisemitism and Communicative Skills of Criminal Lawyers and Journalists*) si pone come obiettivo generale, da un lato, quello di contrastare le nuove forme di odio e di razzismo nella società contemporanea, ponendo particolare attenzione al fenomeno dell'antisemitismo, dall'altro, quello di formare su tali tematiche gli operatori del diritto e della comunicazione, al fine di attivare strategie e contro-narrative utili all'individuazione dei fenomeni comunicativi violenti e alla limitazione di quest'ultimi negli ambienti sociali e digitali.

Questo report di ricerca presenta un primo studio di tipo quanti-qualitativo sulla copertura informativa del fenomeno dell'odio e dell'antisemitismo in Italia attraverso l'analisi dei contenuti pubblicati dai principali media tradizionali e digitali negli ultimi cinque anni (2017-2021): quotidiani cartacei, telegiornali e giornali online presenti all'interno della piattaforma Facebook.

Lo studio proposto, dopo un breve inquadramento teorico, presenta e analizza i dati raccolti concentrandosi specificamente sulla comunicazione giornalistica e la rappresentazione mediale delle nuove forme di antisemitismo "nascosto" in relazione al contesto socioculturale e temporale di riferimento. L'analisi effettuata ha preso a riferimento tre principali dimensioni: - *tipo di contenuto/argomento pubblicato*; - *gli attori coinvolti nel processo informativo*; - *i macro-temi scelti all'interno dell'agenda dei media*. Elementi in grado di influenzare la narrazione e la percezione sociale dell'Altro in relazione ai casi di antisemitismo e ai discorsi d'odio riscontrati all'interno della sfera pubblica.

Comprendere le nuove derive comunicative, arginare i fenomeni di polarizzazione e soprattutto incentivare a un "buon uso" della Memoria grazie al supporto di un "giornalismo costruttivo" e di una "comunicazione gentile" (McIntyre, Gylden 2017; Colombo 2020) sono alcuni dei principali obiettivi da raggiungere al termine di questo percorso di ricerca.

Introduzione

La diversità rappresenta storicamente una fonte potenziale di frizione e d'incomprensione.

In *A War and Peace in the Global Village*, il noto teorico della comunicazione, Marshall McLuhan (1968), esprimeva preoccupazione circa la nascita del “villaggio globale” nell’era dei computer e delle reti, in quanto la condivisione di un unico spazio (pubblico) da parte di milioni di individui e di culture differenti avrebbe generato una grande re-tribalizzazione elettronica, rendendo gli individui solo apparentemente tutti “fratelli”, impedendo solidarietà e amore tra di loro.

Una visione simile è quella espressa anche da Barber (1992) che parlava di uno spazio inedito da abitare in seguito alla globalizzazione; un nuovo contesto pronto a collegarsi in un’unica rete guidata dalla tecnologia e dall’ecologia della comunicazione. In queste stesse forze però, riconosceva la causa dell’emergere di nuove forme di conflitto tra culture e tribù in un mondo che si stava contemporaneamente allontanando e avvicinando.

Nel suo saggio *Communication in a global village* anche Dean Barnlund (1998), analizzando l’idea proposta da McLuhan, in merito al concetto di estraneità e ai cambiamenti comunicativi e mediali in corso, si chiedeva se e in che modo i nuovi “residenti” avrebbero compreso, rispettato e valorizzato le differenze dei loro “vicini di casa” oppure, al contrario, se gli “abitanti del villaggio” si fossero di lì a poco trasformati in un agglomerato di estranei, residenti nei ghetti, accomunati solo dalle reciproche antipatie, interrogandosi inoltre su come la politica e le istituzioni avessero agito per alleviare i conflitti all’interno delle comunità.

Difficilmente nel corso della storia si è potuto evitare il contatto con la Differenza, così, nella maggior parte dei casi, le risposte iniziali, anche di carattere politico, sono state quelle di evitare o cambiare culturalmente i diversi da noi, o ancora, nei casi più estremi, eliminarli.

Gli esempi di genocidio o i casi individuali di crimini commessi per odio sono episodi piuttosto recenti e riguardano principalmente il riemergere di atteggiamenti di razzismo e di xenofobia.

Tra i fenomeni di ostilità e aggressività verso “gli altri” quello dell’antisemitismo rappresentano un fenomeno particolare e in crescita negli ultimi anni in tutta Europa¹.

Si tratta infatti di un odio antico, il più “lungo” nella storia dell’umanità², espresso verso gli ebrei in quanto tali (o come osservava già Jean-Paul Sartre, spesso anche in assenza di ebrei), ma che assume oggi volti e caratteri inediti in base al contesto sociale, culturale e politico in cui viviamo. Soprattutto nel periodo intorno al 27 gennaio di ogni anno, Giorno della Memoria, si registrano puntualmente atti di antisemitismo, anche in Italia.

La raffigurazione delle stelle di David o di svastiche sulle porte delle case di deportati e partigiani, scritte offensive e antisemite davanti alle scuole e così via, ne sono un esempio³.

Ci si chiede se questi atti non rappresentino un ulteriore passaggio di un processo che viene descritto nella cosiddetta “Piramide dell’odio” della *Anti Defamation League*⁴: dalla base di un linguaggio razzista o antisemita sempre più banalizzato si passa ai gesti saltuari che divengono man mano più frequenti (Santerini, 2020).

¹ Link: <https://it.euronews.com/my-europe/2019/01/22/antisemitismo-in-crescita-in-europa>

² La storia dell’antisemitismo - definito come azione ostile o discriminazione diretta contro gli ebrei come gruppo religioso o etnico - risale a molti secoli fa ed è stato anche definito "l'odio più lungo" (Wistrich 2015; Buoncompagni 2022)

³ Link:

https://www.repubblica.it/cronaca/2022/01/27/news/divise_di_deportati_e_volantini_sulla_shoah_l_ultimo_oltraggio_d_ei_no_vax_nel_giorno_della_memoria-335467807/

⁴ Link: https://counterhate-com.translate.google/topic/antisemitism/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=it&_x_tr_hl=it&_x_tr_pto=sc

Tra gli aspetti che caratterizzano le recenti forme di antisemitismo vi è la sua crescente e preoccupante diffusione online accanto alle numerose ormai espressioni di *hate speech*.

In generale, parlare di crimini d'odio e di discorso d'odio può implicare cose molto diverse, come hanno messo in luce Alice Marwick e Rebecca Lewis (2017).

Sinteticamente, un primo punto riguarda la definizione dei due fenomeni.

I crimini d'odio sono reati definiti da un ordinamento giuridico, motivati dal pregiudizio basato su una specifica caratteristica della vittima. Per *hate speech*, invece, si intende l'istigazione, la promozione o l'incitamento alla denigrazione, all'odio o alla diffamazione nei confronti di una persona o di un gruppo di persone fondata su motivi come "razza", colore, religione, sesso⁵.

Il secondo aspetto riguarda gli attori coinvolti all'interno di questi fenomeni: vittime, carnefici, giudicanti e narratori. Nello specifico, l'azione di gruppi organizzati di stampo discriminatorio, razzista o sessista, gli interventi casuali e destrutturati di cittadini comuni che attaccano obiettivi personalizzati, la comunicazione di singoli o gruppi che colpiscono "per gioco", i provocatori che agiscono "per divertimento o sfida" (troll), gli ideologi della violenza o del terrorismo, ma anche alcuni influencer, i teorici della cospirazione, e non ultimi i politici e i giornalisti.

Da questo breve scenario descritto, sembra che l'attuale società, come sottolinea Sennett (2012, p.51), presenti se,pre più «una minore coesione sociale, minore fiducia nelle istituzioni politiche, giuridiche e mediali». Si assiste così ad un "effetto tartaruga": l'immagine di persone che di fronte a chi è diverso da loro o si ritirano nel proprio guscio o reagiscono violentemente.

Il paradosso di questa condizione sta nel fatto che mentre l'infrastruttura digitale si rafforza, permettendoci di condividere informazioni e costruire capitale sociale di rete, nei nuovi ambienti della comunicazione emergono inediti livelli di rischio e forme di tribalismo che abbinano la solidarietà per l'altro simile a me, con l'aggressività contro il diverso da me.

Questo atteggiamento di tipo etnocentrico, riscontrabile in particolare nello spazio comunicativo contemporaneo, mette in crisi un concetto fondamentale della società digitale: la possibilità e la capacità dei pubblici online di dialogare, partecipare e collaborare attivamente sfruttando lo stato di interconnessione offerto dalla Rete per raggiungere un fine comune.

Dialogo e collaborazione sono fondamentali per iniziare ad arricchire il contatto reciproco tra culture; a tal proposito, Bauman (2015) facendo riferimento al pensiero di Sennett, riteneva che fossero tre gli ingredienti per la costruzione di un dialogo efficace nell'era dell'iper-comunicazione:

-*informalità*, stabilire cioè delle regole durante la comunicazione senza imporle inizialmente; -*apertura*, accettare la possibilità che le nostre ragioni possano essere confutate o errate; -*collaborazione*, uno scambio informativo equilibrato tra istituzioni e cittadini che non prevede prevaricazione, vinti o vincitori.

Una proposta teorica che, come illustrato nel lavoro qui presentato, potrebbe essere ri-considerata partendo proprio da una prospettiva ecologica dei media e del giornalismo, e dall'analisi critica dei processi di informazione e rappresentazione dei fenomeni violenti nello spazio pubblico digitale.

⁵ Link: <https://www.europeansources.info/record/ecri-general-policy-recommendation-no-15-on-combatting-hate-speech/>

1. Breve riflessione sull'odio e l'antisemitismo

Se una vittima viene presa di mira perché ebrea, il crimine può qualificarsi come “crimine d'odio”, un crimine quindi culturalmente motivato. La motivazione basata sul pregiudizio antisemita può però intersecarsi ed essere intrecciata con altri pregiudizi, in particolare il razzismo o il sessismo (Simmel, 1946).

Per lo studioso Jerome A. Chanes (2004) l'arrivo prima della rivoluzione scientifica e poi della rivoluzione industriale nell'Europa ottocentesca portò certamente benefici alle società, ma favorirono anche l'emergere di particolari manifestazioni di antisemitismo, basate tanto sulla razza quanto sulla religione, culminate negli orrori dei campi di sterminio nazisti durante la Seconda guerra mondiale.

Successivamente con le recenti crisi e l'emergere di traumi collettivi⁶, i crimini d'odio e le nuove forme di antisemitismo si sono manifestati anche nel discorso politico e nell'ambiente digitale, a causa della natura pubblica e interattiva delle nuove tecnologie dell'informazione.

Pertanto, la situazione si è complicata nel mondo globale iper-digitalizzato, alimentato da forme di violenza simbolica, flussi di informazione - disinformazione e “pseudo-eventi” che tribalizzano menti e comportamenti sociali⁷.

Il cosiddetto neo-antisemitismo⁸ mette in evidenza il problema dell'identità nella società multiculturale, della comprensione dell'Altro e della (sua) storia, mettendo in forte crisi il rapporto tra sfera pubblica e società in rete: gli ebrei, a causa della loro singolare storia di diaspora, hanno sempre fatto emergere agli occhi del mondo la dialettica tra il particolare e l'universale (Castells 2009; Taguieff 2015).

Questa condizione ha “allungato” ulteriormente l'odio nelle società, in particolare il sentimento antisemita combinato con la cospirazione.

Agli “odi storici” che prendono di mira le minoranze, le ideologie e le confessioni altre, culminando poi in estremismo violento, si aggiungono oggi forme di odio meno strutturate e meno identificabili secondo i criteri dell'ideologia politica o delle discriminazioni razziali o religiose (Bauman 1989; Monaci 2022). Emerge un tipo particolare di odio che potremmo definire “sociale” inteso in un duplice senso: come estensione del fenomeno “*hate*” e la sua normalizzazione a registro comunicativo e, allo stesso tempo, come narrativa quotidiana e *storytelling* diffuso nei vecchi e nuovi ambienti mediali.

L'odio sociale sta diventando un registro dominante in molte forme della comunicazione: giornalistica, politica, giudiziaria, a prescindere dalle opinioni espresse e dai contenuti pubblicati.

È in gioco non solo il rispetto dell'Altro e la qualità dell'informazione ormai satura, ma anche la credibilità (e la responsabilità) di tutti gli attori che si relazionano e che creano, distribuiscono e consumano prodotti mediali all'interno della Mediapolis (Silverstone 2009; Maddalena, Gili 2017).

A questo si affiancano recenti derive comunicative in continuo mutamento: infodemie, teorie cospirative, nuovi razzismi e negazionismi. Si va dalla banalizzazione alla negazione della Shoah, con gesti di intimidazione e violenza che toccano molti Paesi occidentali e che nell'est Europa e nei Paesi arabi assumono toni parossistici.

⁶ Si ricordano in questa sede l'11 settembre 2001, la crisi economico-finanziaria del 2008, gli attacchi Isis in Europa nel 2015, fino alla pandemia di Covid-19 e l'attuale guerra in Ucraina negli anni 2020-2022.

⁷ Riprendendo la definizione proposta da Boorstin (1961), l'espressione di “pseudo-evento” viene utilizzata per spiegare, in particolare, il significato dell'esperienza televisiva: un'esperienza che riproduce tratti di realtà per i pubblici anche se tale artefatto segue esclusivamente le logiche dell'intrattenimento.

⁸ Forma di antisemitismo venuta a configurarsi nel XXI secolo a partire da movimenti politici di estrema destra, estrema sinistra, e da gruppi islamisti, jihadisti e fondamentalisti islamici che si oppongono al movimento sionista e all'esistenza stessa dello Stato d'Israele.

La nuova ostilità antiebraica sembra essere influenzata da antiche immagini, paure e pregiudizi radicati stabilmente nella mentalità collettiva e nel nostro immaginario.

Fenomeni di odio e di antisemitismo che crescono nello scenario online nutrendosi delle logiche dei nuovi media della trasparenza e dell'interconnessione, sfruttando i meccanismi persuasivi generati dall' *infotainment*, l'invasione dello spettacolo/intrattenimento nello spazio dell'informazione (o viceversa), un processo che ha trasformato la trattazione di eventi reali (elemento caratterizzante del giornalismo) in un'esclusiva sempre meno giornalistica portando al trionfo del reality TV e del reality show (Sorrentino 2008; Ziccardi 2016; Faloppa 2020.)

Proprio questa continua oscillazione tra fiction e realtà e il carattere non sostantivo dell'informazione, accompagnata da organizzazione burocratica del mondo ad opera dei giornalisti, hanno favorito il passaggio dall'era dell'informazione a quella del "post-giornalismo" (Altheide, Snow 1991).

2. Nota metodologica

Oggetto di questo primo report è un'analisi esplorativa di tipo quanti-qualitativo delle notizie riportate nei principali media italiani riguardanti il fenomeno dell'antisemitismo (tradizionale e ibrido) e più in generale le forme contemporanee dell'odio, registrate nel nostro paese all'interno di un preciso periodo temporale.

Il campione è costituito da due importanti e storiche testate giornalistiche italiane, il Corriere della Sera e La Repubblica, per quanto riguarda l'analisi della stampa cartacea, dalle edizioni serali di sette principali telegiornali (Tg1, Tg2, Tg3, Tg4, Tg5, Studio Aperto, Tgla7) e da dieci testate giornalistiche presenti nella piattaforma Facebook nella loro versione digitale.⁹

Nello specifico, in quest'ultimo caso, sono stati raccolti i post presenti sulle pagine pubbliche dei singoli quotidiani all'interno del social network.

I dati sono stati individuati mediante una ricerca per parole chiave utilizzando la piattaforma *CrowdTangle*, strumento di proprietà di Facebook, che consente di monitorare il contenuto pubblico di pagine e gruppi, e di esportare metriche di base sulle interazioni e le informazioni sulla tipologia dei post e il testo di messaggi o link¹⁰.

Il periodo preso in considerazione va da gennaio 2017 a dicembre 2021.

È stato analizzato un numero importante di contenuti proveniente da tre ambienti mediali differenti: quotidiani cartacei, telegiornali e piattaforma online.

Più precisamente:

- 3267 notizie riportate nella carta stampata¹¹;
- 687 servizi dedicati a tema all'interno dei sette telegiornali presi a riferimento¹²;

⁹ Avvenire; Corriere della Sera; Il Fatto Quotidiano; Il Foglio; Il Giornale; Il Manifesto; La Repubblica; La Stampa; La Verità; Libero

¹⁰ Le parole chiave utilizzate per la ricerca sono: *Antisemita, antisemitismo, antisemiti, antisemite, ebreo, ebrea, ebrei, giudeo, giudei, giudaismo, olocausto, Shoah, "leggi razziali", ebraismo, "giornata della memoria", "Liliana Segre", Soros, sionista, sionismo, sionismi, sioniste, usuraio, negazionismo, sinagoga, "campi di concentramento", neonazismo, neofascismo, negazionista, negazionisti*

¹¹ 2114 per il Corriere della Sera; 1153 per la Repubblica

¹² 124 tot. (2018); 265 tot. (2019); 169 tot. (2020); 129 tot. (2021)

- 4389 post pubblicati dalle dieci testate online analizzate¹³.

Ogni notizia è stata digitalizzata e indicizzata per data, testata giornalistica, temi, argomenti e soggetti intervistati.

Attraverso le attività di indicizzazione e digitalizzazione è stato possibile ricostruire l'attenzione che le varie testate hanno riservato al tema dell'odio razziale e dell'antisemitismo in Italia.

A tal fine sono stati considerati pertinenti i contenuti nei quali fosse evidente la volontà storica, politica e culturale dei vari attori, che emergono nel panorama mediale studiato, di affrontare tali temi, anche rispetto al periodo dell'anno preso a riferimento e gli eventi intercorsi.

Sono stati invece esclusi quei contenuti catalogati come "vuoti" o inerenti agli eventi di cronaca e i dibattiti politici nei quali le questioni dell'antisemitismo e dell'odio, indirettamente coinvolte, non fossero al centro della narrazione o strettamente connesse al fatto descritto all'interno del (tele)giornale analizzato.

Considerata la vastità del repertorio mediale e informativo, per una lettura più chiara e ordinata delle informazioni, l'analisi ha preso come riferimenti da un lato, il contesto temporale (i periodi di tempo analizzati), e dall'altro, il contesto politico-culturale nazionale (episodi di violenza, elezioni politiche, situazioni di crisi ecc..) individuando una possibile connessione tra fatti, notizie, attori, studiando quindi i contenuti e l'ambiente mediale di riferimento secondo un ordine cronologico all'interno di una cornice sociale ben definita.

Si partirà dalla presentazione dei risultati emersi nei giornali, nei tg e nella piattaforma Facebook dal 2017 fino ad arrivare al 2021.

Inoltre, per rendere possibile una comparazione tra contenuti emersi, periodo temporale, contesto e tipo di medium, sono state individuate tre macro-categorie di riferimento, stabilite a seguito delle operazioni di filtraggio del *corpus* di dati:

- tipo di articolo/argomento (natura e posizione della notizia);
- intervistati (attori coinvolti);
- tematiche di maggior rilievo (*media event*)¹⁴.

Ogni paragrafo descritto terminerà con una *word cloud*, una riproduzione grafica delle parole più frequenti nei testi medialti raccolti nell'annualità presa in considerazione.

L'impostazione metodologica scelta, in questa fase di lavoro, ha come fine quello di dare "senso e voce" al dato quantitativo, provando così, non solo a scoprire ed interpretare le forme ibride dell'odio nella contemporaneità, ma ricostruire, anche in relazione a queste, le principali cornici interpretative (*frame*) su un tema specifico, le strategie comunicative e le forme di narrazione pubblica ricorrenti all'interno della sfera pubblica mediatizzata.

¹³ 597 tot. (2017); 957 tot. (2018); 1439 (2019); 753 (2020); 643 (2021)

¹⁴ Gli eventi medialti sono definiti da Dayan e Katz (1987) come "i giorni di festa della comunicazione di massa", avvenimenti di portata storica (non necessariamente politici, e nel tempo spesso riproposti) che la televisione, prima di tutto, (ri) trasmette in diretta concentrandovi l'interesse di una nazione o del mondo intero. Si tratta di un genere narrativo che impiega il potenziale dei media elettronici (e digitali) per dirigere universalmente e simultaneamente l'attenzione al racconto di una storia archetipica sull'attualità, sollecitando i pubblici a interrompere la routine quotidiana per un appuntamento-notizia irripetibile (Scannell 2008; Couldry 2015).

Seguendo una prospettiva ecologica dei media¹⁵, attraverso un'analisi del contenuto, la ricerca qui presentata ha indagato il tema dell'antisemitismo e la sua rappresentazione negli ambienti giornalistici al fine di comprendere la narrazione dell'odio nei diversi spazi di informazione e il rapporto con i loro pubblici. L'obiettivo è anche quello di verificare come queste pratiche discorsive possano contribuire alla costruzione di percorsi formativi utili agli operatori del diritto e ai giornalisti nell'azione di contrasto alle nuove forme di comunicazione violenta.

Da un punto di vista storico è importante ricordare che tra le tante vittime in Italia, quella dei giornalisti è stata la prima categoria ad essere colpita dagli effetti dell'ideologia razzista¹⁶.

Nei confronti di molti operatori dell'informazione vennero infatti diramate le prime norme applicative delle leggi razziali del 1938, nel giugno del '39. Tuttavia, in alcuni casi, soprattutto in Italia, nella città di Trieste, molti giornalisti furono espulsi dal circolo della stampa, dall'albo professionale, dal sindacato nazionale e licenziati dalle redazioni prima che le leggi divenissero operative.

Allo stesso però, capita che il giornalismo sia non solo vittima, ma in parte anche responsabile di costruire una informazione tossica e fare da cassa da risonanza a eventi di natura antisemita, spettacolarizzando e attirando l'attenzione pubblica su un fatto specifico, diffondendo e dando credito a vecchi stereotipi e pregiudizi¹⁷.

I risultati emersi saranno poi utilizzati come base per la costruzione di una griglia utile alla conduzione dei focus group rivolti agli operatori del diritto e dell'informazione nella seconda fase della ricerca.

3. 2017. Tracce di odio e spazio informativo

Negli ultimi anni lo spazio informativo sembra promuovere, e in qualche modo legittimare, forme devianti di comunicazione, aumentando il rischio che queste possano riprodursi all'interno della propria esperienza mediale.

La letteratura più recente (Ziccardi, 2016; Pasta 2018; Ging, Siaper 2019; Littler, Lee 2020) esplora il problema della violenza (online) in relazione alla capacità della tecnologia dell'informazione di incentivare nuovi comportamenti discriminatori e di intolleranza (es. orientamento razziale).

Dal 2017, secondo un recente Rapporto OSCE, i crimini generati dall'odio sono aumentati in Italia e riguardano principalmente il razzismo e la xenofobia, dove ebrei e immigrati sembrano essere i bersagli principali. Altre ricerche (Cox 2017; Idos 2018; Vox 2017-2018; Rapporto della Carta di Roma 2017-2018) sottolineano come le narrazioni all'interno dei media tradizionali e digitali appaiano piuttosto frammentate, violente, confuse e intolleranti nel racconto dell'Altro e della diversità.

¹⁵ La prospettiva ecologica vede i media come un ecosistema che produce effetti sulla vita sociale e che, oltre a offrire straordinarie opportunità, può anche letteralmente inquinare il nostro universo simbolico, come fanno i discorsi d'odio e le false verità circolanti sui social, che le piattaforme non sembrano completamente in grado di limitare (Granata 2015; Splendore 2017; Colombo 2020).

¹⁶ Link: <https://www.shalom.it/blog/italia/la-antisemitismo-di-carta-la-ordine-dei-giornalisti-del-lazio-ricorda-i-colleghi-ebrei-epurati-dalle-leggi-razziali-b1111431>

¹⁷ Link: <https://moked.it/blog/2020/03/20/giornalismo-antisemita/>

All'interno di questo scenario così complesso e preoccupante sono emerse varie questioni di non facile soluzione e di differente natura negli ultimi cinque anni, in Italia e in Europa. Come ad esempio la discussione tra immigrazione e terrorismo dopo gli attacchi di Parigi del 2015, o il legame tra diritto dell'informazione e libertà di espressione del cittadino, in seguito all'emergere di gravi casi di manipolazione dell'informazione, come quello che ha riguardato il caso Brexit o le elezioni presidenziali americane del 2016, dove si è registrato un dibattito molto aspro tra il magnate repubblicano Donald Trump e la candidata del fronte democratico Hilary Clinton (con alti livelli di violenza verbale all'interno delle piattaforme digitali)¹⁸.

Altro tema piuttosto significativo e discusso recentemente nel panorama pubblico e scientifico, dopo le *fake news*, è infatti quello del discorso dell'odio (*hate speech*), espressione coniata dalla giurisprudenza americana con la quale si intende definire l'utilizzo (in rete) di un linguaggio denigratorio, anticonvenzionale, carico di intolleranza, che ha come unico scopo quello di offendere chi la pensa diversamente o creare discriminazioni nei confronti di determinate categorie sociali (Materassi, Pezzoli 2019; Buoncompagni 2021).

Nel solco del disordine informativo e della ricerca di vittime da odiare si muove il tema del racconto della realtà da parte del giornalismo, del rischio di distorsione, e dell'istituzionalizzazione delle procedure di selezione, gerarchizzazione e trattamento del materiale notiziabile.

Nelle scelte di notiziabilità rischia di prevalere non ciò che ci si aspetta dal pubblico, ma ciò che gli altri media o l'intero sistema si aspettano da esso. "Il dire per essere creduti", elemento identificativo del giornalismo, viene sostituito dal "dire per non sbagliare" in direzione dell'omologazione delle scelte produttive e della conformazione delle idee mainstream (Neuman, 2017).

Anche nel caso specifico preso in esame, quello della rappresentazione mediale delle forme ibride dell'odio e dell'antisemitismo, si corre questo rischio.

Il traffico globale di notizie, di idee, credenze, immagini trasformano l'informazione in "eventi condivisi", come se l'informazione equivalesse a conoscenza, come se un post o un tweet avessero lo stesso valore della conversazione, come se i *rumors* fossero vera comunicazione (Wolton, 2009).

Per quanto riguarda il 2017 sono stati analizzati i contenuti pubblicati nella stampa cartacea, (Corriere della Sera e Repubblica) e i post di dieci quotidiani italiani online, mettendo in evidenza le tre dimensioni individuate all'interno, sopra presentate, che consentono di ordinare e comparare i dati raccolti ogni anno, all'interno di ogni medium¹⁹.

Per ognuna di queste, sono state individuate delle micro-sezioni che hanno permesso di catalogare le notizie con caratteristiche simili e rappresentare i dati graficamente²⁰.

Prima di tutto, è interessante sottolineare, come sia nel Corriere della Sera sia su Repubblica,

¹⁸ Link: <https://www.npr.org/2018/04/11/601323233/6-facts-we-know-about-fake-news-in-the-2016-election?t=1588316880312>.

¹⁹ Si veda nota metodologica, punto 2.

²⁰ La sezione "politica (italiana)" o "istituzioni politiche" raccoglie le notizie riguardanti ad es. interventi legislativi, le voci di soggetti italiani o internazionali che ricoprono ruoli istituzionali, la loro partecipazione a manifestazioni pubbliche, scontri tra partiti, interviste. La sezione "cultura" riguarda spettacoli, trasmissioni televisive, voci di artisti che hanno affrontato il tema dell'antisemitismo al fine di sensibilizzare l'opinione pubblica su questo tema. "Esteri, cronaca e analisi-commenti" riguardano i fatti riportati connessi ai casi di violenza e di antisemitismo in Italia e all'estero e i relativi approfondimenti.

il 20% circa dei contenuti riguardino il racconto dei fatti di cronaca a livello nazionale e la sezione “esteri”.

Tra le notizie più seguite in Italia, possiamo riportare qualche titolo: “i post antisemiti per attaccare Fiano”, parlamentare del Partito Democratico, o il caso de “Lo sterminio che ha portato turismo. Shock per il post su Auschwitz”, un chiaro esempio di quello che la letteratura scientifica definisce *dark tourism*.

A livello internazionale, invece, hanno fatto molto scalpore le notizie su “Il circolo magico di Le Pen che chiama Hitler «zio»”, mentre in Francia le numerose critiche registrate in merito a “I silenzi e polemiche sulle violenze antisemite” da parte del Presidente statunitense Donald Trump.

Fig.1 (2017)²¹

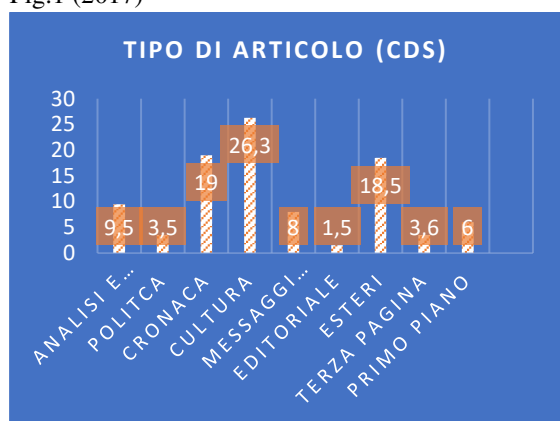
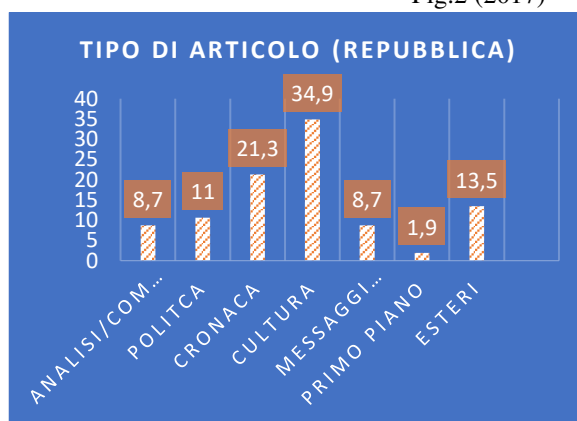


Fig.2 (2017)



Oltre la cronaca, sono le pagine della cultura a registrare una percentuale importante.

Il Corriere della Sera (26,3%) dedica molto spazio al tema della “Memoria” durante il 2017, oltre ad ospitare le voci di quei cittadini-artisti che hanno vissuto, studiato e rappresentato in tv o attraverso performance teatrali la terribile esperienza nei lager e gli orrori del Nazismo. Repubblica, invece, affronta il tema della Shoah (34,9%), connesso al ruolo dell’educazione e della scuola, nonché alla presentazione di prodotti culturali e artistici utili a rafforzare il processo di insegnamento-apprendimento e di sensibilizzazione nelle nuove generazioni.

Non è un caso, dunque, che i principali “media event” riportati sui giornali in questo anno riguardino principalmente gli episodi di antisemitismo che si sono registrati in concomitanza e durante quelle ricorrenze con un particolare valore storico-istituzionale per l’Italia, come il 27 Gennaio o il 25 Aprile.

Prevale, tra tutte le tematiche considerate, quella dell’Olocausto (34,9%), il dibattito politico-culturale attorno ad esso (23,3%) e il racconto di numerosi casi di violenza fisica o verbale contro membri e rappresentanti della comunità ebraica, autorità politiche o parenti di vittime della Shoah, non necessariamente di origine ebraica.

²¹ Tutti i dati riportati nei grafici sono da intendersi in percentuale (%)

Fig.4 (2017)

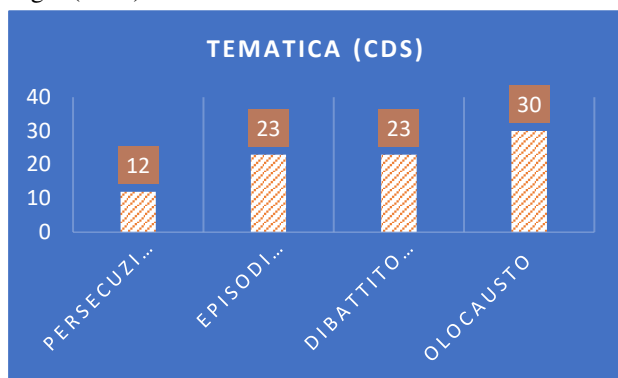
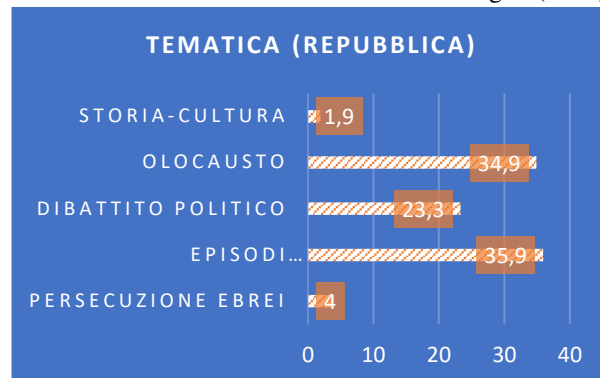


Fig. 5 (2017)



All'interno dei contenuti riportati dai due quotidiani le figure maggiormente coinvolte o citate dal mondo dell'informazione riguardano, in entrambi i giornali, soggetti istituzionali appartenenti al mondo politico-giudiziario (CdS 24,7%; Repubblica 28,1%). Il nome del Presidente Sergio Mattarella, sia come vittima di attacchi verbali, sia nel ruolo di mediatore-pacificatore nei momenti di crisi, è tra i più ricorrenti.

Un dato differente si registra per quanto riguarda la presenza della "voce" dei sopravvissuti.

Il Corriere della Sera ospita durante l'anno numerose testimonianze (25,2%), in particolare nel mese di Gennaio e Febbraio 2017, che descrivono il sentimento di paura e angoscia, tutt'oggi presente nelle vittime, legato all'avvio della politica nazista di sterminio.

Al contrario, Repubblica, oltre a dare rilievo al dibattito politico che si accende ogni anno tra partiti di centro destra e centro sinistra, con l'avvicinarsi del 27 gennaio e intorno ai casi accertati di antisemitismo, dedica uno spazio relativamente importante alle opinioni rilasciate dai colleghi giornalisti (15,4%) e ai personaggi della cultura (22%) come momento di riflessione ed approfondimento offerto al lettore. I soggetti coinvolti, in questo caso, sono noti al grande pubblico e particolarmente sensibili al tema dell'Olocausto per ragioni biografiche o etico-politiche, oppure sono intellettuali che hanno approfondito negli anni il fenomeno della Shoah e dell'estremismo di destra attraverso ricerche, inchieste o rappresentazioni teatrali – cinematografiche.

Fig.6 (2017)

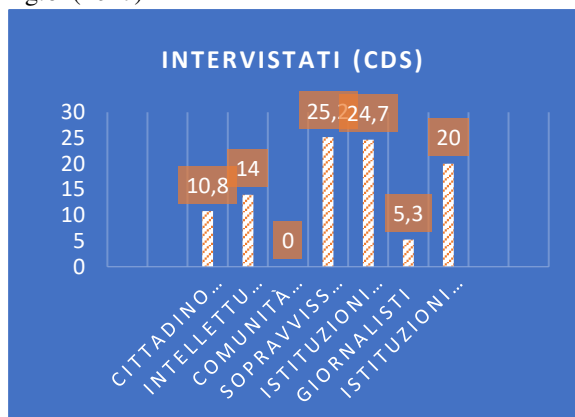
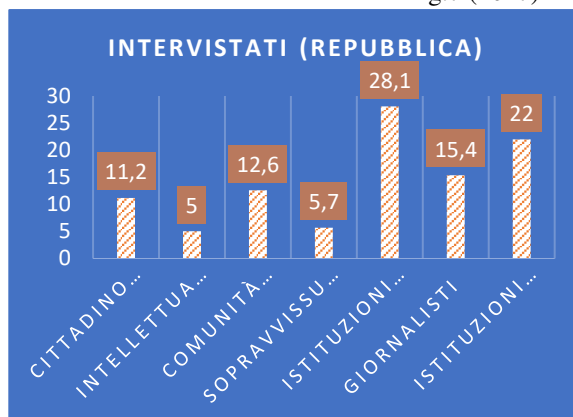


Fig.7 (2017)



Anche nello spazio digitale, il Corriere della Sera (fig.8-9) sembra mantenere la sua “agenda”, concentrando la narrazione dell’antisemitismo all’interno del dibattito politico (39%) ripostando l’articolo dal loro sito nelle pagine Facebook come link (93,8%). Molto raro è l’utilizzo esclusivo di foto o video-notizie.

Repubblica (fig.10-11) predilige lo stesso formato mediale, pubblicando però più contenuti di tipo storico e culturale (testimonianze, approfondimenti sulla Shoah ecc..) e quelli relativi ai più discussi episodi di crimini d’odio (37,5%).

Fig. 8 (2017)

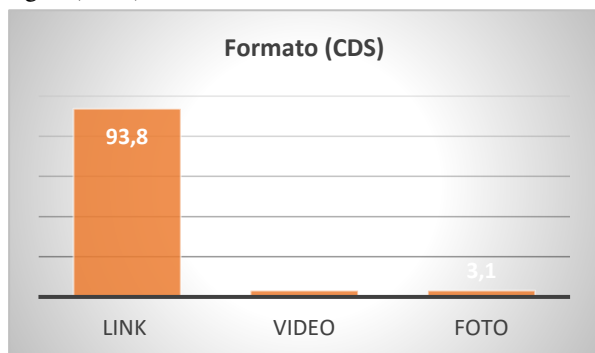


Fig.9 (2017)

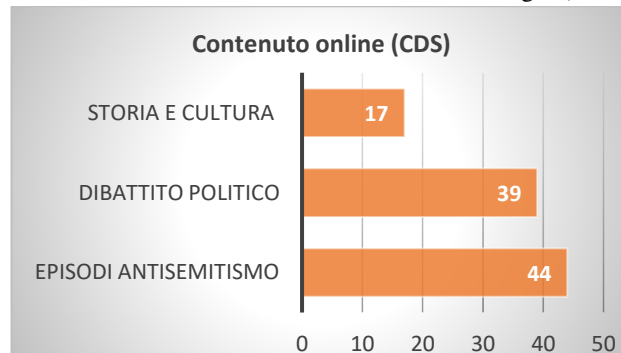


Fig.10 (2017)

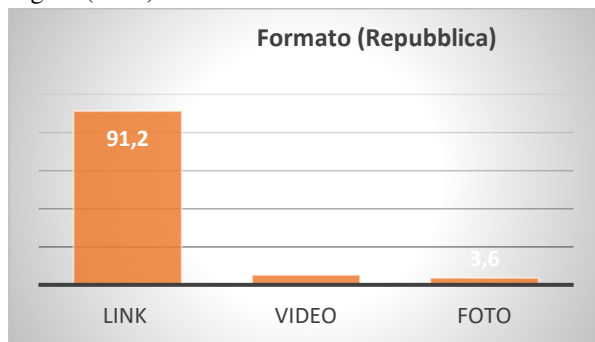
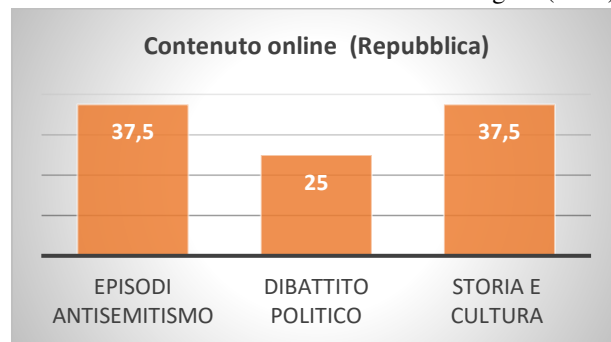


Fig.11 (2017)



Lo studio dell’informazione all’interno della piattaforma Facebook ha permesso di estendere la ricerca e l’analisi dei contenuti condivisi anche ad altri quotidiani italiani rendendo possibile una comparazione tra questi. Per l’anno 2017, tra i dieci giornali presi in considerazione, i dati particolarmente significativi li ritroviamo nella versione digitale di Avvenire e Libero.

Nel primo (fig.12-13), a differenza di quanto evidenziato finora, il macro-tema di tipo storico e culturale riguardante l’Olocausto prevale fortemente sulla scelta redazionale di pubblicare post relativi soprattutto ai casi di odio antisemita.

Fig. 12 (2017)

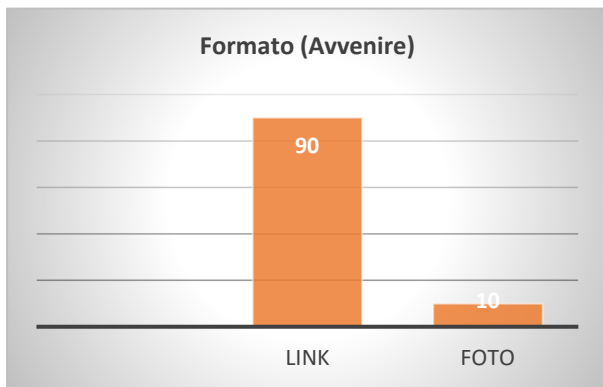
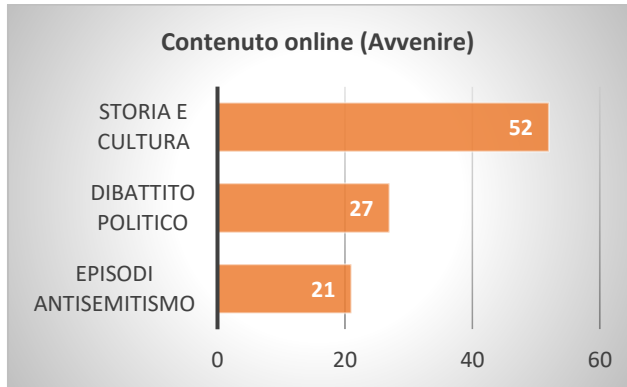


Fig.13 (2017)



Al contrario, la redazione digitale di Libero (fig.14-15), sembra adottare una politica comunicativa quasi opposta: scarsa attenzione per il dibattito politico (6,3) e alle notizie relative alla storia degli ebrei o alle iniziative culturali di sensibilizzazione distribuite nei primi mesi dell'anno (25%). Prevale principalmente il racconto degli episodi antisemiti a livello sia locale che fuori dai nostri confini (68,7).

Fig. 14 (2017)

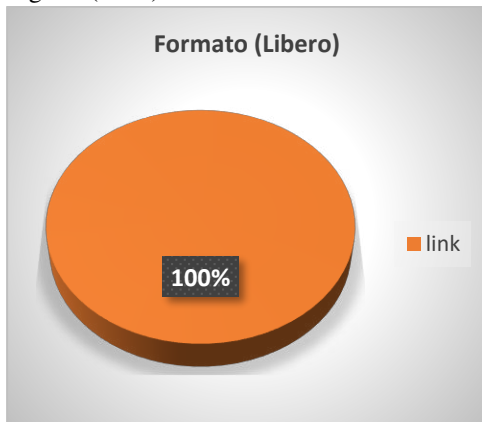
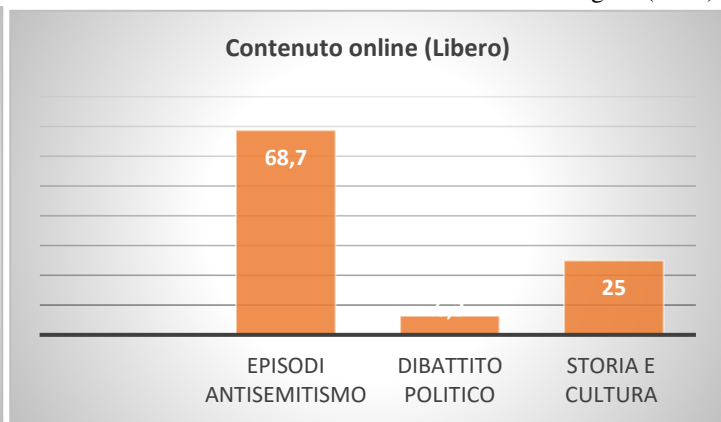


Fig.15 (2017)



Prima di procedere con l'analisi delle annate successive, è opportuno precisare che nel digitale, all'interno delle piattaforme, diversamente dalla stampa cartacea e dall'informazione televisiva, il perimetro del raccontabile è sempre più definito da nuove dimensioni che incidono nella negoziazione dei giornalisti con le fonti e un pubblico che abita la rete e i usa i canali social con maggiori attitudini e frequenze. L'informazione digitale "piattaformizzata" esorta a un più generale ripensamento dei criteri di notiziabilità: raccolta, gestione delle informazioni, mezzi, linee editoriali (Sorrentino 2015; Sorrentino, Splendore 2022). Anche di fronte a temi ampi e complessi, come quello dell'antisemitismo, i giornalisti sono chiamati ad affiancare, alla loro tradizionale logica del dentro/fuori (*gatekeeper*), la logica aggregativa del web da un lato, e quella dialogica dei social network, dall'altra.



Word cloud pesata delle parole più utilizzate nel 2017

4. 2018-2019. Razzismo sistemico e antisemitismo mediatizzato

Il 2018 si apre con alcuni avvenimenti locali - nazionali particolarmente rilevanti dal punto di vista politico - sociale e piuttosto attenzionati dalla maggior parte dei media italiani.

Tra i principali possiamo far riferimento ai numerosi sbarchi di migranti avvenuti sulle coste dell'Italia meridionale, le elezioni politiche che hanno portato alla nascita del primo governo del premier Giuseppe Conte e l'attentato (quasi) terroristico di Luca Traini che ha visto come oggetto di violenza la città e gli abitanti di Macerata, nelle Marche.

Tutti eventi che potremmo riconoscere come “fatti mediali totali”, in cui si evidenzia il tentativo di ricolonizzazione della sfera pubblica, da parte della politica e dei media tradizionali e si manifesta con chiarezza, in alcuni momenti specifici, un'idea etno-razziale della cittadinanza (Manieri, Quassoli 2020).

Secondo Amnesty International (2018) nei primi mesi dell'anno sono state raccolte 787 segnalazioni di messaggi offensivi razzisti e discriminatori moltiplicato dal web. Le segnalazioni sono state attribuite principalmente a candidati politici, durante la campagna elettorale, di cui 77 sono stati poi eletti²².

Il canale che ha generato più segnalazioni è stato Facebook, da cui è pervenuto il 73% dei messaggi monitorati (il 49,3% dei casi si è trattato di post testuali).

Il fenomeno migratorio è stato il tema centrale delle segnalazioni: il 91% delle dichiarazioni hanno avuto per bersaglio migranti e immigrati; l'11% delle dichiarazioni ha riguardato discriminazioni di tipo religioso, veicolando sentimenti islamofobici e antisemiti.

È proprio all'interno di questo clima di tensione che emergono le prime forme “ibride” di razzismo e antisemitismo, forme contemporanee dell'odio che presentano alcune caratteristiche importanti.

²² Link: <https://www.amnesty.it/barometro-odio/>

La prima riguarda la loro capacità di amplificare stereotipi mai scomparsi, come quello dell'ebreo cosmopolita che tiene tra le mani le sorti del mondo. La seconda, l'abilità di creare costantemente tensioni tra demografia e democrazia, attraverso la diffusione di credenze, etichette, narrazioni sconnesse, generando tra le persone livelli di conflittualità inquietanti, in un contesto in cui le controversie relative agli effetti demografici reali o immaginari dei flussi migratori del Sud verso il Nord del pianeta, consecutivi al processo di decolonizzazione e di mondializzazione, cominciano a invadere lo spazio pubblico (Baibar, 2021)

Ai dati finora riportati si aggiunge l'elevato numero di episodi di antisemitismo registrati nel corso dell'anno, anch'essi un riflesso del clima politico ed economico in Italia.

Molti casi sono da mettere in relazione a vicende che vedono gli ebrei e/o lo Stato di Israele al centro dell'attenzione: la Giornata della Memoria, il Giro d'Italia partito da Israele e la Celebrazione dei suoi 70 anni di Israele, gli scontri a Gaza e la nomina a senatrice a vita di Liliana Segre.

Durante il biennio analizzato tali tensioni sono ben visibili nei media tradizionali e digitali come una sorta di continuum.

Fig. 1 (2018)

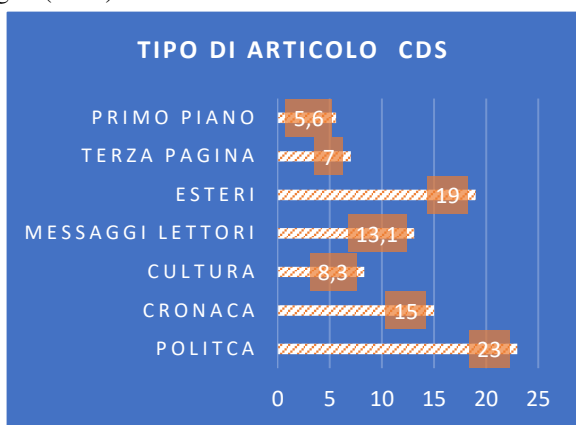
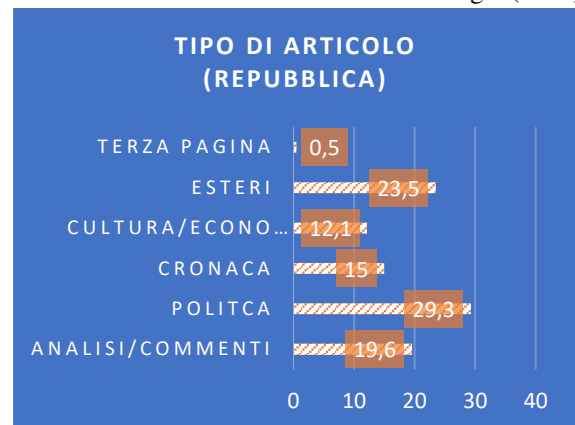


Fig.2 (2018)



A partire dalla stampa cartacea del 2018 è possibile notare innanzitutto l'alta presenza di contenuti politici (CdS 23%; Rep. 29,3%) e quelli relativi alla cronaca nazionale (CdS e Rep. 15%) e straniera (CdS 19%; Rep. 23,5%). La maggior parte di questi riguardano i discorsi di soggetti politici istituzionali, generalmente appartenenti ai partiti di centro-destra, spesso ritenuti responsabili di retoriche razziste e xenofobe, rintracciabili all'interno delle comunità ebraiche in Italia.

Fig 3 (2018)

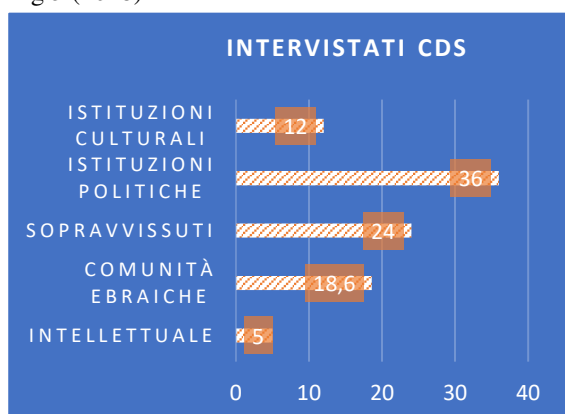
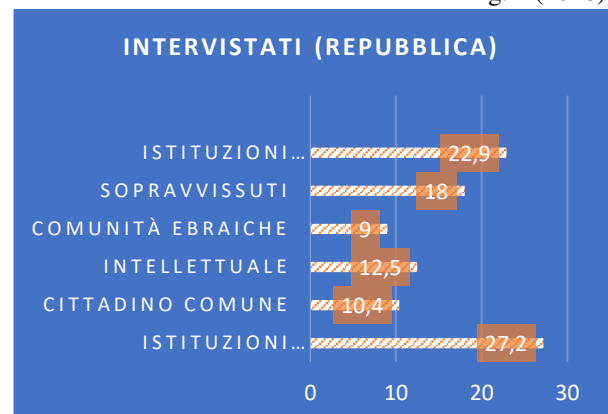


Fig. 4 (2018)



Anche leggendo i dati riguardanti i soggetti intervistati o comunque coinvolti nel processo informativo, ancora una volta la percentuale più alta registrata riguarda le istituzioni politiche e i sopravvissuti alla Shoah. Oltre alle numerose testimonianze rilasciate o i riconoscimenti istituzionali consegnati alle ormai anziane vittime, è lo scontro verbale tra i partiti o le voci “rimproveranti” del presidente Mattarella e della senatrice Segre a prevalere nella narrazione nei due quotidiani: “Liliana Segre: Torna la violenza fascista. Via la parola razza dalla Costituzione”, “Giornata della Memoria, Mattarella: Auschwitz è un virus micidiale pronto a risvegliarsi”.

Soffermando per un attimo l’attenzione sulla dimensione politica della comunicazione e dell’informazione, il biennio 18-19 sembra testimoniare la longevità di un problema al quale non è stata ancora data una reale risposta e, anche per questo, ha avuto modo di alimentarsi, come vedremo anche negli anni successivi, rendendo ancora più tossico l’ambiente comunicativo.

È questo il tema dell’inciviltà politica (online) che potremmo definire come l’indicatore più chiaro del degrado pubblico contemporaneo, ipotizzando una (sicuramente discutibile) correlazione tra “media e inciviltà” (Bentivegna, Boccia Artieri 2021).

Ed è di fronte alle questioni connesse alla diversità culturale e al rapporto con l’Altro che tale fenomeno raggiunge il suo apice.

Considerando quanto affermato finora, non dovrebbe stupire, dunque, vedere un panorama sociale e mediale “incivile” e “politicizzato” che si ripropone in maniera molto simile anche l’anno successivo, nel 2019. Un anno descritto da alcuni studiosi come una fase temporale di stabilizzazione/normalizzazione dell’odio e della sfiducia in una Europa già traumatizzata e in crisi per gli shock subiti già in precedenza (Eriksen 2017; Spezia 2020; Giaccardi, Magatti 2020)²³.

La maggior parte delle notizie in “primo piano” (CdS 24,3%; Rep. 21,9%) riguardano l’utilizzo della parola “razza” da parte di parlamentari e giornalisti o gli episodi di razzismo istituzionale. In particolare, La Repubblica, riporta articoli di natura politica (27,3%) che descrivono i numerosi tentativi di costruire strumenti normativi utili a contrastare l’odio antisemita o i casi di *hate speech* negli ambienti istituzionali locali.

Fig 5 (2019)

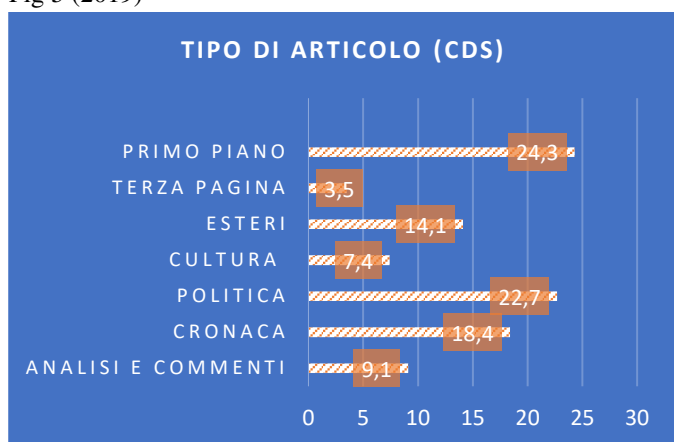
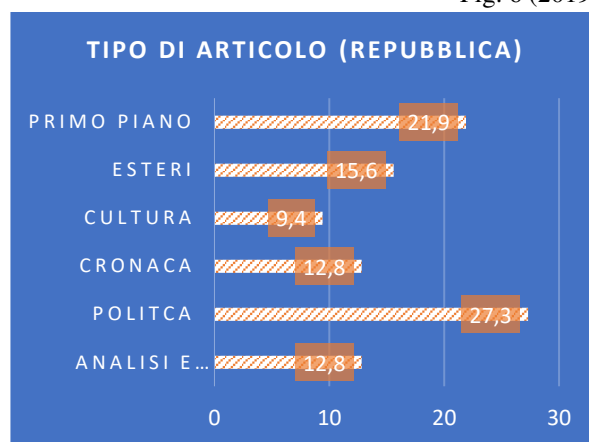


Fig. 6 (2019)



²³ Qui si fa riferimento ai precedenti shock che hanno avuto inizio a partire dagli anni 2000 con importanti ripercussioni a livello globale: 11 settembre (2001); crisi economico finanziaria (2008); crisi migratoria (2011-2014); attacchi terroristi (2015-16); Referendum Brexit (2016).

Fig. 7 (2019)

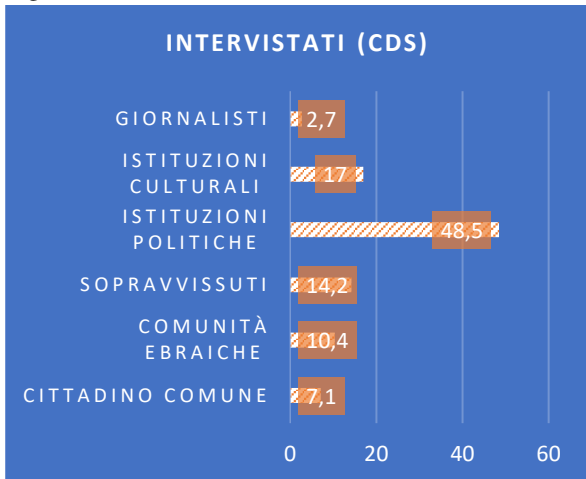
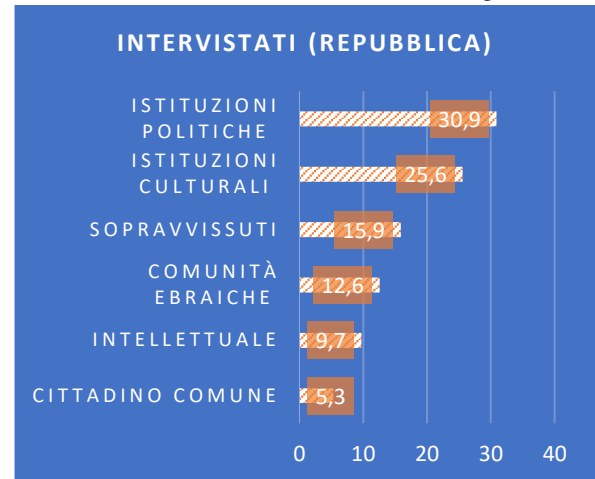


Fig. 8 (2019)



Nell'ambiente digitale, invece, La Repubblica e il Corriere della Sera prediligono, rispetto al 2017, la condivisione dei contenuti tramite link e foto già inserite in precedenza nel testo dell'articolo. Il dato comune visibile nelle figure 9 -10 riguarda l'importante percentuale relativa allo spazio riservato al dibattito politico (Rep. 46%; CdS 43,8%), seguito da una scarsa attenzione riservata agli aspetti culturali del mondo ebraico e il valore storico-sociale della Shoah.

Molti somigliante la situazione del 2019, dove registriamo percentuali molto simile tra i due quotidiani per quanto riguarda l'attenzione riservata agli episodi antisemiti e al dibattito pubblico intorno ad essi.

Particolarmente presente nella maggior parte degli articoli e dei post analizzati è il nome, ancora una volta, della senatrice Liliana Segre, spesso vittima di violenza verbale nei commenti ai post condivisi dai quotidiani online²⁴.

Molti gli articoli di stampa, in parte riproposti poi anche nella versione digitale, che affrontano casi di cronaca come quello dei cimiteri ebraici vandalizzati e degli edifici religiosi imbrattati nel centro Italia e in alcuni paesi europei come la Francia.

Fig. 9 (2018)

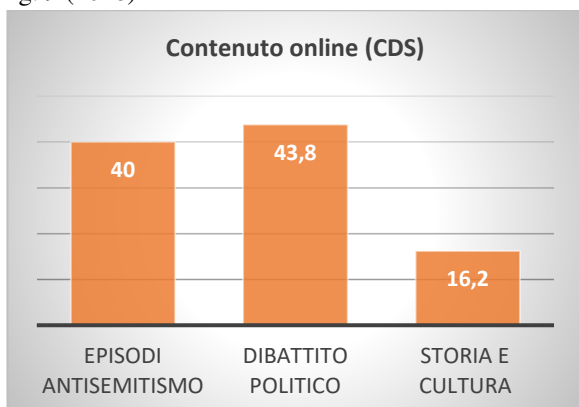
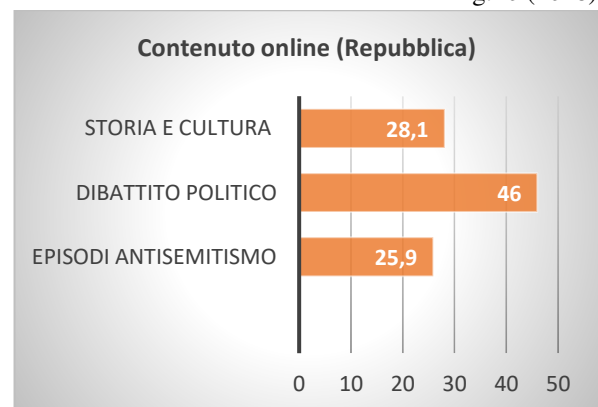


Fig.10 (2018)



²⁴ Link: https://milano.corriere.it/notizie/cronaca/18_giugno_08/milano-segre-26acbbfc-6b0b-11e8-9458-812edbd9a164.shtml

Fig. 11 (2019)

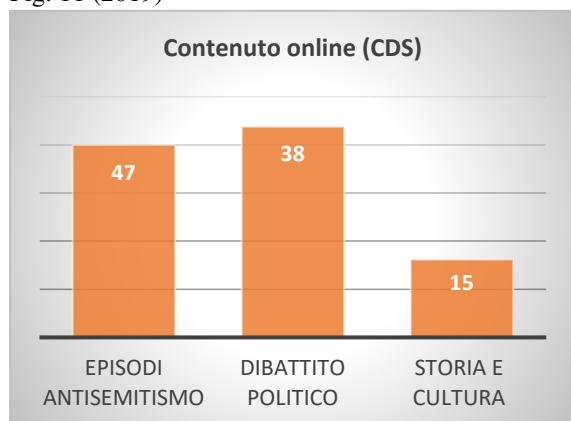
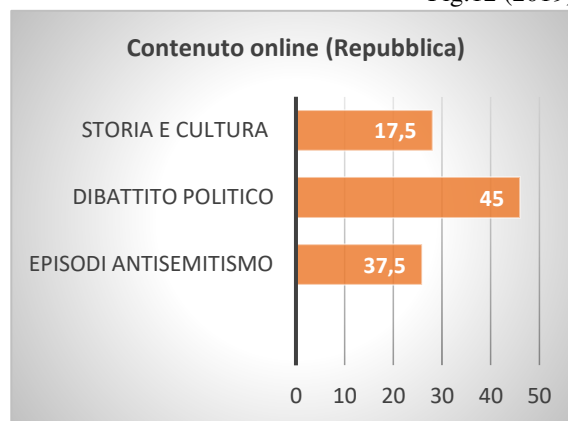


Fig.12 (2019)



Confrontando questi dati con quelli raccolti per gli altri giornali digitali in Facebook, il risultato è un panorama informativo tutto sommato molto più “equilibrato” per quanto riguarda la scelta dei contenuti pubblicati, abbastanza simile in termini di agenda pubblica.

I grafici riportati sotto, riguardanti il Fatto quotidiano online e Avvenire, sono un chiaro esempio di una situazione variegata e piuttosto inedita rispetto agli argomenti presenti nei giornali cartacei e i temi affrontati nei servizi dei telegiornali.

L’ambiente social di Facebook, sempre più descritto come responsabile della formazione di *echo chambers* e di bolle culturali dove, da un lato, i pubblici ricercano solo le informazioni coincidenti con il proprio punto di vista, e dall’altro, il pluralismo informativo si rivela molto presto essere soltanto un’illusione generata dalla forza delle *chatbot* e degli algoritmi (Quattrococchi, Vicini 2017), in questo caso specifico, si mostra come un ambiente capace di offrire, su un tema complesso come l’antisemitismo, voci, spunti e punti di vista differenti offerti da intellettuali, giornalisti e cittadini comuni. Probabilmente grazie anche a scelte redazionali ponderate.

Un ulteriore elemento interessante che è stato possibile registrare nell’informazione digitale è che il formato dell’immagine della fotografia acquista una maggiore “autonomia” con o senza il testo. La foto viene spesso condivisa senza riportare il link all’articolo postato, diventando così essa stessa “testo mediale”.

Questo formato è presente in tutti i quotidiani online del 2018-19, anche se in misura differente ogni mese dell’anno (si va da un minimo percentuale di 2 a un massimo di 9).

Fig.12 (2018)

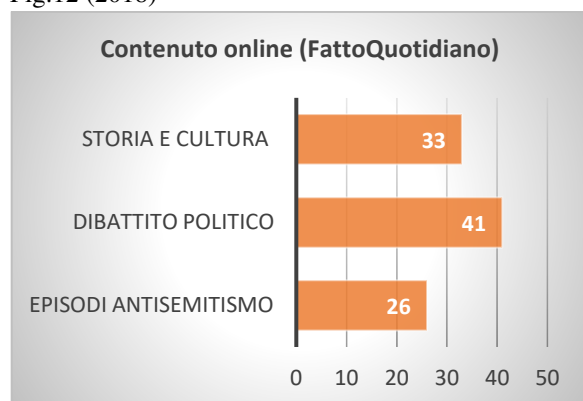


Fig.13 (2018)

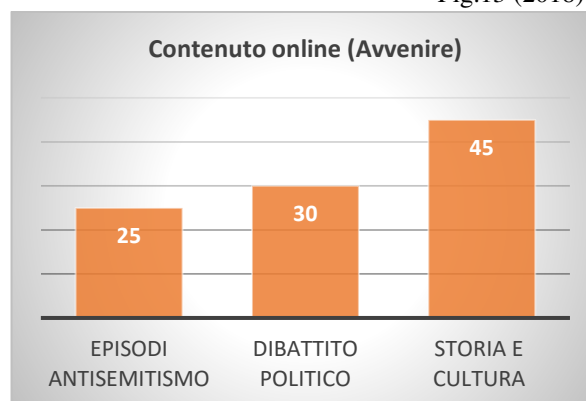


Fig.14 (2019)

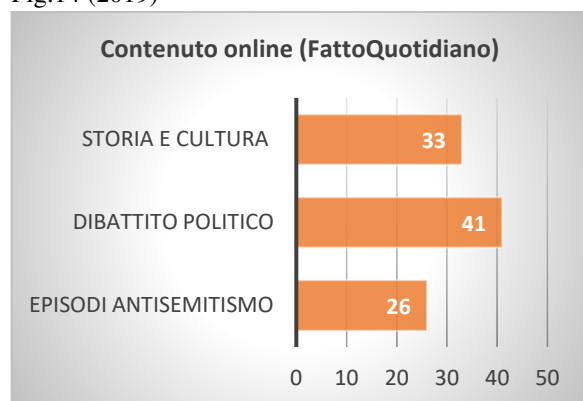
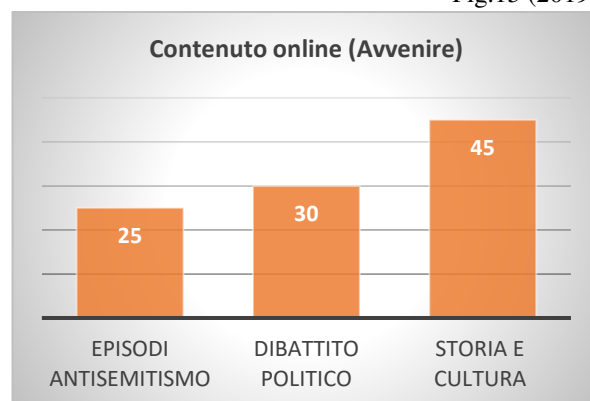


Fig.15 (2019)



Ai media finora analizzati, aggiungiamo ora un primo sguardo anche ai servizi giornalistici²⁵, dove il tema dell'antisemitismo e dell'odio razziale è diventato, per mote reti televisive, un vero e proprio prodotto da consegnare al loro pubblico nelle prime edizioni serali.

Attualmente in Italia abbondiamo di informazione, tra telegiornali, approfondimenti, talk-show, ma i dati più significativi in questo caso riguardano quattro dei dieci telegiornali presi in considerazione: Tg1, Tg3, Tg4 e Studio Aperto (STA)²⁶.

In generale c'è una predisposizione comune, in tutti i servizi giornalistici, a riportare prima di tutto notizie di cronaca italiana ed estera (spesso *bad news serializzate*) nei primi minuti di apertura dell'edizione²⁷.

Fig.16 (2018)

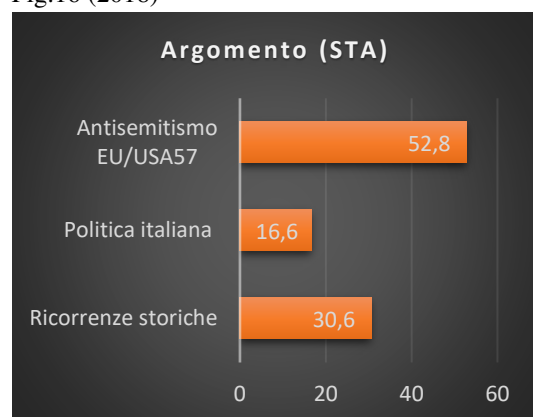
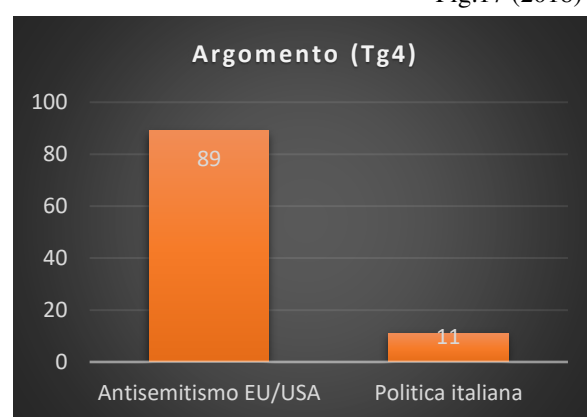


Fig.17 (2018)



²⁵ È utile precisare che le notizie dei telegiornali Rai, La7 e Mediaset analizzati, sono quelle trasmesse in “prima serata”, dunque nelle edizioni delle 18.30 – 19.00 o delle 20.00-20.30)

²⁶ A parte La7, tutti i Tg Rai e i telegiornali dei canali Mediaset presentano delle leggere variazioni tra i servizi analizzati dal 2018 fino al 2021. L'impressione, dunque, è che mantengano generalmente sempre lo stesso “carattere”, in quanto una tv pubblica, l'altra commerciale (senza considerare qui l'influenza di una pluralità di nuove piattaforme, come SkyTg24, ad es.). Non potendo riportare in questa sede tutti i grafici costruiti e i dati raccolti si è scelto di selezionare quei Tg le cui edizioni presentano differenze significative in termini quantitativi anche nella costruzione della propria agenda.

²⁷ Le cattive notizie (principalmente riconducibili alla cronaca nera) « sono da sempre un fortunato genere giornalistico: le motivazioni di tale successo sono individuabili nella centralità delle infrazioni alle regole della vita quotidiana e nella funzione rassicuratoria svolta, poiché permette di condividere il racconto dell'indicibile e la sua ferma condanna collettiva (...) ribadisce valori e priorità che consentono di ristabilire il senso di comunità e il bisogno di continuità, necessario a ciascuno di noi per gestire l'ansia del futuro » (Sorrentino, 2011)

Fig.18 (2018)

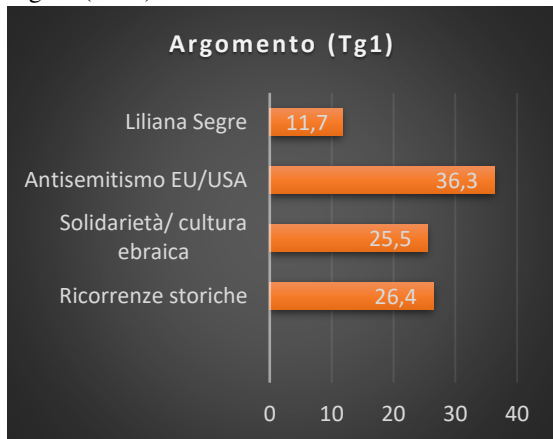
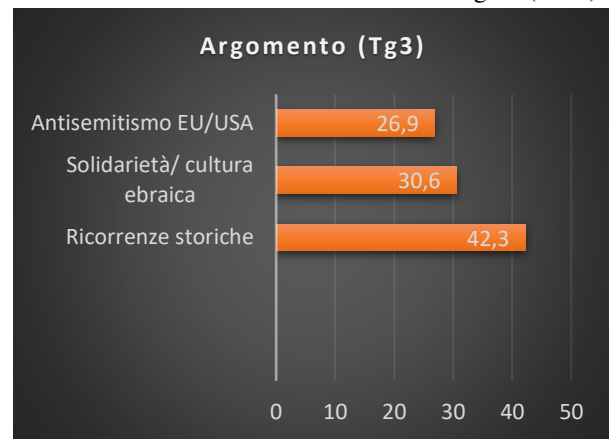


Fig.19 (2018)



Ma è nel 2018, in particolare, che Tg4 (89%) e Studio Aperto (52,8%), sembrano ridurre la presenza di dibattito politico e storico sull'antisemitismo e l'Olocausto.

Si privilegia una narrazione "organizzata" degli episodi di violenza fisica e online contro la comunità ebraica o Liliana Segre nei giorni della sua elezione a senatrice²⁸, o la messa in onda di interviste, reportage sulle vittime brutalmente colpite, l'attentato-strage alla sinagoga di Pittsburgh negli Stati Uniti o i cimiteri ebraici vandalizzati nel nostro paese e nelle regioni francesi. Anche la violenza negli stadi, accompagnata da episodi di razzismo e cori antisemiti, rientra tra i principali temi riportati nei servizi giornalistici in prima serata.

Ripercorrendo la letteratura scientifica, si ritiene utile ricordare in questa sede un concetto-chiave, introdotto dalla sociologia dei media, quello di "logica mediale" (*media logic*), un meccanismo crescente di influenza prodotto dai sistemi di comunicazione (la televisione soprattutto) che pervade tutta la nostra quotidianità.

Secondo l'analisi proposta dai due studiosi Altheide e Snow (1979) l'aspetto inedito e interessante dello studio sulla *media logic* non riguarda tanto l'intento dei media di modellare gli atteggiamenti dei pubblici, quanto il fatto di concepire la comunicazione di massa come un processo interattivo tra la comunicazione dei media e come questa viene interpretata e messa in atto dai diversi pubblici.

La visione del giornalismo, visto come un settore che "costruisce" conoscenza attraverso l'informazione, mostra chiaramente la sua dimensione organizzativa che mette in luce l'omogeneità della cultura professionale del mondo dell'informazione e l'autonomia del mondo giornalistico rispetto alle influenze esterne (Boni 2004; Marini 2019).

La logica mediale, in relazione al tema affrontato in questa sede, è ancora più evidente se ci si sofferma all'analisi della produzione delle notizie televisive, definite da Park (1940) come "forme di conoscenza".

I produttori di notizie costruiscono le *news* dopo un'accurata selezione degli eventi basata «sulla conoscenza per deduzione riguardo al pubblico, su assunzioni riguardo alla società e su un codice o una ideologia professionale» (Hall 1973, p.86). Ciò che ne esce non è un insieme di informazioni

²⁸ L'oggetto della notizia molto spesso, anche all'interno dell'informazione politica, è la neo senatrice. Tutta l'attenzione dei giornalisti sembra essere rivolta alla Segre, per questo si è scelto, in alcuni casi, di indicare nei grafici proprio il nome della senatrice piuttosto che la sottocategoria generale di "politica italiana"

scollegate, ma piuttosto nuove storie codificate e classificate assegnate ai diversi (e diversamente graduati) spazi nei media e gerarchizzate in termini di presentazione, status e significato.

Notizie e programmi sarebbero dunque costruiti su una efficiente strategia di “quotidianizzazione” e di “familiarizzazione” dei formati e dei contenuti proposti che mirano a costruire un meccanismo di fiducia verso la televisione:

«(..) quando le vicende di un crimine diventano oggetto della programmazione televisiva, si dispiega un ulteriore dispositivo di realismo, connesso alla familiarizzazione, quello di seguire le attività di indagine della polizia, con aspetti di spettacolo e coinvolgimento, come la costruzione degli identikit degli indiziati» (Marini 2017, p.21).

La conseguenza evidente è un rischio sempre maggiore di trasformare la notizia (e il servizio pubblico) in *business* e intrattenimento, mettendo in secondo piano, come in questo caso, il trauma psicologico della vittima dei crimini d’odio e quello culturale della comunità di riferimento, così come il valore storico dell’Olocausto.

Un errore troppo spesso ripetuto nel giornalismo è quello di inseguire l’emotività dell’opinione pubblica o l’andamento del mercato delle notizie diventandone poi vittime.

Nel 2019 si nota in questo senso un leggero miglioramento, o quantomeno, una più ampia selezione degli eventi da introdurre nel telegiornale.

Le principali ricorrenze storiche, come la Giornata della Memoria, il racconto della solidarietà verso le comunità ebraiche e le manifestazioni di protesta contro i fenomeni di razzismo riprendono posto nell’agenda pubblica. Registrano un dato importante in questo senso, il Tg3 che ospita servizi sul tema della solidarietà (25%) e soprattutto sulle principali ricorrenze storiche (50%), e Studio Aperto (25%). Anche il Tg4 sembra fare un tentativo verso una riformulazione di una agenda più equilibrata tra cronaca (30%), politica (28,9%) e cultura/solidarietà (26%).

Fig.20 (2019)

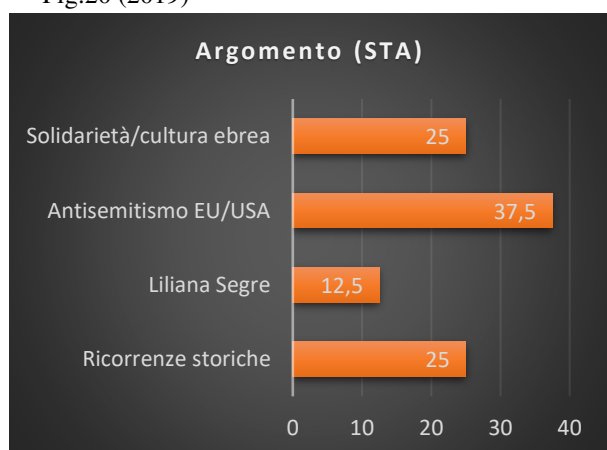


Fig.21 (2019)

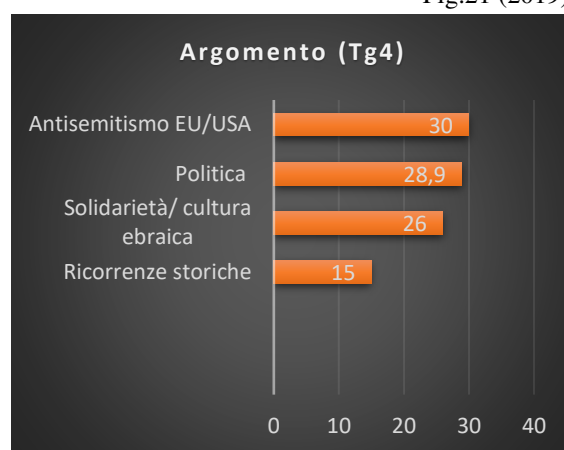


Fig.22 (2019)

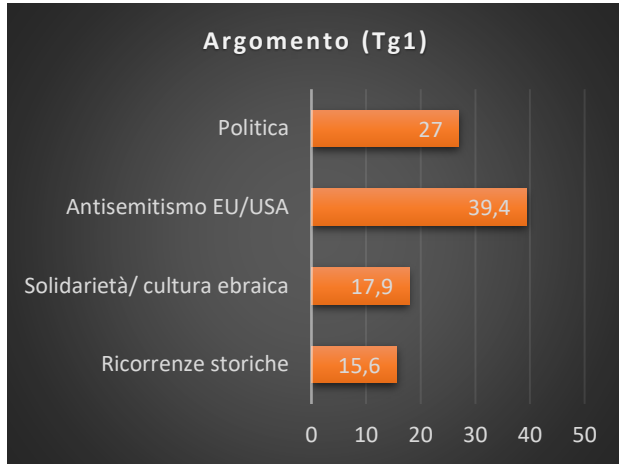
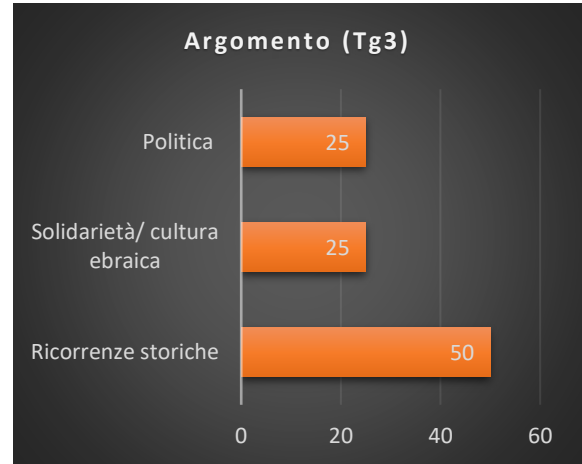


Fig. 23 (2019)



Come verrà meglio discusso a breve, il biennio 2018 e 2019 ha dato inizio a un periodo poco rassicurante e caotico nel nostro Paese, caratterizzato da una informazione spettacolare, sfiducia nei partiti, rabbia sociale e dalla riproposizione dei “grandi miti ebraici” in Italia e nel mondo, nella politica e nei (social) media.

Gli episodi antisemiti afferiscono, in ordine di rilevanza, a: cospirativismo, antisionismo, neonazismo, banalizzazione della Shoah (irrisione della Shoah), antigliudaismo (antisemitismo cristiano e religioso). In particolare, i temi dell’antigiudaismo (accusa del sangue, deicidio, etc.) stanno vivendo una forte recrudescenza in questi ultimi cinque anni. Episodi come la negazione della Shoah trovano diffusione solo nell’ambito del neonazismo, gli stessi miti adattati alla realtà israeliana raccolgono consensi in settori più eterogenei: estrema sinistra, etnoregionalismo, ecologismo, galassia anti-elites, islamismo (Taguieff 2015; Pasta 2018; Santerini 2020; Monaco 2022).

L’antisemitismo si esprime apertamente nei media attraverso forme iconografiche e lessicali estremamente aggressive e demonizzanti.

E l’ambiente online, in particolare, sembra assumere sempre più la funzione di incubatore dell’odio e di questo tipo di informazione tossica, difficile da contrastare anche attraverso le analisi, le interviste e gli approfondimenti proposti all’interno della stampa e dei servizi televisivi.



Word cloud pesata delle parole più utilizzate nel biennio 2018-2019

5. 2020-2021. Infodemia e società del sospetto

Il 2020 si apre con un evento eccezionale, forse imprevedibile, o semplicemente uno degli effetti collaterali della società globale coi quali dovremmo imparare a vivere stabilmente: la prima pandemia globale di Covid-19.

Uno shock mondiale che ha costretto miliardi di persone a fermarsi e chiudersi in casa, abbandonando per mesi scuole, fabbriche, uffici. Gli unici luoghi “frequentati” erano gli ospedali, quasi al collasso già agli inizi di marzo.

Pascal scriveva che “gli uomini, non avendo potuto guarire la morte, la miseria e l'ignoranza, hanno deciso di non pensarci per rendersi felici” (Serini, 1943).

In una società in continua evoluzione, mirante al progresso continuo, dove i rischi non attengono più semplicemente agli esiti di una singola decisione, ma nascono dagli effetti aggregati dell'intera organizzazione sociale, il non (volere) pensare e la mancanza di previsione hanno aumentato l'esposizione a una molteplicità di shock possibili in grado di coinvolgere l'umanità intera (Weber 1966: Beck 2000).

Nell'emergenza si rompe il dato per scontato e tutto viene rimesso in discussione. L'esperienza comune è quella dell'estraneità psichica e la disgregazione parziale o totale dei quadri di riferimento collettivi.

David Lockwood (1992) usa il termine “declassificazione anomica” per descrivere quella situazione in cui si verifica il crollo verticale del sistema di credenze legittime (ruoli, rapporti di potere, mete collettive) che sostengono un determinato ordine sociale. Uno stato di disordine percettivo, economico, normativo e informativo che porta alla luce tensioni, dubbi, nuove credenze.

A partire da marzo 2020 la diffusione del Covid-19 ha imposto un isolamento per molte settimane, con fasi di apertura e chiusura, che ha riguardato numerose nazioni, tra cui l'Italia. E questo fino a metà del 2021.

Lo stare insieme è sempre più diventato un relazionarsi online.

La nostra quotidianità si è sempre più “piattaformizzata”²⁹: l'ambiente casalingo, scolastico, di lavoro sono diventati esclusivamente digitali.

A tal proposito per descrivere questa situazione inedita Anthony Giddens ha usato l'espressione “digidemia”, la prima pandemia digitale della storia costituita da connessioni, dati e soprattutto da un eccesso di informazioni³⁰.

Non a caso un'ulteriore parola che ha caratterizzato il periodo pandemico, infatti, è stata quella di “infodemia”, termine coniato prima dal politologo David Rothkopf (2003) e riutilizzato poi dall'Organizzazione mondiale della sanità durante l'emergenza.

“Infodemia” fa riferimento alla presenza di un sovraccarico di notizie riguardante uno specifico evento che confonde l'opinione pubblica, travolge i media e mette in crisi le istituzioni, in quanto

²⁹ I sociologi van Dijck, Poel e de Waal (2018) hanno coniato l'espressione “Platform Society”. Tale concetto sottolinea che le piattaforme digitali (Zoom, Teams, Facebook ecc..) costituiscono una parte integrante della società in cui attualmente di producono conflitti di interesse a vari livelli. Gli studiosi riconoscono una inestricabile relazione tra le strutture sociali e le piattaforme online. Quest'ultime hanno la capacità di infiltrarsi nelle istituzioni e nelle pratiche che strutturano sul piano organizzativo le società democratiche, introducendo le loro logiche e i loro meccanismi di funzionamento.

³⁰ Link: <https://www.sum.uio.no/english/research/networks/arne-naess-programme/arne-naess-symposia/events/anthony-giddens-covid-19-and-the-future-world.of-order.html>

condiziona pesantemente nostra mente e la capacità di elaborare correttamente le molteplici informazioni.

Alcuni fatti, scrive Rothkopf (2003) mescolati alla paura, alle voci, alle speculazioni, amplificati e trasmessi in tutto il mondo dalle moderne tecnologie dell'informazione, hanno la capacità di influenzare economie, politiche e lo stato di sicurezza di molte nazioni.

All'interno di questo quadro drammatico si inserisce la terza parte dell'analisi del contenuto dei media relativa all'antisemitismo nel biennio 2020-2021.

Di fronte ad una pandemia si è per definizione impreparati e l'eccezionalità della situazione, anche italiana, ha generato caos e sfiducia a tutti i livelli: nelle istituzioni, tra i cittadini, e anche nel mondo del giornalismo (Alfonso, Comin 2020).

L'*overload* informativo ha alimentato il dubbio, la rabbia sociale, la polarizzazione e l'odio verso l'Altro, sia esso migrante, turista o vicino di casa, in quanto tutti possibili portatori di virus.

Nei media italiani la narrazione della pandemia ha occupato le prime pagine della carta stampata e online per molte settimane. Tutte le edizioni dei telegiornali si sono occupati (quasi esclusivamente) di Covid-19 fino all'annuncio delle prime riapertura da parte del governo Conte nei mesi estivi dell'anno 2020.

Ma lo scenario mediale in questo biennio sembra dividersi in due parti.

La questione dell'odio antisemita (CdS 16,9%; Rep.29,7%), legati al lungo dibattito politico che si registra ogni anno intorno alla Giornata della Memoria o al tema maggiormente presente dell'Olocausto (CdS 26,7%; Rep.33,1%), sembra quasi svanire a fine febbraio 2020, in particolare nella carta stampata e nei telegiornali Rai e Mediaset, sostituita dalla narrazione dei primi casi di coronavirus in Italia e in seguito con l'inizio del primo *lockdown*.

Fig.1 (2020)

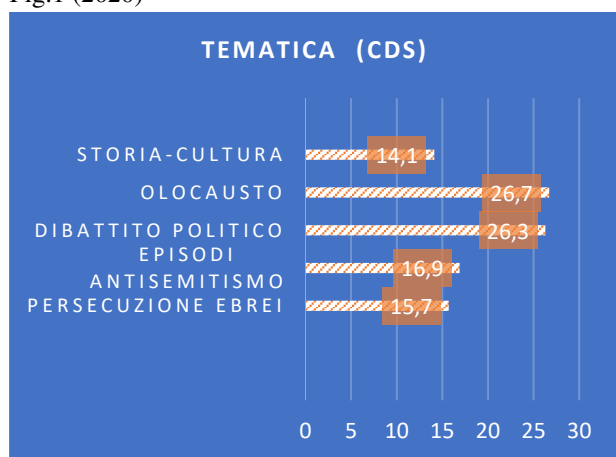


Fig.2(2020)

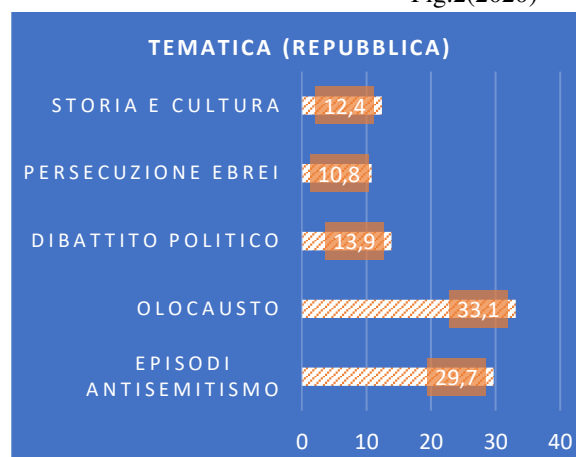


Fig.4 (2020)

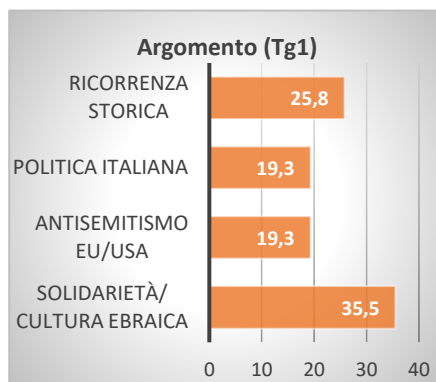


Fig. 5 (2020)

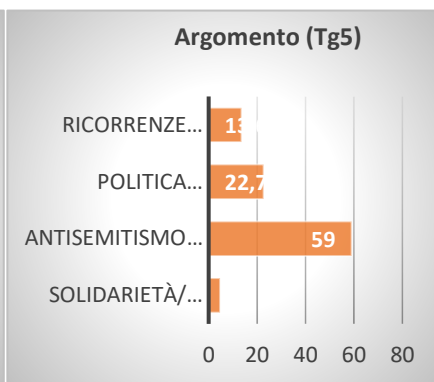
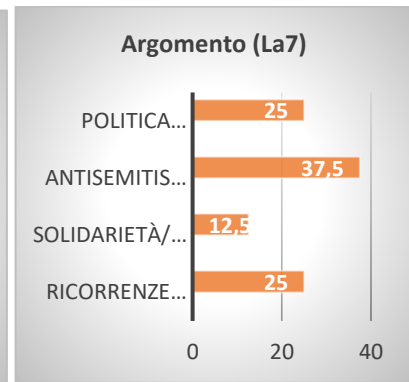


Fig.6 (2020)



L'operazione di filtraggio effettuata sulla mole di dati raccolti ha permesso di notare come, passati i primi mesi di isolamento "forzato", con l'inizio dell'estate 2020 e in seguito ai primi annunci di un possibile vaccino anti-Covid-19 nei mesi di ottobre-novembre, le notizie pubblicate, soprattutto attraverso i post condivisi nelle piattaforme, abbiano iniziato a circolare mescolando contenuti differenti come l'informazione sanitaria e istituzionale e gli atti di razzismo contro personaggi pubblici di origine ebraica, o informazioni false sulle possibili cure contro il virus e relative teorie del complotto. Pseudo-notizie spesso accompagnate da nomi di leader di gruppi religiosi o pseudo-scienziati, tutti vittime o autori del cosiddetto "Grande Reset"³¹.

In questo caso specifico i formati dei contenuti diffusi da alcuni utenti sono stati messaggi audio, fotografie e video, prodotti nel primo caso, con il solo fine di instillare il dubbio sulla reale esistenza del virus e sulla sua pericolosità, nel secondo, cercando di creare (disperatamente) delle contro-narrazioni basate su tesi scientifiche riconosciute, avanzate da virologi o dai cosiddetti esperti, "star del web" ormai quasi prive di credibilità (Miconi 2020).

L'impressione è che le testate giornalistiche si stiano trasformando in mere cassette delle lettere, dove ha libertà di parola, spesso senza alcuna verifica, soprattutto chi è più abile nella gestione della comunicazione social e del conflitto interno ad essa (Sorrentino, 2021). Essendo video e foto considerati come linguaggi efficaci anche nel mondo giornalistico, molte di queste notizie sono state ricondivise online via Facebook unicamente in questo formato, come contenuti testuali, dando voce a "esperti" o "cospirazionisti".

³¹ Il "Grande Reset" è il nome di una delle teorie diffuse online sul futuro del mondo post Covid e il controllo dei poteri forti.

Fig.7 (2020)

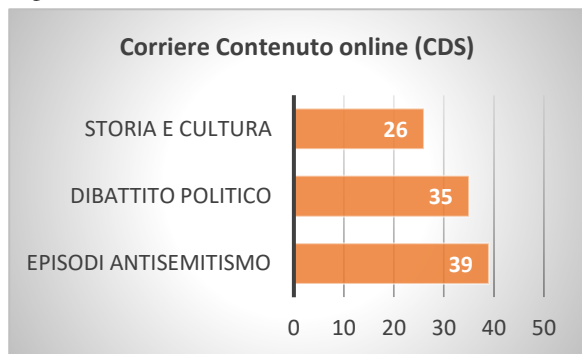


Fig.8 (2020)

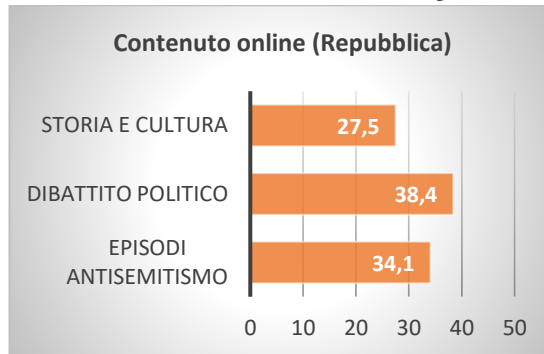


Fig.9 (2020)

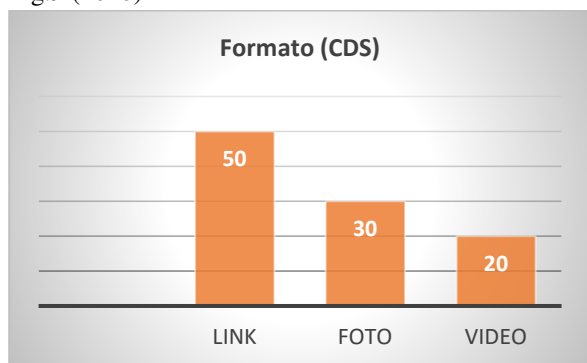
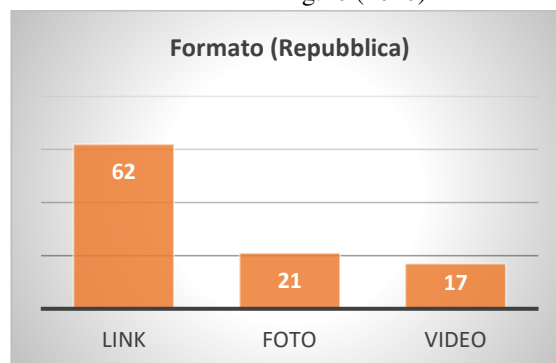


Fig.10 (2020)



È importante citare, i riferimenti alla figura George Soros, più volte emersa, accanto alle “voci” complottiste nei post di Facebook e nei titoli riportati da Repubblica e Corriere nei mesi pre-pandemia e dopo il primo lockdown in Italia: “Soros, il finanziere attaccato da destra e da sinistra. Dalla speculazione contro sterlina e lira alla filantropia per promuovere la Società Aperta”; “Coronavirus fra negazionisti e bufale. Le vere ragioni delle false credenze”; “Gates e Soros bersagli n. 1 dei cospirazionisti: sorpassa perfino la bufala Covid-5G”.

Per comprendere ancora meglio il caos informativo di quei mesi, è interessante ricordare altri due esempi di materiale diffuso online, rispetto a quanto già evidenziato.

Il video di 26 minuti pubblicati su YouTube (ora rimosso) dal titolo “Pandemic”, nel quale si definiva il Coronavirus un prodotto di laboratorio per garantire ai colossi i guadagni derivanti dai vaccini; il filmato condiviso via Twitter da l’utente IMChamber24 in cui un’autista di un autobus discute con i suoi passeggeri della diffusione del Covid-19 in Turchia sostenendo che le malattie più gravi comparse negli ultimi decenni sul pianeta, dall’AIDS all’Ebola, siano state create dalle case farmaceutiche controllate dagli ebrei³².

La pandemia ha così accelerato la pervasività dei social network in quanto ambienti ideali per creare o mantenere reti sociali in tempi di distanziamento e isolamento.

³² Link: <https://www.mosaico-cem.it/attualita-e-news/personaggi-e-storie-attualita-e-news/antisemitismo-turchia-coronavirus-epidemia/>

Come ha osservato Deborah Lupton (2020) i media digitali hanno giocato un ruolo importante durante l'emergenza supportando le relazioni e i gesti di solidarietà; tuttavia, hanno facilitato anche l'enorme diffusione di notizie false spesso caratterizzate da narrative di tipo cospirazionista.

Diverse ricerche (Mian, Khan 2020; Papakyriakopoulos *et al.* 2020) hanno indagato, attraverso l'analisi automatica dei contenuti nelle piattaforme social, il propagarsi dell'infodemia e di teorie cospirazioniste in concomitanza con l'evoluzione dell'emergenza sanitaria.

I risultati mostrano innanzitutto una presenza massiccia di *mis-information*³³ via Facebook e nei quotidiani online. Un processo che segue un modello di propagazione di tipo reticolare, molto simile a quello di un normale virus, la cui permanenza in rete viene rafforzata dalle difficoltà di utenti comuni, politici e giornalisti che, non sempre consapevoli e in grado di comprendere la veridicità di un fatto e l'attendibilità di una fonte, rimangono vittima dei cosiddetti "rumors online".

I dati raccolti nei media tradizionali e in Facebook trovano una corrispondenza con quanto riportato in letteratura, pur avendo circoscritto la ricerca al tema dell'antisemitismo, che, nel periodo dell'emergenza sanitaria, si conferma essere ancora oggi la forma di odio "più lunga" e "nascosta".

L'infodemia, e parallelamente il cospirazionismo e il negazionismo, tendono ad aumentare a partire dal 2021, con la produzione del vaccino (giudicano troppo "veloce e inefficace")³⁴, le chiusure alternate a causa dei contagi in risalita e la successiva introduzione delle numerose autocertificazioni da compilare in caso di guarigione o malattia da parte del governo italiano come strumento monitoraggio del virus. Nella carta stampata, così come nella maggior parte dei servizi proposti dai telegiornali, che spesso riprendono e approfondiscono quei contenuti diventati virali nei social network, le percentuali più alte riguardano gli episodi di antisemitismo e il dibattito politico attorno alle questioni "Covid-19 e green pass"³⁵ o "vaccino e negazionismo".

Fig.11 (2021)

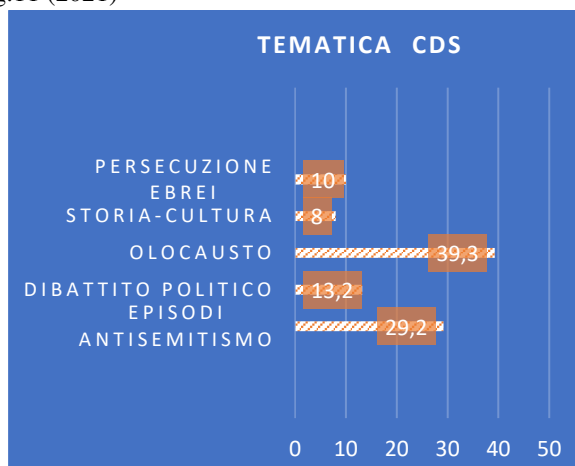
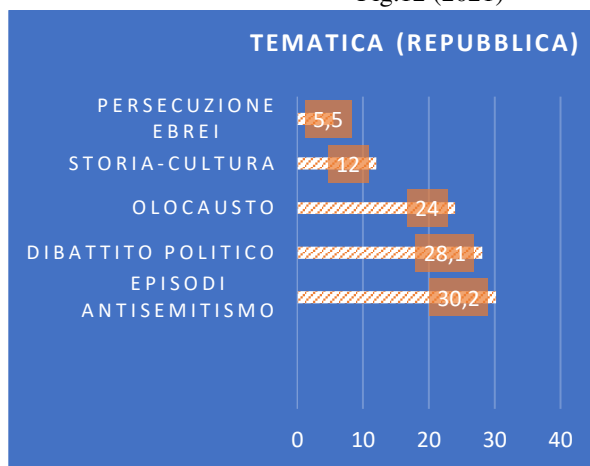


Fig.12 (2021)



³³ Il termine "Mis-information" sta ad indicare un'informazione falsa veicolata in rete senza dolo, ma solo per un'errata comprensione dei fatti o delle dinamiche in atto. Si differenzia dalla "Dis-information" in quanto include dolo da parte di chi la produce o la diffonde, e dalla "Mal-information" che riguarda la diffusione di notizie vere, ma per dolere, per creare dissapori e creare conflitto tra due o più soggetti.

³⁴ Link: https://www.corriere.it/salute/20_dicembre_30/cos-1-efficacia-un-vaccino-33d5148c-4aab-11eb-bb9d-71fd23fa6a98.shtml

³⁵ Il Green Pass, o Certificazione Verde, nasce su proposta della Commissione europea per agevolare la libera circolazione in sicurezza dei cittadini nell'Unione europea durante la pandemia di COVID-19.

Il tema dell'Olocausto è diventato argomento centrale, che tiene insieme tutte le narrazioni pubbliche sviluppate da pubblici diversi nei vari ambienti mediali nella seconda fase della pandemia, ed è maggiormente presente nel Corriere della Sera (39,3%) e su Repubblica (24%), per quanto riguarda la stampa, nel Tg1 (71,4%), Tg3 (61,5%), Tg4 (58,3%) all'interno dei servizi televisivi.

Anche per questo motivo, cercando forse di comprendere e spiegare al proprio pubblico i drammatici episodi di violenza e le complesse "correlazioni", storicamente infondate, tra Shoah e pandemia, sono numerose le voci dei cittadini appartenenti alla comunità ebraica o di storici-intellettuali ospitate nei media nell'anno 2021.

Fig. 13 (2021)

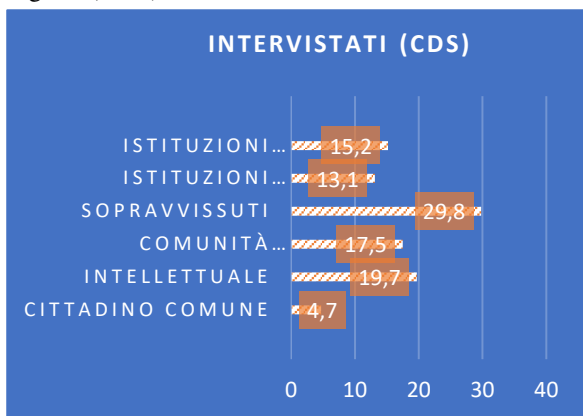


Fig. 14 (2021)

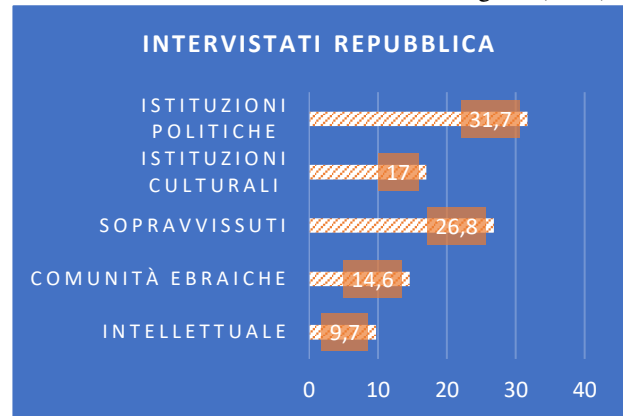


Fig 15 (2021)

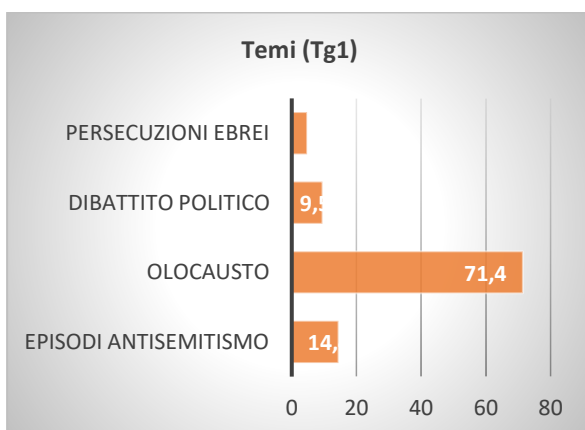


Fig.16 (2021)

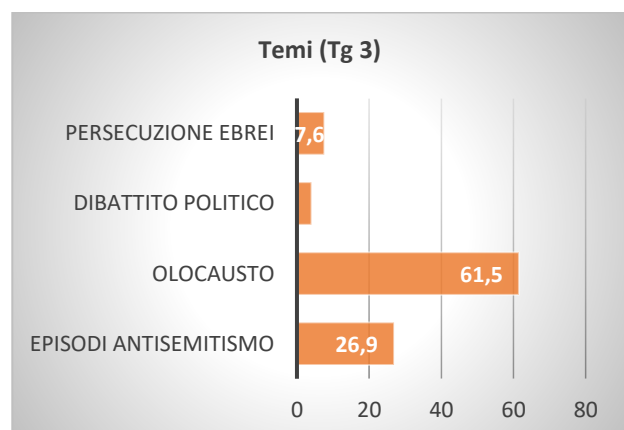


Fig 17 (2021)

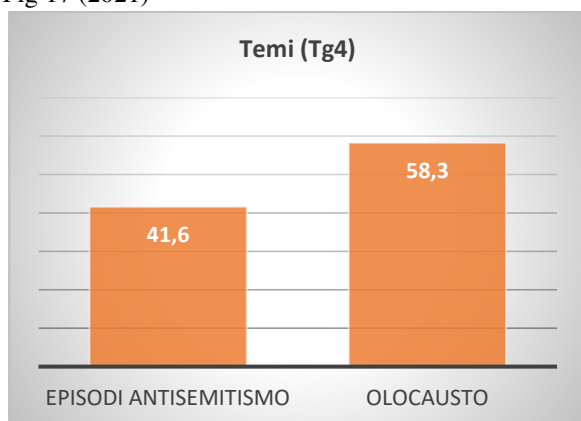
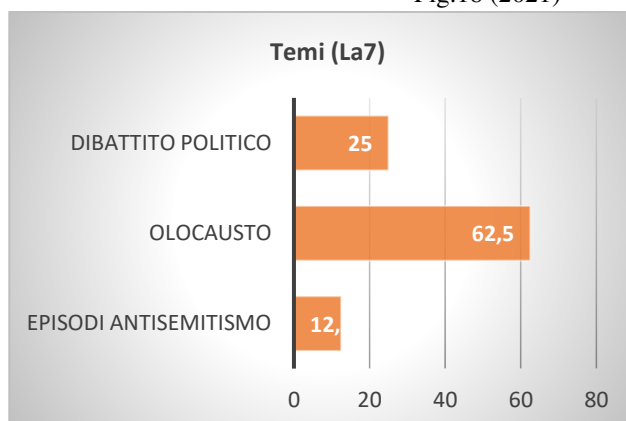


Fig.18 (2021)



Come in parte accennato nel primo paragrafo, il Covid ha diffuso una nuova subdola forma di antisemitismo che ha preso “vita” all’interno di teorie infondate, narrazioni distorte, letture aberranti del passato e attualità (Lagalisse 2020; Bianchi 2021).

È soprattutto nei social network, in Facebook nel nostro caso specifico, che si registra un continuo tentativo di spiegare il passato con il presente.

Accostare la questione dell’obbligo del green pass e della mascherina a quello di indossare la stella gialla imposta agli ebrei da nazisti e fascisti o la presunta dittatura sanitaria associata al nazismo, o ancora, la quarantena per il covid-19 paragonata ai campi di concentramento, sono alcuni esempi di quello che potrebbe essere definito “antisemitismo ibrido o nascosto”.

E tali narrazioni registrano i loro focolai nella comunicazione pubblica istituzionale e nei media mainstream che sembrano assecondarle e amplificarle.

Durante la crisi sanitaria anche l’attività giornalistica in rete sembra alimentare inconsapevolmente la *media logic*, riproponendo in forma di notizia molti degli episodi appena citati, andando così ad “intossicare” l’intero processo informativo e creando una evidente incomunicabilità tra galassie sociali in conflitto tra loro.

Per dirla con le parole di Gerbner e Gross (2000) il nuovo formato e la dimensione organizzativa dei media introducono la presenza di un *bias*, favorito dall’attivazione di un ulteriore processo che allontana l’idea di giornalismo come settore che costruisce conoscenza attraverso l’informazione e che quindi svolge un ruolo culturalmente determinante, quello del *commercialism* (mercantilismo). Da strumento di formazione della cittadinanza, l’informazione diviene strumento di profitto, i suoi produttori di *news* assumono il ruolo di consulenti di marketing.

Come per l’industria televisiva la logica dei (social)media attiva un “processo di acculturazione e formazione” della conoscenza e della coscienza delle cose che riguardano il mondo che si traduce in una “subcultura professionale” giornalistica, con standard operativi e proprie visioni del mondo, in grado di offrire al pubblico la forma strutturale e poi il contenuto delle rappresentazioni di realtà precedentemente modellate (Altheide 2006; Marini 2017).

La logica delle notizie è accompagnata da una logica di presentazione e di confezionamento, o meglio, da “un’estetica della messa in onda” che consiste nell’applicazione di vari metodi (o rituali strategici) come la selezione di un campione di pubblici, la scelta di notizie maggiormente

riconosciute, foto/videoclip scrupolosamente selezionati, il carattere di *entertaining formats* (van Dijck, Poell 2013).

Dai dati raccolti è possibile notare come molti quotidiani online prediligano la pubblicazione di contenuti di (“inciviltà”) politica e di cronaca.

Nel Corriere e Repubblica gli episodi antisemiti raggiungono quasi la metà dei post pubblicati (38,7% Cds; 41% Rep.) nel 2021. Anche i contenuti riguardanti le questioni politiche o istituzionali vengono spesso riprese, ma è di dovere precisare che solo apparentemente affrontano la questione dell'emergenza sanitaria in corso. Infatti quella del Covid-19 è il più delle volte solo la cornice di singole produzioni discorsive conflittuali che si concentrano attorno agli oggetti “complotto”, “neonazismo”, “green pass-vaccino” “fake news”.

Fig. 19(2021)

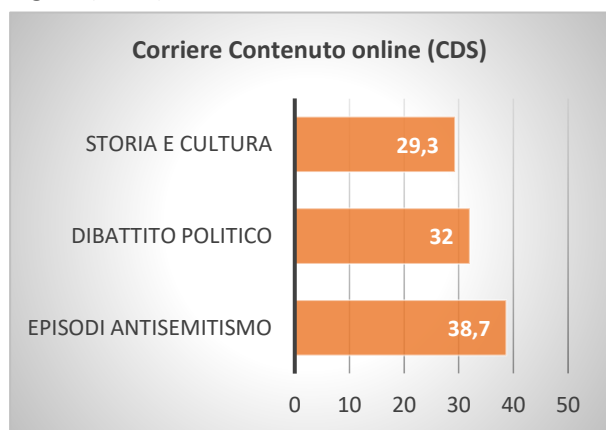
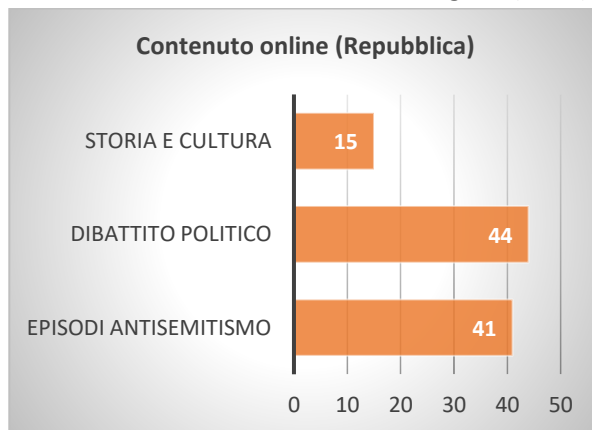


Fig. 20 (2021)



Una delle vicende più rilevanti in questo senso, che ha attirato l'attenzione di tutti i media italiani ed internazionali, è stato l'assalto al Campidoglio degli Stati Uniti attuato a Washington il 6 gennaio del 2021³⁶. Le forze dell'ordine e i grandi media americani hanno osservato i profili degli assalitori, poi arrestati, soprattutto attraverso i social network, descrivendo i responsabili della violenza come una “folla piuttosto trasversale”, soprattutto per status economico e per posizione sociale.

In comune c'è l'elemento razziale, ovvero la “whiteness” e l'appartenenza al gruppo di estrema destra che prende in nome di QAnon³⁷.

Secondo *The Forward* e il *Washington Post* la teoria QAnon presenta argomenti contro importanti figure ebraiche come George Soros e i Rothschild è stata descritta dalla rivista ebraica-americana come contenente impressionanti elementi antisemiti con sfumature razziste

³⁶ Link: https://www.treccani.it/magazine/atlanter/geopolitica/Assalto_a_Capitol_Hill.html

³⁷ I membri di QAnon sostengono una teoria secondo la quale esisterebbe un ipotetico piano segreto globale organizzato da un presunto *Deep State* (identificabile in alcuni poteri occulti) che avrebbe agito contro l'ex presidente degli Stati Uniti, Donald Trump e i suoi sostenitori, i quali avrebbero all'opposto assunto il potere con l'obiettivo di scardinare il nuovo ordine mondiale, considerato colluso con reti di pedofilia a livello globale, pratiche ebraiche oscure, cabale occulte, e in generale avente per obiettivo il dominio mondiale. Nessuna delle accuse che sono state diffuse dai QAnon si è dimostrata fondata sui fatti.

e continui riferimenti agli archetipi riguardante “l'accusa del sangue” e il rapimento e uccisione di bambini cristiani per scopi ritualistici³⁸.

Le argomentazioni dei cospirazionisti vengono dunque riprese dai giornali, ma raramente viene proposta un'analisi critica dei testi pubblicati nello spazio informativo.

Non è possibile in questa sede entrare nel merito, ma facendo riferimento alla letteratura al momento a disposizione, sembrerebbe che le argomentazioni cospirazioniste, indipendenti dai fatti specifici, si strutturino su narrazioni ricorrenti. Alla base vi è innanzitutto una polarizzazione di coloro che individuano nella cospirazione la causa di un fenomeno, spesso identificati nelle élite tecno-scientifiche, politiche ed economiche (Neville-Shepard, 2018).

Il *modus operandi* è caratterizzato dalla creazione di una drammaturgia che include da un lato, contenuti che possono essere considerati come “attivatori di odio” o testi produttori derivanti da una lettura aberrante, in grado cioè di produrre “risonanza” (Jenkins, Ford, Green 2018). Dall'altro, sono presenti quattro specifiche figure: “cospirazionisti”; l'élite di potere oggetto di accusa (*debunkers*, istituzioni pubbliche ecc.); “testimoni-esperti”, che appoggiano le tesi cospirazioniste avanzate e “l'uditorio”, formato dal pubblico della più ampia società, quindi anche giornalisti.

Per contrastare in modo efficace tali fenomeni la buona informazione (o le cosiddette forme di *counter-narratives*) non sembra più sufficiente. Si dovrebbe intervenire innanzitutto per limitare la spettacolarizzazione e favorire una maggiore consapevolezza e conoscenza (anche scientifica) del fenomeno in oggetto da parte dell'operatore dell'informazione, affinché i pubblici dei media possano comprendere gli eventi in corso. Una questione tutt'altro che nuova, già da tempo raccomandata al mondo dell'informazione:

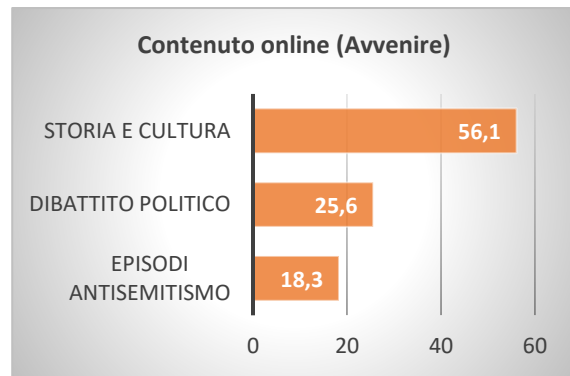
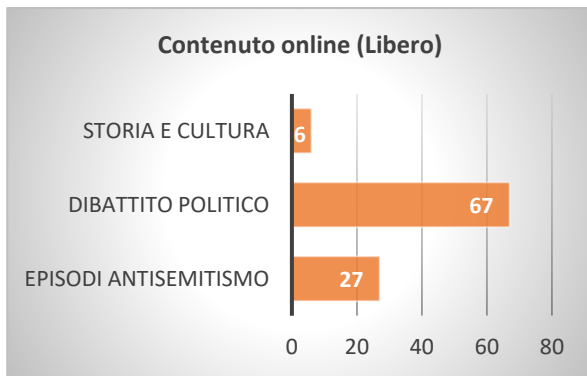
Il giornalismo oggi è una vocazione impegnativa. Raccogliere, presentare e interpretare le notizie con qualsiasi mezzo - stampa, cinema, radio o televisione - richiede non solo un'elevata competenza tecnica per i grandi passi avanti fatti nella tecnologia della comunicazione, ma anche la capacità di capire e rendere comprensibile agli altri il panorama complesso e in rapida evoluzione dei tempi moderni (...) la validità delle opinioni del pubblico dipenderà in gran parte dalla dipenderà in larga misura dalla conoscenza, dalla comprensione e dal senso di responsabilità di coloro che forniscono le informazioni. (*The Training of Journalists*, Unesco, 1958, pp. 11-12)

Infine, tra gli altri giornali digitali presi in considerazione, *Liberio* e *Avvenire* sembrano distaccarsi dall'agenda mainstream rispetto a quanto finora emerso nel panorama giornalistico digitale durante la crisi sanitaria ancora

Fig. 21(2021)

Fig. 22 (2021)

³⁸ Link: <https://forward.com/news/407121/qanon-the-anti-semitic-conspiracy-theory-popping-up-at-trump-rallies/>



Nel primo caso il dibattito politico, che generalmente tende a concentrarsi intorno ai singoli casi di odio che vede personaggi istituzionali o noti al grande pubblico nel ruolo di vittima o carnefice, è presente per il 67% e mette in secondo piano i casi più “comuni” e quotidianamente discussi di antisemitismo e fenomeno “no-vax” a livello locale.

Avvenire, invece, sembra affrontare il discorso dell’Olocausto e degli ebrei da una prospettiva storico-culturale, ripercorrendo le tappe principali del conflitto mondiale e della vita di alcuni testimoni, tentando di abbattere ogni forma di complottismo, pregiudizio e razzismo e di ridurre gli ingiustificati tentativi di connettere l’origine e la diffusione del virus, lo Stato di Israele, l’Olocausto, e gli interessi economici della comunità ebraica all’interno di un’unica narrazione.



Word cloud pesata delle parole più utilizzate nel 2020-2021

Riflessioni conclusive

Per concludere questa prima analisi, utile a comprendere il livello di *media coverage* intorno al tema dell'antisemitismo e le forme ibride dell'odio contemporaneo in Italia e, parallelamente a costruire una griglia per i focus group che saranno rivolti agli operatori del diritto e dell'informazione, verranno qui sotto presentati, sinteticamente, quelli che si ritengono essere i principali aspetti emersi riguardanti lo "stato dell'arte" e le criticità relative al rapporto comunicazione giornalistica - crimini d'odio, nonché alcune questioni ancora aperte relative al processo di mediatizzazione dell'antisemitismo:

- *Stato dell'arte*

- È difficile definire o riconoscere l'esistenza di una sola agenda dei media e le sue caratteristiche. I contenuti riportati online sono spesso ripresi nei media tradizionali e viceversa;
- In base al tipo di emergenza sociale in corso si creano contro-narrazioni o pseudo-eventi che vanno a replicare o rafforzare determinate tesi diffuse nella società;
- È elevato il livello di polarizzazione e disinformazione dovuto al sovraccarico di dati disponibili e di pubblici connessi;
- La sfera pubblica risulta piuttosto frammentata, prevale la logica mediale dell'intrattenimento, anche se in alcuni casi sono presenti percentuali importanti che segnalano la presenza di notizie e approfondimenti sugli aspetti storici e culturali del mondo ebraico o su importanti eventi istituzionali a livello nazionale (es. 27 gennaio).

- *Criticità*

- Nei media tradizionali e digitali si prediligono letture emozionali che rafforzano sentimenti e posizioni radicali;
- Si registra una forte presenza di "filtri epistemici", soprattutto in Facebook, che hanno il ruolo fondamentale di rafforzare le credenze e i valori all'interno di un gruppo, dando luogo a delle vere e proprie camere d'eco;
- Il giornalismo sembra dare maggiore spazio alle *bad news*, limitandosi a riportare il fatto, anche in presenza di dubbio e punti di contrasto, senza prendersi il compito (e la responsabilità) di riorganizzare il panorama informativo;
- Si indugia su particolari che si rivelano poi del tutto marginali e si persevera in narrazioni precostituite;
- Difficoltà nell'individuare la dimensione normativa dell'informazione sull'antisemitismo. È assente un'idea di verità condivisa rispetto al tema in oggetto nella sfera pubblica.

- *Questioni aperte*

- Valorizzare le forme di *slow journalism*³⁹ e rafforzare la formazione dei giornalisti su tematiche complesse come “negazionismo” e “teoria del complotto”, così da evitare generalizzazioni e banalizzazione del racconto;
- Il giornalismo, così come le istituzioni tutte, non dovrebbero soffermarsi solo sull’evento accaduto e l’indignazione intorno ad esso, ma chiedersi con determinazione e umiltà quale sia la via che porta dalla diffidenza all’accettazione della differenza;
- Lavorare sull’idea del “fare informazione” come “esercizio di comprensione”, valutando come ridefinire i criteri di notiziabilità da rispettare per limitare gli effetti dannosi presenti sulla scena pubblica;
- Infine, si propone in questa sede di considerare il concetto di “*Antisemitism mainstreaming*”. Rifacendosi all’espressione *migration mainstreaming*⁴⁰, applicata però al tema dell’antisemitismo, si vuole intendere una strategia (comunicativa) a lungo termine che mira a costruire un percorso di sensibilizzazione/integrazione e comprende attività volte a indurre gli attori della politica, del diritto e i media a tenere conto della presenza e del livello di vittimizzazione degli ebrei in Italia oggi e di come, le emergenze/crisi e la loro narrazione nello spazio informativo, possano creare o alimentare fenomeni di criminalizzazione delle minoranze e le forme ibride dell’odio.

Riferimenti bibliografici

- Altheide D. L. (2006) *Terrorism and the Politics of Fear*, Altamira Press, Oxford.
- Altheide D. L., Snow R. P. (1991), *Media Worlds in the Post-Journalism Era*, de Gruyter, New York
- Balibar E. (2021), Racism, Antisemitism and Islamofobia, *The Journal of the Hannah Arendt Center for Politics and Humanities*, 9.
- Barber B. (1992), *Jihad vs. McWorld*, Corgi, London.
- Bauman Z. (1989), *Modernità e Olocausto*, il Mulino, Bologna
- Bauman Z. (2015), *Il secolo degli spettatori. Il dilemma globale della sofferenza umana*, Edb, Bologna.
- Beck U. (2000), *La società del rischio*, Carocci, Roma
- Bentivegna S., Boccia Artieri G. (2021), *Voci della democrazia. Il futuro del dibattito pubblico*, il Mulino, Bologna.
- Bianchi L. (2021), *Complotti! Da QAnon alla Pandemia*, minimum fax, Roma.
- Boni F. (2004), *Etnografia dei media*, Laterza, Roma-Bari.
- Boorstin D. J. (1978), *Republic of Technology: Reflections on Our Future Community*, Harper&Row, New York.
- Buoncompagni G. (2021), *Cybermigration. La dimensione digitale dell’immigrazione*, PM edizioni, Varazze.
- Butera R., Springhetti P. (2018), *È la verità che fa liberi. Dalle fake news al giornalismo di pace per una informazione responsabile*, LAS editrice, Roma.

³⁹ È un modo di intendere il giornalismo come servizio alle persone, un riconoscimento del prodotto giornalistico come contenuto relazionale. Questo significa che fare *slow journalism* è, prima di tutto, un modo per recuperare le buone pratiche del giornalismo. Poi un modo per adattarle al mondo digitale (Nalbone, Puliafito 2019).

⁴⁰ Link: <https://eea.iom.int/mainstreaming-migration-international-cooperation-and-development-mmcd>

- Carey J. (1988), *Communication as culture: essay on media and society*, Routledge, London.
- Castells M. (2009), *Comunicazione e Potere*, Egea Università Bocconi Editore, Milano.
- Chanes J.A. (2004), *Antisemitism. A Reference Handbook*, Abc-Clio, CA.
- Centro Studi e Ricerche Idos (2018), *Dossier Statistico Immigrazione*, Idos, Roma.
- Colombo F. (2020), *Ecologia dei media. Manifesto per una comunicazione gentile*, Vita e Pensiero, Milano.
- Couldry N. (2015), *Sociologia dei nuovi media. Teoria sociale e pratiche mediali digitali*, Pearson, Milano.
- Eriksen T. (2017), *Fuori controllo, Un'antropologia del cambiamento accelerato*,
- Faloppa F. (2020), *#Odio. Manuale di resistenza alla violenza delle parole*, UTET, Milano.
- Gerbner G., Gross L. (2000), *Living with Television: The Violence Profile*, Routledge, London.
- Giaccardi C., Magatti M. (2020), *Nella fine è l'inizio. In che mondo vivremo*, il Mulino, Bologna.
- Granata P. (2015), *Ecologia dei media*, Franco Angeli, Milano.
- Hall S. (1973), A world at one with itself, in Cohen S., Young J., *The manufacture of news*, Sage, Beverly Hills, CA.
- Innis H. (1951), *The Bias of Communication*, University of Toronto Press, Toronto-Buffalo.
- Jenkins H., Ford S., Green J. (2018), *Spreadable Media: Creating value and meaning in a networked culture*, NYU Press, NY.
- Jo Cox Committee (2017). *Relazione finale Camera dei Deputati XVII Legislatura*, testo disponibile al sito: https://www.camera.it/application/xmanager/projects/leg17/attachments/commissione_intolleranza_resoconti/resocontos/000/000/012/resoconto_2017_03_09_def.pdf.
- Lupton D. (2014), *Digital sociology*, Routledge, London.
- Lockwood D. (1992), *Disorder and Schism*, Clarendon Press, Oxford.
- Maddalena G., Gili G. (2017), Chi ha paura della post-verità? Effetti collaterali di una parabola culturale, Marietti 1820, Bologna.
- Marini R. (2017), a cura di, *Media logic. La logica dei media*, Armando editore, Roma
- Marini R. (2019), Dalla media logic alla politica della paura, in *Cosmopolis*, Dipartimento Scienze Politiche, Perugia.
- Materassi L., Pezzoli S. (2019), Tra rappresentazioni e commenti d'odio: i rifugiati sui quotidiani online italiani. In Tudisca V., Pelliccia A., Valente A., *IMAGO MIGRANTIS: migranti alle porte dell'Europa nell'era dei media*, IRPPS, pp. 211-226, Roma.
- McCombs M. E. (2004), *Setting the Agenda. Mass Media and Public Opinion*, Polity Press, Boston.
- McIntyre K., Gylden C. (2017), Constructive Journalism: Applying Positive Psychology Techniques to News Production, *The Journal of Media Innovation* 4, 2, pp.20-34.
- McLuhan M. (1968), *War and Peace in the Global Village*, Touchstone S&S, New York.
- Mian A., Khan S. (2020), Coronavirus: the spread of misinformation, *BMC Mead*, 18, 19.
- Miconi A. (2020), *Epidemia e controllo sociale*, manifestolibri, Roma.
- Monaci S. (2022), *Odio social*, Egea, Milano.
- Nalbone D., Puliafito A. (2019), *Slow Journalism. Chi ha ucciso il giornalismo?* Fandango Libri, Roma.
- Neville-Shepard R. (2018), Paranoid Style and Subtextual Form in Modern Conspiracy Rhetoric, *Southern Communication Journal*, 83,2, pp. 119-132.
- Neuman W.R. (2017), A Coming Singularity in Media Regulation: The American Case, *International Journal of Communication* 11, pp.1-17.
- Park R. E. (1940), News as a form of Knowledge, in *American Journal of Sociology*, 45, pp. 669-686.
- Papakyriakopoulos O., Serrano J.C.M., Hegelich S. (2020), The spread of Covid-19 conspiracy theories on social media and the effect of content moderation, *Misinformation Review*, 1.
- Pasta S. (2018), *Razzismo 2.0. Analisi socio-educativa dell'odio online*, Morcelliana, Brescia.
- Quattrociochi W., Vicini A. (2017), *Misinformation. Guida alla società dell'informazione e della credulità*, Franco Angeli, Milano.
- Santerini M. (2020), Mismanagement of Covid-19: lessons learned from Italy, *Journal of Risk Research*, 1-14.
- Scannell P. (2008), *Media e comunicazione*, il Mulino, Bologna.

- Sennet R. (2014), *Lo straniero: due saggi sull'esilio*, Feltrinelli, Milano
- Serini P. (1943), *Pascal*, Einaudi, Torino.
- Silverstone R. (2009), *Mediapolis, La responsabilità dei media nella civiltà globale*, Vita e Pensiero, Milano.
- Simmel E. (1946), Antisemitism and mass psychopathology, *Psyche* (Stugg) 32, pp.492-527.
- Sorrentino C. (2008), *La società densa. Materiali per riflettere intorno alle nuove forme di sfera pubblica*, Le Lettere, Firenze.
- Sorrentino C. (2011), Quando la nera diventa spettacolo, in *Rivista trimestrale di cultura e di politica*" 2, pp. 316-322
- Sorrentino, C. (2015), Dove sta andando il giornalismo? in *Sociologia della Comunicazione*, pp. 68-78.
- Sorrentino C., Splendore S. (2022), *Le vie del giornalismo. Come si raccontano i giornalisti italiani*, il Mulino, Bologna.
- Spezia F. (2020), *Attacco all'Europa*, Piemme, Milano.
- Taguiedd P. A. (2015), *L'antisemitismo*, Raffaello Cortina editore, Milano.
- van Dijck, Poel e de Waal (2018), *Platform Society. Valori pubblici e società connessa*, Guerini scientifica, Milano.
- Weber M. (1966), *La politica come professione*, Einaudi, Torino.
- Wolton D. (2009), *Informer n'est pas communiquer*, CNRS editions, Paris.
- Ziccardi G. (2016), *L'odio online. Violenza verbale e ossessioni in rete*, Raffaello Cortina editore, Milano.