

Passioni collettive e discorsi dell'odio

Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media

Definizioni di partenza: “odio”

Spettro di significati:

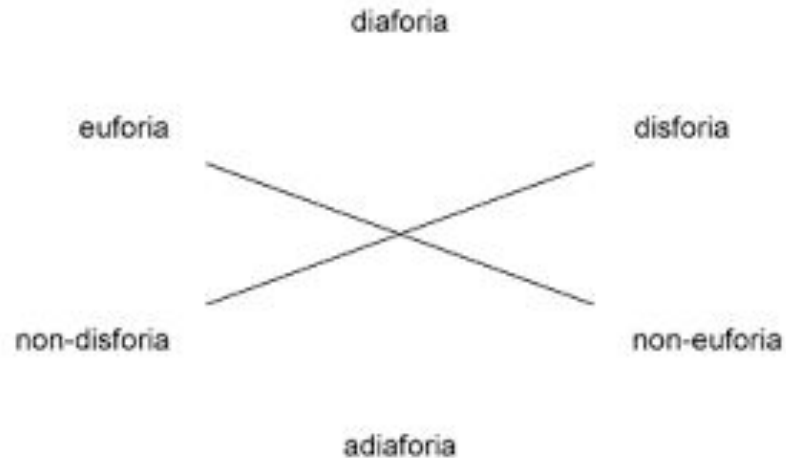
- un'emozione, o meglio un «assemblaggio di emozioni diverse»
- un atteggiamento
- un comportamento

Dizionario di Oxford: «intenso ed estremo sentimento di avversione, rifiuto, ripugnanza, livore, astio e malanimo verso qualcuno (singolo o gruppo)».

Fenomeno complesso e a molte dimensioni, difficile da individuare a livello sociale e da perseguire sul piano politico o giuridico. [Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media](#)

“Gli intrecci della globalizzazione, l’estensione della rete e la moltiplicazione delle relazioni umane hanno indotto a pensare che l’odio sia cresciuto nel mondo. Non sappiamo se è vero, ma certo sembra di assistere, nel periodo contemporaneo, ad una sorta di ‘liberazione’ del discorso aggressivo e ad una maggiore facilità di esprimere sentimenti ostili” (Santerini 2022, p. 87). [Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media](#)

Atteggiamento disforico nei confronti dei valori caratterizzanti l'alterità, con cui si stabilisce un rapporto conflittuale (Boero 2019) [Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media](#)



Hate speech

Linguaggio dell'odio: «un linguaggio tendenzioso, ostile e malizioso, mirato contro una persona o gruppo a causa delle loro caratteristiche innate reali o percepite»

Non esiste una definizione univoca di hate speech, ma uno spettro di tratti e comportamenti che possono qualificare il discorso d'odio (l'attacco a singoli o gruppi, la dimensione pubblica, il contenuto di odio, la volontà di provocare danni, l'incitamento alla violenza, l'esclusivo obiettivo di nuocere). [Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media](#)

Anche dal punto di vista 'normativo' non ci sono ancora definizioni univoche giuridicamente vincolanti condivise a livello internazionale del discorso d'odio, “ma autorevoli punti di riferimento che, soprattutto, introducono il concetto dei ‘bersagli’ del discorso d'odio, identificati con gruppi o minoranze” (Manetti 2022).

Aspetti identitari

“Bersagliare un individuo con un’offesa significa **attentare alla sua identità** desiderata e rivendicata. Insultando **si colpisce l’immagine pubblica** di una persona, sgretolando la sua pretesa di rappresentarsi in un certo modo e di essere riconosciuto come tale dagli altri. è un modo per *smascherare* e dire: non sei come vorresti far credere di essere (Domaneschi 2020, p. 90)”

Noi e gli altri

“L’insulto è soprattutto un **congegno retorico di costruzione dell’identità collettiva** che regola e spesso determina le dinamiche e i rapporti interni ai gruppi sociali o esterni ad essi” (Domaneschi 2020, p. 91)

L’offesa alimenta la polarizzazione tra i gruppi, ampliando l’opposizione tra “noi” e “loro”

Attraverso l'insulto, l'insultatore rivendica una **distanza** con coloro che appartengono al gruppo che è bersaglio di discriminazione (etnica, geografica, legata all'orientamento sessuale, ecc.) (Domaneschi 2020, p. 91)

La barriera identitaria diventa soglia discriminante tra ciò che è considerato umano e ciò che non lo è.

[Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media](#)

Es. i termini offensivi che coinvolgono metafore animali sono un esempio di **deumanizzazione dell'altro**

La manifestazione di questi fenomeni presuppone l'esistenza di un Altro-da-noi verso il quale l'odio è diretto; un Altro che spesso arriva ad assumere, appunto, i connotati di un 'nemico'.

Lacan a questo proposito ha sottolineato come, diversamente dalle altre «passioni dell'essere» (amore e ignoranza), l'odio, nella sua versione «solida» o «fondamentale» abbia di mira non l'averne, ma l'essere dell'Altro. Sarebbe soprattutto questo tipo di odio a circolare oggi, «producendo segregazioni e soprattutto cancellazioni degli esseri parlanti» (Fotia 2022, p. 13).

Costruire il nemico

Eco (2011): avere un nemico è importante per un individuo o un gruppo non solo per definire la propria identità ma anche per avere un ostacolo rispetto al quale misurare e affermare il proprio sistema di valori: i nemici sono diversi da noi e si comportano secondo costumi che non sono i nostri.

Un diverso per eccellenza, da sempre, è lo straniero, inteso, al di là delle diverse possibili definizioni, come altro, sia in riferimento al proprio gruppo sociale d'appartenenza che in riferimento al sé

Processo di **produzione e demonizzazione del nemico** (Eco 2011, p. 11).

Quando il nemico non c'è occorre costruirlo e, nel panorama comunicativo attuale, la costruzione dell'altro avviene sempre più attraverso i diversi discorsi medialità (televisione,radio,social), in cui la dimensione passionale ed estetica giocano un ruolo di primo piano (Boero 2019).

[Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media](#)

Siamo immersi, infatti, in un **continuum di passioni e sensazioni**, che trovano occasioni di espressione diverse, ma che appartengono allo stesso flusso: la rabbia, l'intolleranza, l'omofobia sono passioni e temi che attraversano molte narrazioni e che sembrano attendere solo occasioni per essere ri-narrate, in un circuito che rende molto difficili percorsi fuori da questi schemi (Lorusso2018)

[Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media](#)

La 'costruzione del nemico' è spesso contestuale a processi di categorizzazione sociale che contribuiscono a rafforzare l'appartenenza degli individui ad un gruppo attraverso l'enfatizzazione degli aspetti negativi di altri gruppi.

Si tratta di processi cognitivi che permettono agli individui di orientarsi nella complessità del mondo, rispondendo così ad un'esigenza di semplificazione, alimentando però al tempo stesso rappresentazioni e aspettative stereotipiche e spesso portando a forme di stigmatizzazione, denigrazione e rifiuto dell'Altro.

L'“altro” nella società (Landowski, La società riflessa, 1989)

Landowski (1989) conduce un'analisi sul modo in cui la stampa rappresenta l'altro, lo straniero e individua alla base dei testi analizzati un quadrato di questo tipo: lo straniero può trovarsi in una situazione di assimilazione, esclusione, ammissione, segregazione.

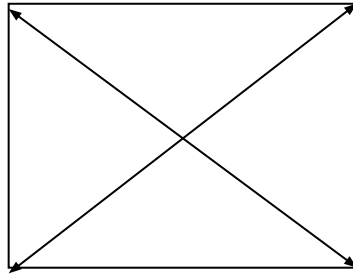
Una possibilità è quella dell'assimilazione (relazione di congiunzione) che ha come suo contrario l'esclusione (relazione di disgiunzione).

[Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media](#)

Assimilazione ed esclusione possono generare i loro contraddittori: il contraddittorio dell'assimilazione è la segregazione (relazione di non-congiunzione) e il contraddittorio dell'esclusione è l'ammissione (relazione di non-disgiunzione). Landowski

Assimilazione

Relazione di
congiunzione



Ammissione

Relazione di
non-disgiunzione

Esclusione

Relazione di
disgiunzione

Segregazione

Relazione di
non-congiunzione

Esempio: Antisemitismo

L'odio contro gli ebrei ha caratteristiche uniche e specifiche rispetto ad altre forme di ostilità e razzismo.

L'antisemitismo riemerge in occasione di una crisi e sparge odio in un organismo indebolito. Le teorie complottiste, riemerse e rafforzate al tempo di Internet, confermano in modo ossessivo che dietro ogni minaccia ci devono essere per forza loro.

[Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media](#)

Il discorso antisemita è profondamente incoerente e contraddittorio, e allo stesso tempo capace di adattarsi, con la ripetizione del suo schema narrativo, ai cambiamenti storici

Le teorie del complotto non sono sempre facilmente distinguibili dalle interpretazioni fondate; la distinzione, infatti, riposa spesso non su eclatanti dati oggettivi (la terra non è piatta, le riproverne sono abbondanti) ma su complessi accumuli di osservazioni, dati, e interpretazioni (i vaccini riducono la contagiosità, ma lo si dimostra più che altro induttivamente lungo archi temporali di vasta durata).

Le teorie del complotto, però, si contraddistinguono in maniera più marcata per un certo stile semiotico, ovvero per la maniera con cui enucleano segni nel reale, li considerano come forieri di senso, attribuiscono loro un significato preciso, e li collegano con altri segni. (Leone 2021).

[Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media](#)

Secondo Eco, che si era interessato alla sindrome del complotto, “la psicologia del complotto nasce dal fatto che le spiegazioni più evidenti di molti fatti preoccupanti non ci soddisfano, e spesso non ci soddisfano perché ci fa male accettarle” (Eco 2021, p.13). [Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media](#)

Esempio: la pandemia da COVID-19

La pandemia COVID-19, un evento senza precedenti che può essere paragonato ad un momento di crisi storica, ha prodotto cambiamenti profondi e imprevedibili che rappresentano una rottura nello stile di vita di milioni di persone.

La drastica e immediata richiesta di adattamento al cambiamento (le limitazioni alla libera circolazione degli individui, uso obbligatorio della mascherina, distanziamento, vaccini...) ha innescato disorientamento e confusione.

Complottismo, no mask, no vax: crisi delle competenze esperte (Marrone e Migliore 2022)

La confusione è annessa ad ogni epoca di crisi. L'individuo deve adattarsi a un'altra prospettiva vitale (Ortega y Gasset 1946)

Nei periodi di crisi si assiste a un **aumento dei discorsi falsi.**

[Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media](#)

“A seguito della pandemia, nel 2020 lo spazio pubblico digitale è stato l’unico spazio pubblico possibile, e questo ha esacerbato le dinamiche tossiche che erano già presenti, ha stimolato il **contagio emotivo** e ha reso sempre più difficile il governo delle nostre emozioni, dei nostri istinti e delle nostre pulsioni. Isolati in casa, ci siamo ritrovati in contatto con miliardi di persone confuse, arrabbiate, sotto shock. Per questa ragione la diffusione di teorie del complotto, false notizie, shitstorm, discorsi di odio e contenuti intimi non autorizzati si è moltiplicata”

[Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media](#)

Semiotica delle fake news

- Le fake news costituiscono la principale manifestazione della post-verità. Secondo il Cambridge Dictionary questa espressione indica «**racconti falsi che appaiono come notizie**, diffusi da Internet o attraverso altri media, creati solitamente per influenzare l'opinione pubblica o come scherzo».
- Simile è la definizione del Collins Dictionary che, a sua volta, ha dichiarato fake news parola dell'anno 2017: «falsa e talvolta sensazionalistica informazione presentata come fatto e pubblicata e diffusa su Internet».
- Fake news era già stata eletta parola dell'anno 2016 dall'australiano Macquarie Dictionary, per il quale essa «identifica un'interessante evoluzione nella **creazione di contenuti ingannevoli** come mezzo per orientare le persone in una determinata direzione».

Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media

Fake news e linguaggio della guerra

- Dalla prima guerra mondiale a oggi, i conflitti bellici e le situazioni di transizione politica violenta rappresentano le situazioni ideali per la diffusione di fake news.
- La confusione che si genera in tali contesti, unita alla difficoltà per testimoni imparziali di accedere al teatro degli eventi, favorisce la possibilità di vantare vittorie mai ottenute, di attribuire ai nemici atrocità che colpiscano negativamente l'opinione pubblica, **spesso avvalendosi della «evidenza» di immagini fotografiche o audiovisive abilmente contraffatte.**
- Anche i rappresentanti delle istituzioni possono fomentare le campagne di odio, trovando opportuno ai propri fini usare i social media anziché le forme ufficiali di comunicazione. In questo modo essi pensano non solo di ottenere più audience, ma di potersi esprimere con maggiore libertà ed efficacia. [Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media](#)
-

Tutto ciò è eccellentemente canalizzato dai social media, con la creazione di gruppi accomunati da una certa visione del mondo e assolutamente non disposti a discuterla con altri.

[Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media](#)

Cass Sunstein ha dedicato studi pionieristici alla creazione delle catene informative che si riproducono all'interno di queste comunità, dove ciò che conta non è la ricerca della verità, ma il senso di sicurezza che deriva dal rifiuto di mettere in discussione le proprie convinzioni o i propri pregiudizi.

“Se all’inizio il popolo dei social era composto di followers, oggi sono altrettanto presenti gli haters, gli odiatori di professione, se non i persecutori. L’insoddisfazione e la frustrazione sono compensati non solo cercando il sostegno del proprio gruppo di riferimento, ma tramutando quest’ultimo in un’arma contro i diversi, i nemici. Il problema è che assieme alle emozioni positive (che trionfano sulla razionalità) vengono sdoganate quelle negative, come la rabbia, il risentimento e l’odio”. (p. 28) [Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media](#)

L'odio come strumento di marketing politico

Emozioni negative legate alla crisi economica: rabbia e risentimento esplodono a livello collettivo, colpendo indiscriminatamente tutti i partiti tradizionali.

[Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media](#)

“Nuovi movimenti sorgono a incanalare quelle emozioni, traducendole spesso in odio puro e semplice: verso la classe politica, verso le multinazionali, verso i ricchi e potenti tout court, ma anche verso gli immigrati, gli zingari, i meridionali. Gli scontenti insomma non se la prendono tanto con il potere, ma con i più deboli. Come avviene nel bullismo. Per alcuni di questi movimenti non conta tanto ottenere un miglioramento della propria posizione, quanto riuscire a far stare peggio gli altri, godendo della gioia maligna per le disgrazie altrui (Manetti 2022, p. 27-28)

L'odio online e le sue risposte

L'hate speech manifestato in Internet è strettamente legato alla sua dimensione pubblica, in quanto la sua espressione avviene attraverso la comunicazione di massa.

[Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media](#)

Attraverso i social media non siamo di fronte solo a qualcuno (giornalista, politico) che comunica alla folla, ma è la stessa massa degli utenti che comunica al suo interno in modi diretti e rapidi pubblicamente, come in una piazza.

Inoltre, il discorso ostile presenta caratteristiche specifiche come l'anonimato, l'invisibilità, la capacità di creare comunità e soprattutto l'istantaneità, cioè reazioni rapide, senza filtro che portano a manifestare aggressività in modo spontaneo

Il contrasto al discorso d'odio nella rete sociale può essere facilmente eluso. Il linguaggio d'odio liquido, banale e diffuso spesso non viene perseguito. Inoltre, la ricerca automatica dell'*hate speech* – proprio perché quest'ultimo è ambiguo, dipende dal contesto e non si può ridurre ai classici insulti o al turpiloquio – è molto difficile (es. odio contro le donne).

Solo recentemente le grandi piattaforme hanno iniziato a prendere provvedimenti più severi, ad esempio contro la negazione della Shoah. [Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media](#)

Estesia e viralità

Landowski (2003) sviluppa l'ipotesi che il senso, oltre a dispiegarsi nelle modalità narrative e strategiche del percorso generativo classico, si fonda anche su fenomeni di **contagio di natura estetica**.

È noto che per qualche decennio in semiotica ha dominato il modello della giunzione, secondo il quale i soggetti interagiscono ricercando la congiunzione con oggetti di valore. Con Dell'imperfezione di Greimas e con la riscoperta dei fenomenologi francesi del secondo dopoguerra, emerge in modo sempre più netto l'importanza di un modello se non alternativo, almeno complementare: Landowski lo chiama "modello dell'unione". Questo modello prevede che il senso si sviluppi dalla semplice presenza degli attanti, dal **contatto diretto tra un soggetto «che prova» e uno che «è provato»**. Per spiegare questo modello, Landowski ricorre al concetto di contagio.

“Alcuni esempi aiutano a rendere l’idea: il riso sfrenato si trasmette per contagio; non è importante il motivo per cui si ride, e il riso si propaga senza la mediazione di un oggetto di valore: intervengono solo i meccanismi intersomatici del contagio che pongono come unico presupposto la presenza dei soggetti, la loro capacità di percepirsi. Analogamente la propagazione del desiderio sembra in larga misura orientata da una dimensione intersomatica. Il desiderio – come del resto il riso – è bilaterale: si costituisce in quanto rimando da un corpo all’altro, come co-azione, co-emergenza, contagio appunto. I corpi stessi sarebbero insomma dei conduttori: di desiderio, di riso e di altre passioni del corpo e dell’anima” (Traini 2005)

Secondo Landowski il modello dell'unione per contagio non è un'alternativa al modello giuntivo della semiotica narrativa, che mantiene tutta la sua validità: nel riso contagioso le componenti cognitive ed estetiche possono convergere e cumulare i loro effetti, così come nel desiderio e nella paura la dimensione cognitivo-razionale può convergere con la dimensione estetica producendo un effetto di potenziamento (o di depotenziamento).

“L’intento è quello di costituire, parallelamente alla grammatica narrativa basata sulla giunzione di soggetti e oggetti e sulla persuasione strategica del far fare, un modello che si concentri sul far essere, e che metta in evidenza un altro tipo di relazioni tra attanti basate sul contatto, sul sensibile, sull’estesico” (Traini 2005)

Il modello dell’unione o del contagio ha come presupposto la condivisione intersoggettiva e immediata degli affetti del corpo e dell’anima, e non può stabilirsi se non nella copresenza di corpi.

Abbiamo dunque da un lato un soggetto dotato di una competenza estetica (ossia di un'attitudine a sentire, di "sensibilità"), dall'altro una manifestazione dotata, in quanto realtà materiale, di una certa esistenza estetica (ossia di qualità offerte alla percezione sensoriale, "sensibili"):

"dato che lo statuto attoriale di queste realtà non è pertinente a priori dal punto di vista della loro definizione in quanto grandezze che dipendono dall'ordine del sensibile, esse potranno presentarsi indifferentemente tanto come 'soggetti' animati, umani o non, quanto come 'oggetti' - opere d'arte, paesaggi o semplici cose che arredano il nostro ambiente quotidiano". (Landowski 2003, p. 36)

L'attenzione si concentra sul rapporto che intercorre tra la ricettività dei soggetti e le "proprietà vive" della materia inanimata. (ibid.: 57)

Avviene dunque una sorta di aggiustamento reciproco tra forme in movimento, che sono compresenti e ricettive l'una verso l'altra. Questo principio di costruzione dinamica e reciproca tra gli attanti dispiega i suoi tratti peculiari **a partire da logiche sensoriali e somatiche**. [Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media](#)

Estesie virtuali: ossimoro o pleonasma?

Contesto comunicativo contemporaneo è caratterizzato da un'escalation e da un rinvigorimento del ricorso all'hate speech e da un frequente riproporsi dei cosiddetti 'crimini d'odio', di fatto favoriti anche dalla moltiplicazione degli spazi virtuali di discussione e confronto, oggi accessibili potenzialmente a chiunque, ma anche da forme di contagio estesico che nascono sul web.

Qual è lo statuto di tali forme di contagio? Come funziona il meccanismo dell'estesia tra corpi virtuali? C'è effettivamente una differenza tra corpi virtuale e corpi materiali nel contesto comunicativo attuale? [Prof.ssa M. Boero - corso di Semiotica dei nuovi media](#)

Esempi

