



New
Direction

LA REGOLAMENTAZIONE DI WEB E SOCIAL MEDIA

LUGI CRESPI

newdirection.online @europeanreform

New Direction

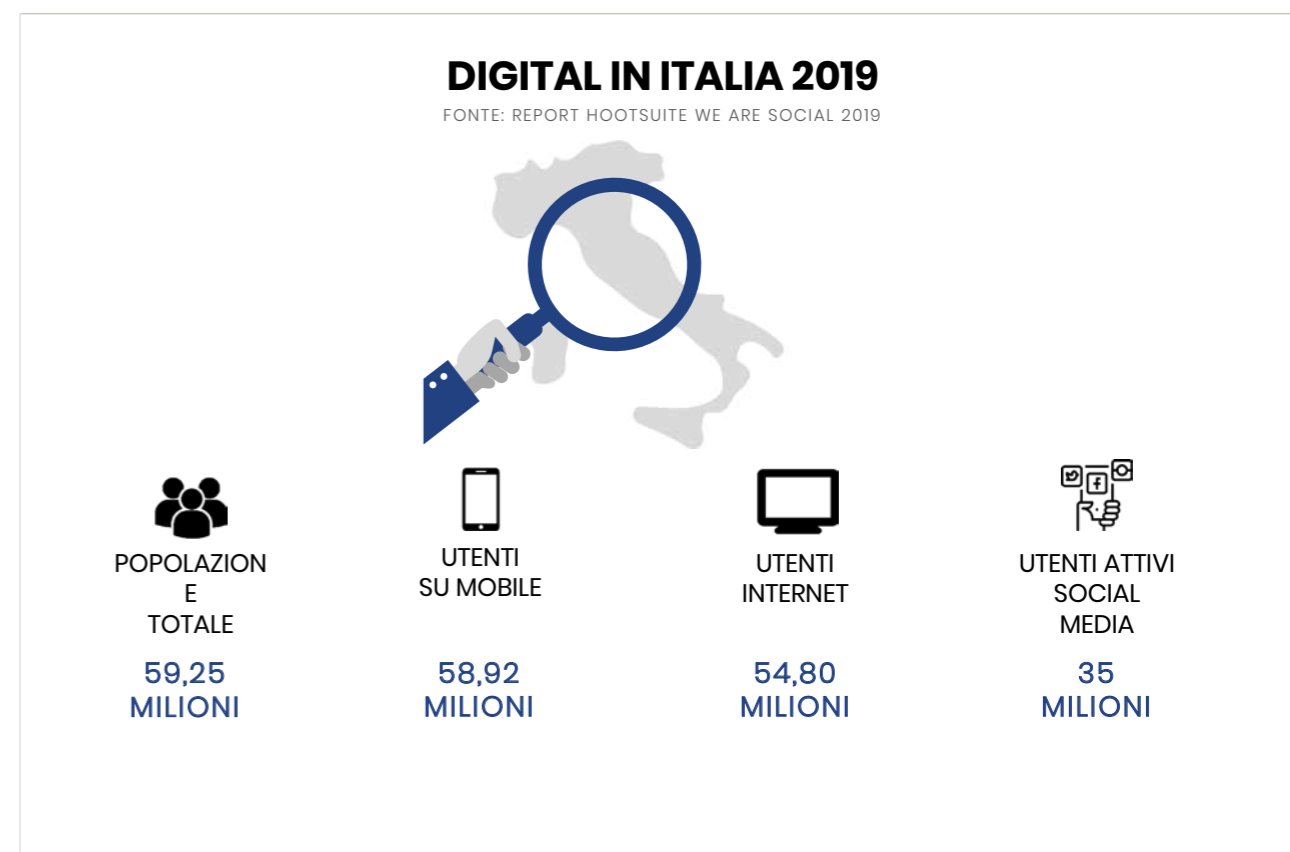
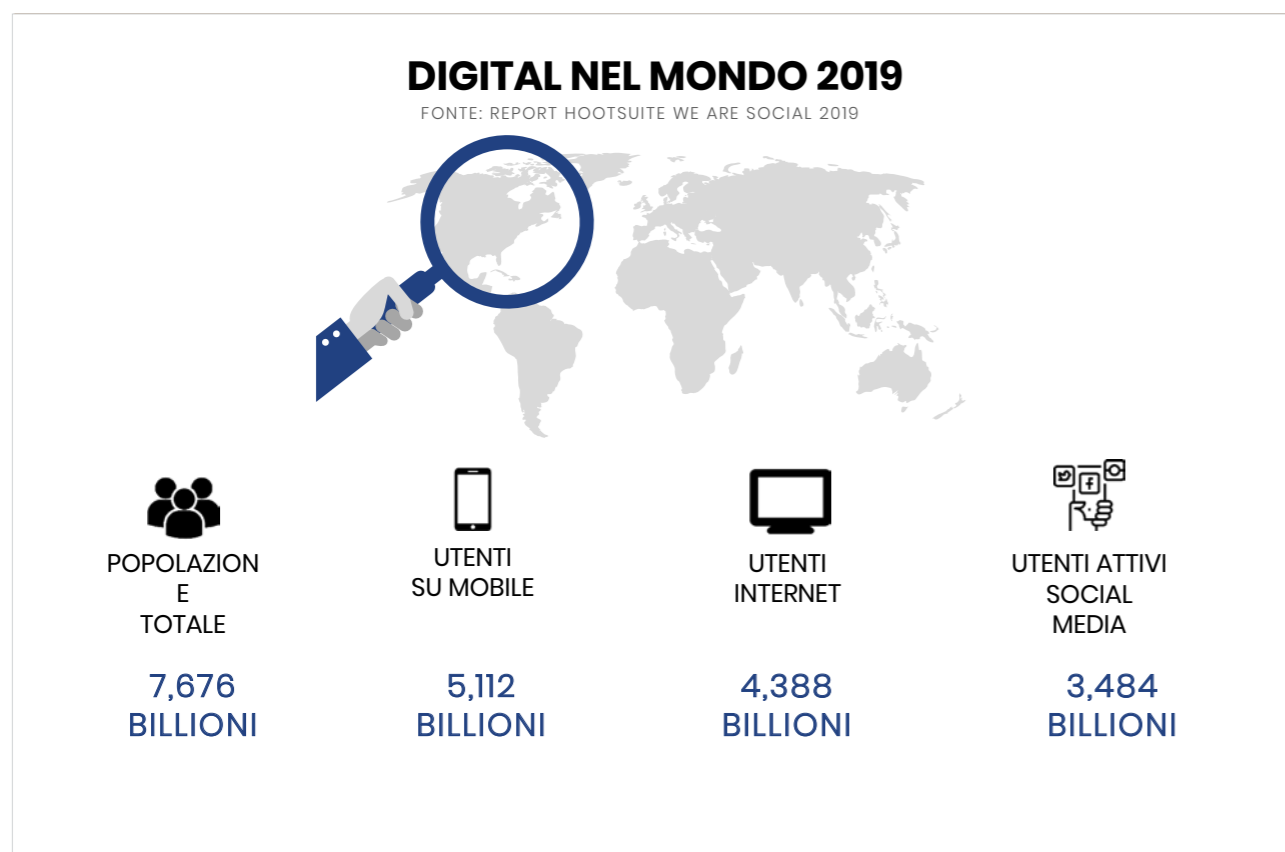
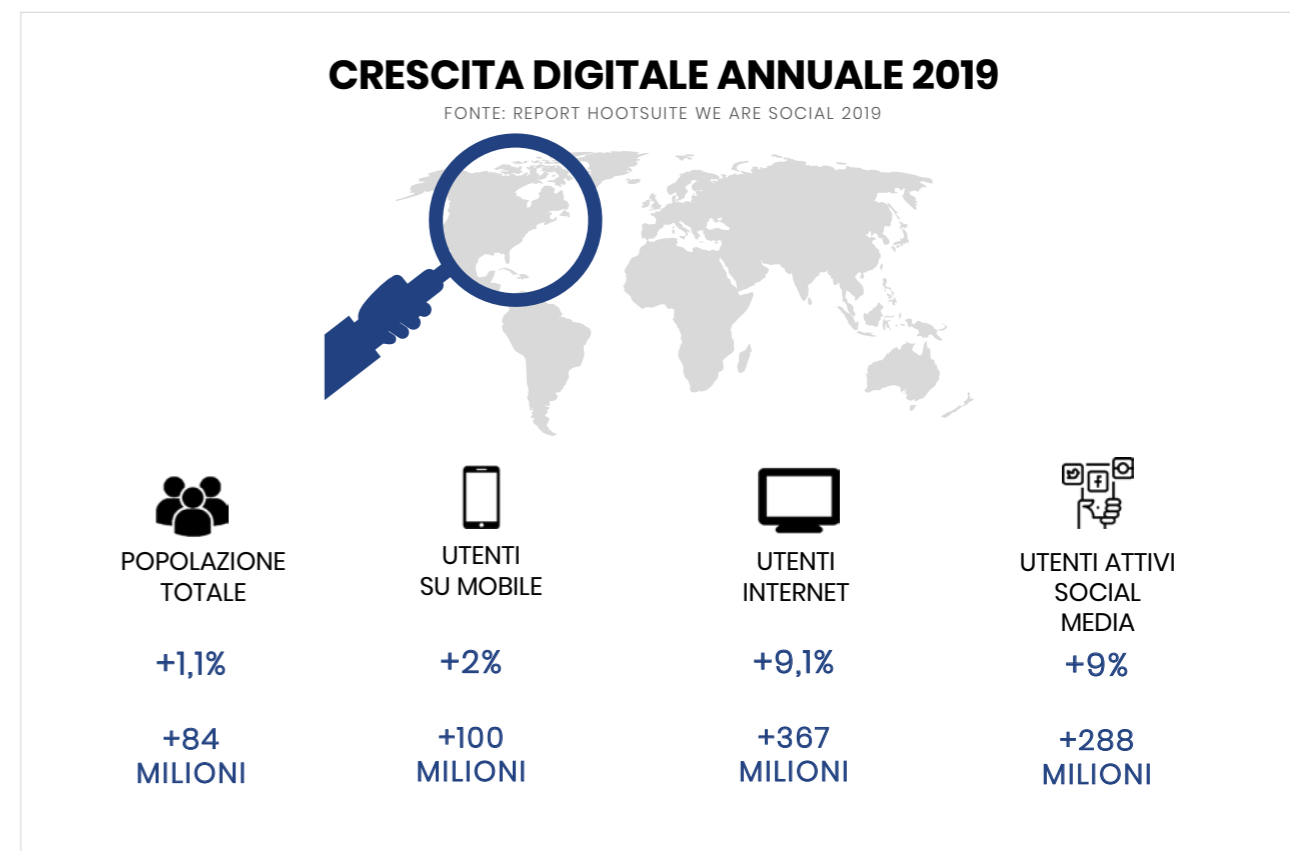


Founded by Margaret Thatcher in 2009 as the intellectual hub of European Conservatism, New Direction has established academic networks across Europe and research partnerships throughout the world.

Per poter fornire un quadro esaustivo sulle tematiche legate alla regolamentazione di Web e Social Media è stato strutturato un documento che propone nella prima parte dello studio una panoramica relativa a dati di contesto che quantificano il fenomeno del digitale.

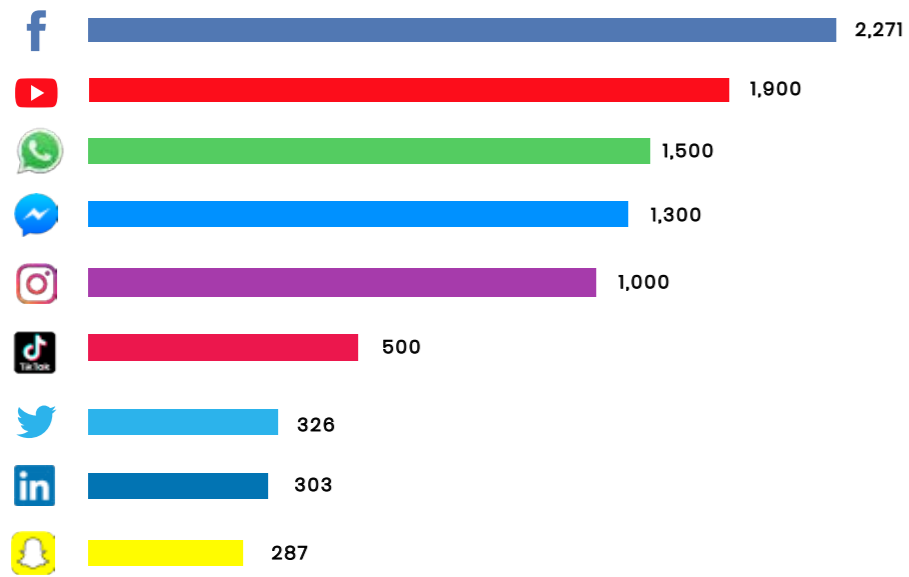
La seconda parte riguarda invece lo studio vero e proprio che si focalizza soprattutto sul fenomeno «dell'odio on line».

IL DIGITALE: DATI DI CONTESTO



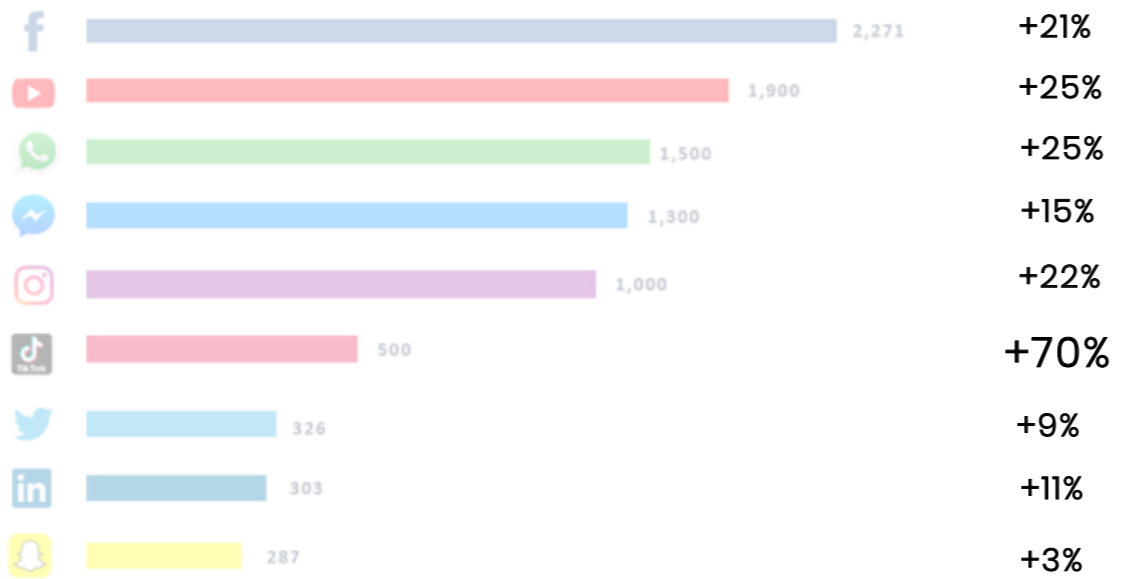
PIATTAFORME SOCIAL IN BASE AL NUMERO DI UTENTI

FONTE: REPORT HOOTSUITE WE ARE SOCIAL 2019 - MILIONI DI UTENTI ATTIVI



PIATTAFORME SOCIAL: CRESCITA

FONTE: REPORT HOOTSUITE WE ARE SOCIAL 2019 - CRESCITA RISPETTO AL 2018



LA REGOLAMENTAZIONE DI WEB E SOCIAL MEDIA

e recenti polemiche sul caso della senatrice Liliana Segre, scampata ai campi di concentramento nazisti, deportata dal binario 21 della stazione di Milano Centrale al campo di concentramento di Auschwitz-Birkenau, ha riportato l'attenzione sul fenomeno dell'odio online. La Segre fu liberata dagli americani: nei lager nazisti ebbe il numero di matricola 75190, che ancora oggi ha tatuato sul suo corpo come un monito indelebile. Il 19 gennaio 2018 è stata nominata senatrice a vita dal presidente della Repubblica, Sergio Mattarella per aver illustrato la patria con altissimi meriti nel campo sociale.

Da subito, il dibattito politico (e non solo) italiano si è diviso sulla proposta sia di una commissione sull'odio e le discriminazioni in senso lato, sia sulle proposte normative che possano frenare un fenomeno oggettivamente fuori controllo. Il tema è molto caldo, perché ormai quella che era una vetrina virtuale è diventata più importante di quella reale. Come ha detto l'attore Sacha Baron Cohen¹, ricevendo l'International Leadership Award, un premio della Anti Defamation League, una ONG internazionale ebraica con sede negli

Stati Uniti, "I social media sono la più grande macchina di propaganda della storia. Pensateci. Facebook, YouTube, Google, Twitter e gli altri: raggiungono miliardi di persone.

Gli algoritmi da cui queste piattaforme dipendono amplificano deliberatamente il tipo di contenuto che tiene gli utenti attaccati – storie che accarezzano i nostri istinti di base e che scatenano indignazione e paura. E' per questo che YouTube ha raccomandato i video di Alex Jones, re delle teorie del complotto, miliardi di volte. E' per questo che le fake news funzionano molto meglio delle notizie vere, perché gli studi mostrano che le bugie si spargono più in fretta della verità. E non ci deve sorprendere il fatto che la più grande macchina di propaganda della storia abbia messo in circolazione le più antiche teorie del complotto della storia – la bugia secondo cui gli ebrei sono in qualche modo pericolosi. Come diceva un titolo che ho letto: "Provate soltanto a pensare che cosa avrebbe fatto Goebbels con Facebook". Una delle principali difficoltà è capire cosa sia un hate speech: una definizione comunemente accettata non esiste, ma in genere nelle legislazioni ci si riferisce a discorsi di discriminazione, ostilità e violenza, quindi invocazioni contro persone identificate con gruppi sociali o demografici. Questo significa che la maggioranza di turno può decidere che le idee della minoranza del momento siano catalogate come "odio" e bandirle. Un rischio enorme. Presente anche nel testo che istituisce la cosiddetta "Commissione Segre".

¹ Fonte: <https://www.ilfoglio.it/cultura/2019/11/26/news/se-hitler-avesse-avuto-facebook-288895/>

Un deputato italiano, Luigi Marattin,² ha annunciato la presentazione di una proposta di legge che preveda l'obbligo di registrarsi ai social media solo consegnando la propria carta di identità.

Insomma, una soluzione analogica per l'era digitale. In Germania, si pensa a misure che impongano alle piattaforme social di denunciare contenuti illegali come minacce di morte o incitamento all'odio sulle loro piattaforme alle forze di polizia. In tal modo per le piattaforme social verrà meno l'alibi di non poter intervenire fin quando una persona non presenta una lamentela o una denuncia ufficiale. L'obbligo di denuncia sarà (anche) in capo ai big dei social. Nella proposta del governo tedesco, vi è pure la ferrea volontà di istituire una nuova unità di polizia federale dedicata alle segnalazioni, con l'obbligo per le società (per lo più americane) di consegnare l'indirizzo IP e tutto ciò che serve a identificare l'autore o gli autori dei contenuti ritenuti illegali. Il passaggio è cruciale: tocca alle piattaforme on line intervenire contro l'odio, non solo agli utenti soggetti passivi della violenza e dell'odio online.

La maggior parte delle persone scrive contenuti di odio (sul cui perimetro bisognerebbe discutere) con il proprio nome e cognome. Un nickname non è

garanzia di anonimato. Bisogna poi dimostrare che il commento incriminato sia stato scritto proprio da quella persona in quel dato momento.

Chi è capace di restare nell'anonimato è solo una piccola minoranza. Insomma, siamo in un cul de sac.

Teniamo conto che dal 2016 vi è un Codice di condotta sulle espressioni illegali online di incitamento all'odio, firmato tra la Commissione europea, tramite il commissario alla giustizia Vera Jourova, e quattro società tecnologiche: Facebook, Youtube, Twitter e Microsoft.

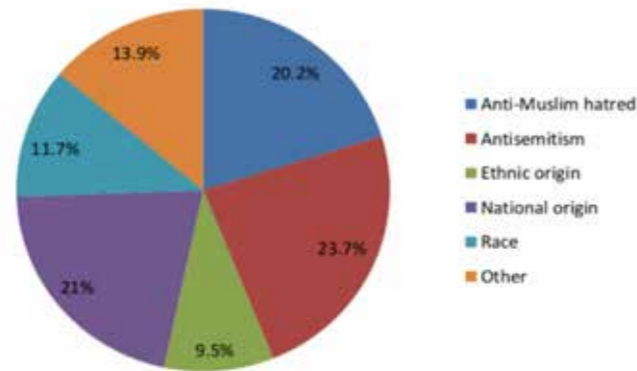
Il fine era contrastare sia i gruppi terroristici che reclutano combattenti sui social media, sia la crescita di posizioni estremiste, razziste e xenofobe, a dire della Commissione, dovute alla crisi economica (sic!).

Tale Codice non è giuridicamente vincolante, ma ha un solo effetto concreto: le aziende tecnologiche

firmatarie hanno preso l'impegno di verificare entro le 24 ore le segnalazioni di discorsi di hate speech. Insomma, in 24h i Big Tech devono analizzare le segnalazioni sull'odio on line.

Non proprio un obbligo stringente.

Notified content by ground



Dal primo report³ su tale codice, spicca il dato dell'UNAAR, Ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali, che ha analizzato 110 casi di hate speech. Si pensi che solo la Segre ha ricevuto - secondo "la Repubblica"⁴ - 200 insulti al giorno. Il dato

- palesemente esagerato - è stato poi smentito da ogni studio di fact checking,⁵ nonostante i messaggi contro la senatrice siano presenti sul web e siano esplosi dopo la votazione sulla Commissione Segre.

2 Fonte: <https://www.ilfattoquotidiano.it/2019/10/29/odio-online-marattin-documento-di-identita-per-aprire-profilo-social-gli-esperti-sparata-inapplicabile-non-sa-come-funzionano-le-piattaforme/5538219/>

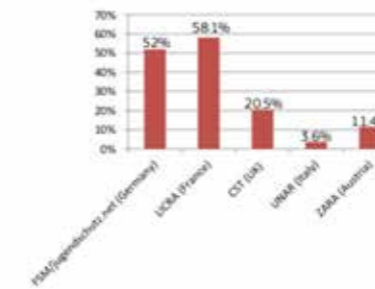
3 Fonte: http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2016-50/factsheet-code-conduct-8_40573.pdf

4 Fonte: https://www.repubblica.it/cronaca/2019/11/12/news/insulti_segre_risposta_colaprico-240924438/

5 Fonte: <https://www.open.online/2019/11/12/i-fattoidi-sul-caso-segre-e-i-200-insulti-al-giorno-antisemiti/>

Come si può vedere dal grafico, l'odio è soprattutto di natura religiosa: dal sentimento anti-islamico all'antisemitismo, il web è un crogiolo di odio in tutta Europa.

% of removals on total notifications



L'UNAAR, insieme all'Università "La Cattolica" di Milano proverà a monitorare l'odio in rete, l'odio anti-religioso in generale.⁶ E lo farà avvalendosi del contributo dei Giovani Musulmani, ma non solo, anche del Centro di Documentazione Ebraica Contemporanea, che col suo Osservatorio sull'antisemitismo si occupa già di studiare l'odio contro gli ebrei mediante ricerche demoscopiche, rapporti e rassegne stampa molto attente. È finanziato parzialmente dall'Unar, l'Ufficio nazionale rapporti e rassegne stampa molto attente. È finanziato parzialmente dall'Unar, l'Ufficio nazionale antidiscriminazioni razziali istituito presso la presidenza del Consiglio e si svolge appunto in collaborazione con il Cdec (Centro di Documentazione Ebraica Contemporanea) e l'Associazione Giovani

Curiosamente, le segnalazioni dell'ente italiano, l'Ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali, ha avuto meno successo degli altri enti europei.

Musulmani Italiani. «Le associazioni - spiega la direttrice del Centro universitario - proporranno alcune segnalazioni di discorso d'odio online rilevate da ottobre a dicembre 2019, che verranno analizzate nello studio dell'Osservatorio». «Per chiarezza» la Cattolica precisa «che le associazioni che collaborano su questa ricerca (Cdec e Gmi) avranno solo la funzione di segnalare e riportare i post e messaggi sui social media che ritengono siano espressione di un odio antireligioso. Sarà poi il Centro di ricerca a commentare tali espressioni in base a criteri scientifici - come le definizioni di antisemitismo o islamofobia dell'International Holocaust Remembrance Alliance o del Consiglio d'Europa dell'International Holocaust Remembrance Alliance o del Consiglio d'Europa - a fini esclusivamente di studio».



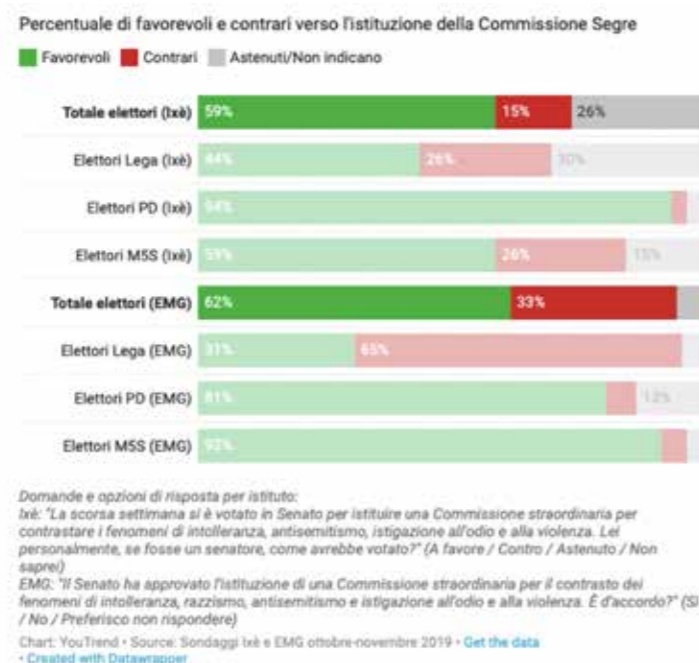
Su cosa costituisca "odio" è in atto una discussione molto divisiva. Secondo Alain Finkielkraut, filosofo francese di origine ebrea, la Commissione Segre è un

vero e proprio bavaglio che obbliga i cittadini a non esprimere in nessun caso posizioni in contrasto con l'immigrazione.

6 Fonte: <http://www.ilgiornale.it/news/milano/odio-antireligioso-rete-cattolica-ora-monitora-ebrei-e-1789554.html>

Tale "Commissione ha compiti di osservazione, studio e iniziativa per l'indirizzo e controllo sui fenomeni di intolleranza, razzismo, antisemitismo e istigazione all'odio e alla violenza nei confronti di persone o gruppi sociali sulla base di alcune caratteristiche quali l'etnia, la religione, la provenienza, l'orientamento sessuale, l'identità di genere o di altre particolari condizioni fisiche

o psichiche. Essa controlla e indirizza la concreta attuazione delle convenzioni e degli accordi sovranazionali e internazionali e della legislazione nazionale relativi ai fenomeni di intolleranza, razzismo, antisemitismo e di istigazione all'odio e alla violenza, nelle loro diverse manifestazioni di tipo razziale, etnico-nazionale, religioso, politico e sessuale".



In effetti la descrizione pecca della vaghezza contestata dai suoi oppositori e rischia di diventare uno strumento censorio nelle mani della maggioranza del momento, tra l'altro - in linea teorica e a maggioranza inversa - utilizzabile anche per scopi lontani da quelli immaginati dai proponenti. Insomma, il rischio di un'eterogeneità dei fini è molto concreto. L'unico potere reale è "la rimozione dal web dei relativi contenuti ovvero la loro deindicizzazione dai motori di ricerca". Insomma, segnalare le anomalie ai Big Tech. Nulla di diverso di quanto già previsto dal Codice Ue.

Il 73% degli intervistati da EMG ritiene che l'antisemitismo sia un problema anche in Italia; secondo SWG, il 42% degli italiani ritiene che il fenomeno sia in crescita, mentre per un altro 37% l'antisemitismo sarebbe un fenomeno con "una presenza costante nell'opinione pubblica".⁷ Non

solo, ma come scrive Arianna Ciccone,⁸ che ogni anno organizza il Festival del giornalismo e che non ha certo simpatie per la parte politica accusata di fomentare l'odio on line, "L'anonimato non è una concessione ai navigatori online, ma nasce ancora prima dell'avvento di Internet. Ne hanno fatto uso nella storia scrittori, poeti, dissidenti, attivisti. (...) Invece di educare i cittadini alla protezione della loro privacy, li stiamo spingendo a considerare normale uno Stato che possa controllare continuamente cosa dicono, fanno, pensano". Il punto di vista è ragionevole e dimostra come la ponderazione degli interessi in gioco è lungi dall'essere soddisfatta.

Che vi sia assuefazione alla violenza on line è confermato anche da una ricerca realizzata da Swg per "Parole O_Stili" su "Odio e falsità in rete".⁹ Gli utenti della rete sono sempre più convinti che ormai i nostri dibattiti online si svolgano solo attraverso le

7 Fonte: https://www.agi.it/blog-italia/yourend/sondaggi_lega_m5s-6505090/post/2019-11-08/

8 Fonte: <https://www.valigiablu.it/odio-disinformazione-anonimato/>

9 Fonte: <https://www.agensir.it/quotidiano/2019/5/30/web-68-degli-italiani-rassegnati-a-violenza-verbale-on-line-cresce-odio-in-rete-8-e-paura-per-fake-news-13/>

L'hate speech è una cosa temporanea o costituisce una nuova realtà della comunicazione?

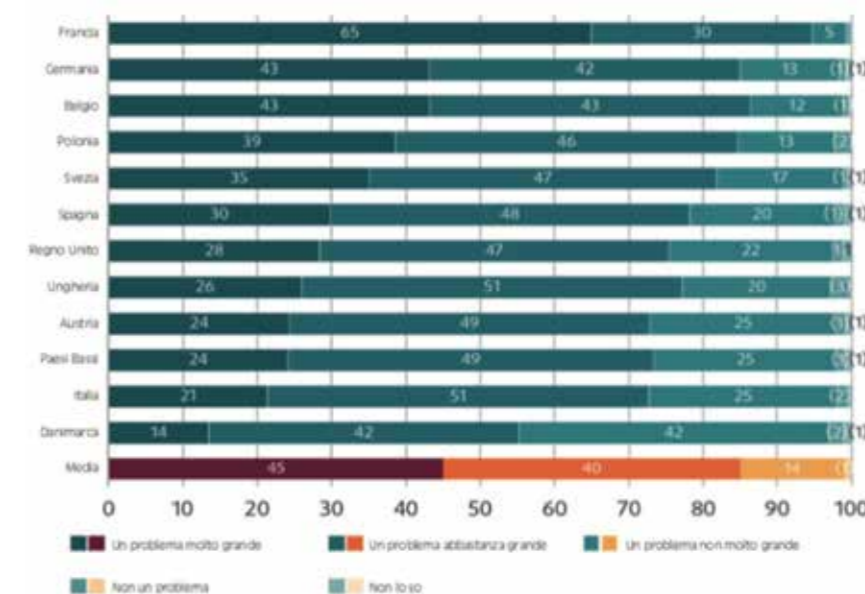


estremizzazioni delle opinioni (+5%): dal 7% del 2017 al 12% del 2019.

A conferma che il web viene percepito come terreno ostile per un confronto costruttivo. E spesso tale

estremizzazione si nasconde dietro l'anonimato, che però condiziona anche il linguaggio di chi "ci mette la faccia". E così è in salita anche la percentuale di chi crede che sia in corso un processo di decadimento del linguaggio (+4%): dal 9% al 13%.

L'antisemitismo è visto come un problema per il Paese, oggi. Per Paese membro dell'UE (%).



Negli altri ordinamenti, come ad esempio negli Stati Uniti, il paese dove risiedono le Big Tech, la Corte Suprema ha definito l'anonimato "uno scudo dalla tirannia della maggioranza esemplifica in tal modo lo scopo alla base del Bill of Rights e del Primo Emendamento, in particolare: proteggere gli individui impopolari dalle rappresaglie e le loro idee dalla soppressione, per mano di una società intollerante".

In Italia non esiste un diritto all'anonimato. E non esiste - né potrebbe mai esistere - un diritto ad odiare. C'è invece un principio giuridico

costituzionale di proporzionalità e infatti il Garante della privacy, Antonello Soro, ha già messo le mani avanti: la raccolta di una quantità di dati enorme (la schedatura) è in contrasto col principio di proporzionalità, pur se finalizzata ad emettere una sanzione penale. Le soluzioni non sono facili, perché si entra in una sfera complicata: sanzionare il pensiero - pur se aberrante - di un individuo. Le manifestazioni di odio una volta erano confinate all'ambito individuale o allo scambio personale, mentre oggi - con la rete - possono raggiungere milioni di persone.



E questo creare un corto circuito giudiziario. Non si può assistere inerti allo sfogo di odio on line, ma al contempo il nostro ordinamento giudiziario non sanziona i pensieri. Ovviamente chi commette un reato online è identificabile e rintracciabile. Sono reati l'istigazione all'odio, la diffamazione, e - civilmente - l'insulto.

La "polizia del pensiero" è già realtà in Russia e Cina, che hanno ordinamenti giuridici, sistemi politici e sensibilità sociali diverse dalle nostre, oltre che un controllo tentacolare sui social media. E non può applicarsi - per motivi facilmente immaginabili - le norme sui giornalisti all'utente del web. La Cassazione ha inoltre confermato più volte l'orientamento verso una non equiparazione tra

un'opinione online e un giornale. Non è comunque vero che nulla sia possibile per contrastare l'odio on line. Rispetto al passato, quando le aziende del web rifiutavano in maniera categorica, trincerandosi dietro la libertà d'espressione, di cancellare contenuti online (ovviamente un caso diverso riguardava i contenuti protetti da copyright). Con il tempo, e dopo numerosi scandali e iniziative politiche nazionali e sovranazionali, anche le Big Tech hanno deciso di cambiare strategia. Soprattutto dopo aver constatato la capacità del web di influenzare anche le decisioni politiche dell'elettorato.

E' un problema antico, che in fin dei conti ha riguardato in passato anche la "cattiva maestra televisione".¹⁰

È stata proposta una norma la quale prevede che, per aprire un profilo social sia necessario presentare un documento di identità valido, garantendo poi, nell'esercizio del profilo, l'anonimato. Lei ritiene che sia una proposta valida?



NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Dati Archivio SWG. Metodo di rilevazione: sondaggio CATI-CAMI CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 1.000 soggetti maggiorenni. Date di rilevazione: 30 ottobre-4 novembre 2019.

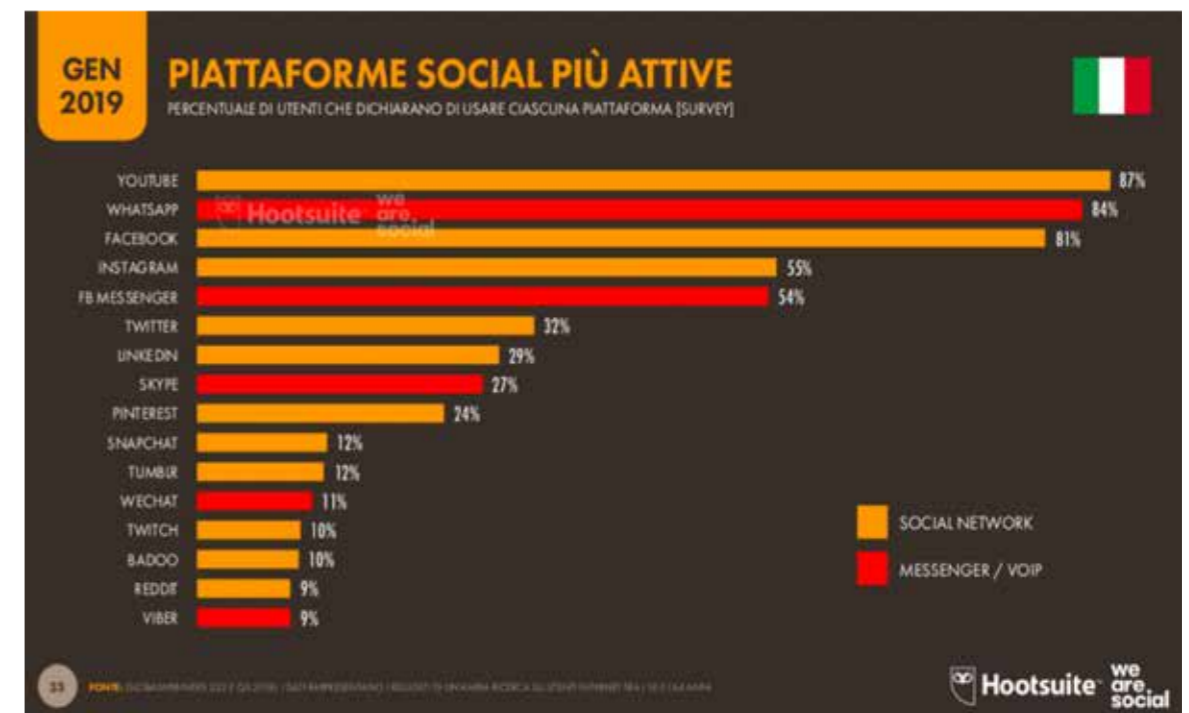
(Fonte: <https://www.swg.it/poll/capp>)

Con il Codice di condotta del 2016, finalmente non esiste solo la libertà di espressione, ma viene dato rilievo anche alla responsabilità. Così le aziende firmatarie hanno dovuto sostenere l'onere ulteriore di creare team appositamente formati e soprattutto individuare delle linee guida - oggetto a loro volta di aspre polemiche - per indicare ai propri utenti cosa è possibile pubblicare online e cosa no.

Inoltre, i Big tech incoraggiano le segnalazioni di contenuti che incitano alla violenza e all'odio, rischiando di diventare però anche gli esecutori di gruppi di pressione ben organizzati. Non è un tema

facile. Il testo del Codice di condotta porta con sé anche un'altra criticità cruciale. Si privatizzano sia le linee guida su cosa è odio e cosa non è, sia cosa è lecito scrivere e cosa no.

Saranno le big tech americane a perseguire i "reati", tramite l'oscuramento, la sospensione e la cancellazione, e sempre loro a indicare le linee guida per segnalare i contenuti non in linea. E soprattutto - cosa ben più grave - le aziende private potranno rimuovere, senza alcun tipo di tutela del soggetto "incriminato", il contenuto ritenuto non in regola da tali aziende private.



Le multinazionali Big Tech che diventano stati di polizia sul web hanno anche liquidato qualunque "diritto di difesa", che non può essere esercitato. In tal modo, l'utente è in balia dell'algoritmo, al punto che cognomi come "Negro", "Negri" o simili non sono utilizzabili sui social media o non possono essere usati come nickname.

La regola è l'algoritmo e può essere cambiata solo dal proprietario dell'algoritmo. C'è solo un piccolo problema: la Carta dei diritti fondamentali dell'Unione Europea prevede che le restrizioni ai diritti fondamentali dei cittadini devono essere stabilite per legge, non con un post su Facebook.

| Social Media | Utenti mensili in Italia | Fonte |
|--------------|--------------------------|---------|
| Facebook | 31.000.000 | Vincos |
| YouTube | 35.000.000 | Audiweb |
| Instagram | 24.400.000 | Audiweb |
| LinkedIn | 16.500.000 | Audiweb |
| Twitter | 9.000.000 | Audiweb |
| Pinterest | 12.300.000 | Audiweb |
| TikTok | 2.400.000 | TikTok |
| Tumblr | 2.600.000 | Audiweb |
| Snapchat | 2.400.000 | Audiweb |

“Non criminalizzare le visioni estreme” è il grido di allarme lanciato da Ben Emmerson,¹¹ relatore speciale per l'ONU sul controterrorismo. In molti paesi non occidentali, le leggi contro l'estremismo sono state utilizzate come repressione politica. Il rischio è che ciò possa accadere anche in Europa, con esiti spesso paradossali.

monopolio di polizia sul web, possono piegare tali strumenti a fini economici e commerciali, che è poi il loro unico scopo sociale. Inoltre, le Big Tech americane sembrano anche abbracciare un'unica ideologia politica, che - a prescindere da quale essa sia, dato che potrebbe anche cambiare in base agli umori del momento - tende a danneggiare chi la pensa, vota e scrive in maniera differente.

Non solo, ma le Big Tech cui è stato demandato il

Le stesse ONG che ricevono finanziamenti dalla Commissione europea per la segnalazione di contenuti ritenuti “illeciti” hanno spesso una precisa connotazione politica o comunque una direzione culturale che li contraddistingue e che quindi influenzerà le proprie scelte.

Cosa ha fatto l'Unione europea? Il Piano di azione europeo contro la disinformazione è stato formalizzato a dicembre 2018, e con una urgenza dettata dalle elezioni europee che erano imminenti, il piano ha identificato quattro linee di azione:

- aumentare le capacità delle istituzioni dell'UE di rilevare, analizzare e segnalare la disinformazione, attraverso la collaborazione tra gli stati membri e la realizzazione di strumenti specifici;
- rafforzare la risposta coordinata e congiunta alla disinformazione, attraverso anche la realizzazione di un Rapid Alert System, per lo scambio rapido di comunicazioni tra gli stati membri nei casi di disinformazione, soprattutto se legati a questioni politico-elettorali;

- mobilitare il settore privato per affrontare la disinformazione, attraverso soprattutto il codice di autoregolamentazione sulla disinformazione, lanciato a settembre 2018
- rafforzare la sensibilizzazione e migliorare la resilienza della società, attraverso interventi di formazione e la realizzazione di supporti (es. fact-checking) in grado di incrementare la consapevolezza digitale e mediale della popolazione europea.

Lo stato di avanzamento di giugno 2019 presenta luci e ombre.¹² In particolare, se i risultati relativi alle elezioni europee del 2019 sono da considerarsi positivi, per la riduzione dei fenomeni di disinformazione e per il concretizzarsi di iniziative importanti come la piattaforma di condivisione (il Rapid Alarm System, messo in campo a marzo) e il sito dedicato di fact-checking, non si può essere allo stesso modo soddisfatti sulle altre linee di azione, come sottolinea lo stesso rapporto.

parole @stili | SWG **Paura fake news**

Quali sono i principali rischi nell'uso del web e dei social network?



In particolare sembrano ancora poco efficaci le iniziative di informazione e sensibilizzazione (sostanzialmente si presenta come risultato positivo l'aver organizzato la prima Media literacy week, con 320 eventi in tutta Europa), mentre l'iniziativa legata al codice di autoregolamentazione, a cui hanno aderito le maggiori aziende di piattaforme online

(Facebook, Twitter, Google, Microsoft, Mozilla), procede con qualche risultato ma ancora in una modalità non del tutto soddisfacente, almeno sulla base del primo rapporto annuale. C'è poi un limite tecnico: i filtri. Basta davvero poco per ingannare l'algoritmo. “Una R al posto della S, ed ecco che i filtri automatici sviluppati per contrastare l'odio online

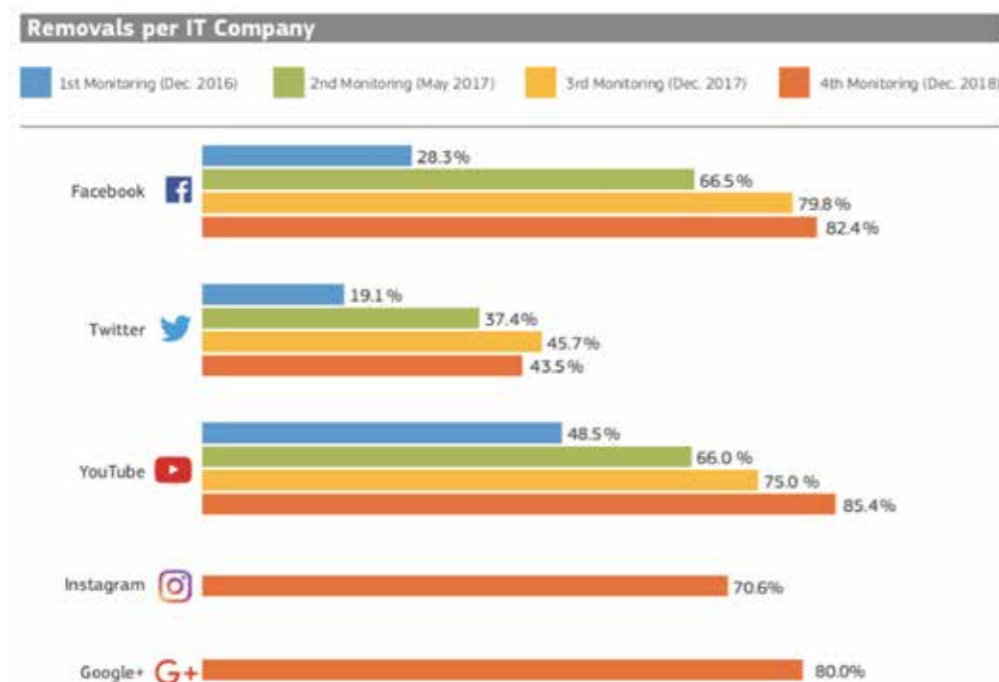
11 Fonte: <https://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=17229&LangID=E>

12 Fonte: <https://www.agendadigitale.eu/cittadinanza-digitale/lotta-a-disinformazione-e-odio-online-ecco-le-mosse-dellunione-europea/>

vanno in tilt. Lo dimostra uno studio condotto da un team di ricercatori dell'Università di Aalto, in Finlandia, e dell'ateneo di Padova. Un'analisi che ha testato i più importanti strumenti hi-tech al momento disponibili su piazza: ben sette tra cui Perspective, programma messo a punto da una sussidiaria di Google, Jigsaw. Un sistema che Big G ha iniziato a sfruttare sulle proprie piattaforme per "affrontare troll" e "tattiche

nefasti" che "danno alle voci ostili una grandezza spropositata". Anche se l'efficacia di questi strumenti è sempre stata dubbia".¹³

Uno dei limiti più difficili da superare per le macchine è la complessità del linguaggio umano, il che riguarda ovviamente anche chi si macchia di episodi di odio on line.



L'altro enorme limite sono i numeri, il volume di contenuti immessi sui social. In un ipotetico caso di scuola, che veda un software capace di rilevare il già indefinibile hate speech con un tasso di accuratezza del 99.99%, considerando che ogni giorno - solo su YouTube - vengono caricati oltre sei milioni di video, questo software quasi perfetto di fatto andrebbe a rimuovere ogni giorno centinaia di filmati per mero errore. A detrimento della libertà delle rete e a danno di immagine - e dunque economico - del social stesso. Insomma, non se ne esce. Si pensi che nel 2018 il solo Facebook ha cancellato quasi 600 milioni di profili falsi e più di 800 milioni di contenuti sconvenienti e pornografici.

Le azioni intraprese dagli operatori firmatari variano in termini di velocità ed efficacia rispetto ai cinque pilastri del Codice. In generale, le azioni per sostenere i consumatori (pilastro 4) e la comunità di ricerca (pilastro 5) sono in ritardo rispetto agli impegni, ma anche destano preoccupazione i temi della

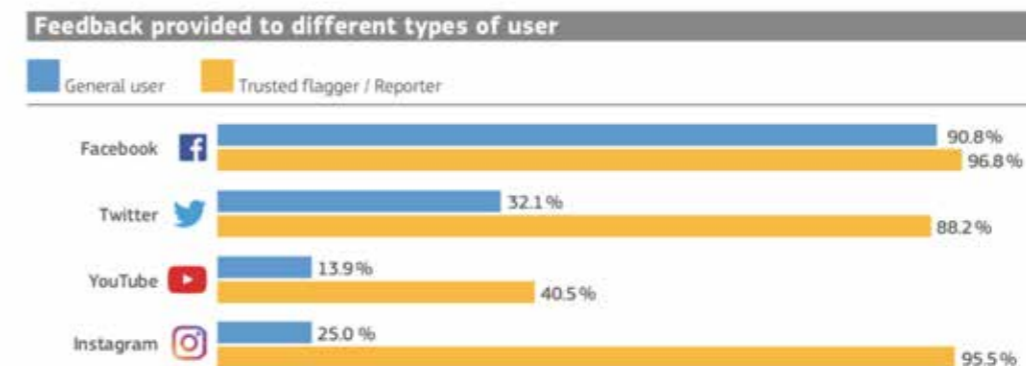
monetizzazione della disinformazione (primo pilastro), la trasparenza della pubblicità politica (secondo pilastro) e l'integrità dei servizi rispetto ad account non autentici (terzo pilastro). Sono inoltre diversi tra loro i comportamenti degli operatori e per ciascun operatore rispetto agli stati membri dell'UE.

I numeri sui controlli realizzati dagli operatori sono comunque significativi:

- tra il primo gennaio 2019 e 31 agosto 2019, Twitter riferisce di 11.307 annunci respinti per violazione delle politiche di pratiche commerciali e di 10.639 annunci rifiutati per violazione delle norme qualitative;
- Facebook nell'ultimo periodo ha preso al mese provvedimenti contro oltre 600.000 annunci, per violazione delle politiche sulla qualità o ad esempio per la presenza di contenuti offensivi, fuorvianti o falsi;

- tra il primo settembre 2018 e il 31 agosto 2019, Google riferisce, ad esempio, di 314.288 azioni intraprese contro gli account Google Ads con sede

nell'UE per violazioni della politica di travisamento di Google Ads e 55.876 azioni per violazioni della politica sui contenuti originali di Google Ads;



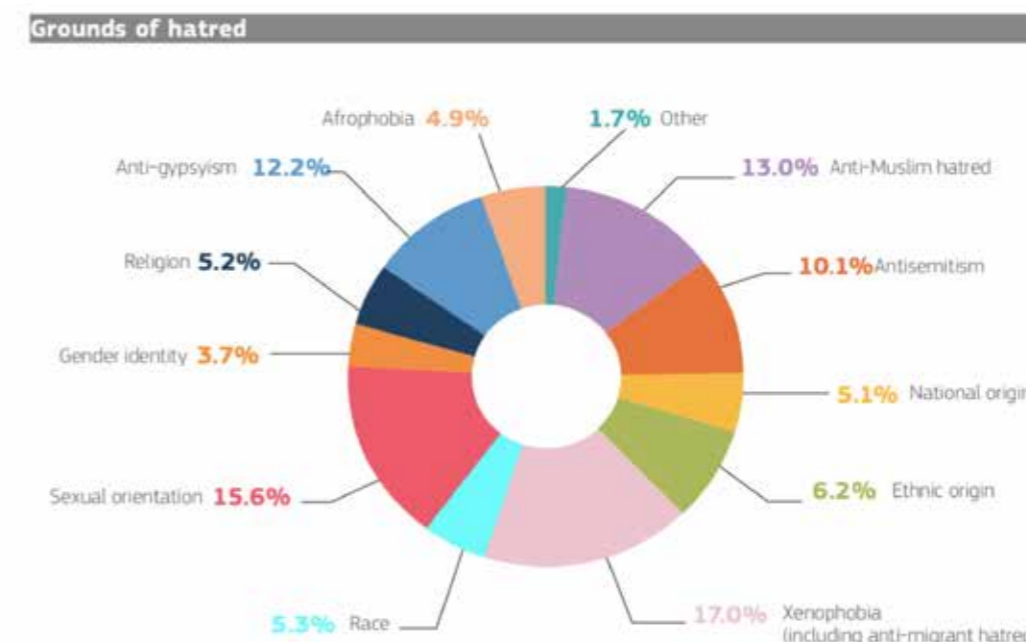
- Microsoft nel 2018 ha sospeso quasi 200.000 account, rimosso 900 milioni di annunci non validi e 300.000 siti non validi per violazioni varie. Tra il primo luglio 2018 e il 30 giugno 2019, ha respinto oltre 169 milioni di annunci pubblicitari fuorvianti.

- Google riferisce che i suoi sistemi mirano a rilevare se è probabile che la creazione o l'accesso di un account siano offensivi, bloccando tali account e prevenendo altri tipi di condotta sospetta. Tra il 1° settembre 2018 e il 31 agosto 2019, ha rimosso quasi 11 milioni di canali YouTube per violazioni varie;

I numeri sulla rimozione dei "fake account" da parte degli operatori mostrano l'ampiezza del fenomeno:

- nel primo trimestre del 2019 Facebook ha disabilitato 2,19 miliardi di account falsi. Tra gennaio e ottobre 2019, ha rimosso circa 7.606 account, pagine e gruppi impegnati in "coordinated inauthentic behaviour"-CIB (comportamenti progettati per indurre in errore rispetto all'identità delle persone), originari di Paesi come Egitto, Honduras, Iran, Israele, Kosovo, Macedonia del Nord, Moldavia, Romania, Russia, Arabia Saudita, Spagna, Thailandia, Emirati Arabi Uniti, Regno Unito e Ucraina;

- nei primi otto mesi del 2019 Twitter ha verificato proattivamente 126 milioni di account e ha preso provvedimenti contro circa il 75% degli account contestati. Nello stesso lasso di tempo, gli utenti hanno inviato circa 4,5 milioni di segnalazioni di spam;
- Microsoft ha avviato misure per prevenire la manipolazione dei risultati di ricerca di Bing da parte dei robot. Inoltre, su LinkedIn, è vietato l'uso di robot o altri metodi automatizzati e un team dedicato applica questo divieto.



¹³ Fonte: https://www.repubblica.it/tecnologia/socialnetwork/2018/09/12/news/odio_online_che_disastro_i_filtri_automatici_basta_una_lettera_per_ingannarli-206266171/

Nonostante questi numeri, la commissione UE ritiene siano necessari ulteriori sforzi e che sia da perseguire una maggiore omogeneità di comportamento.

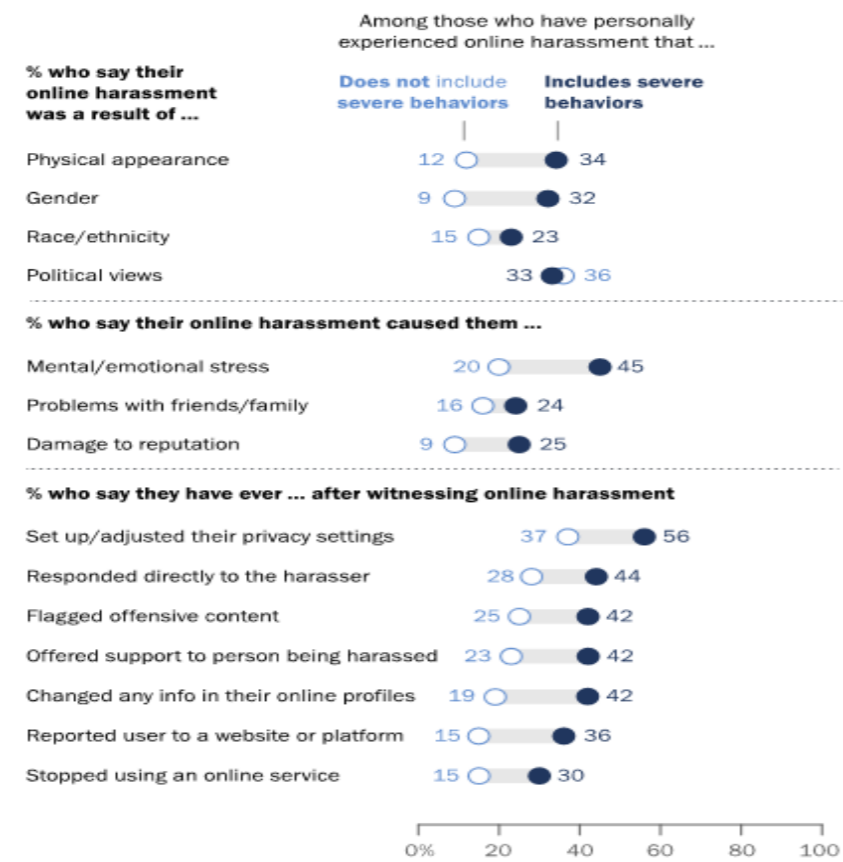
Ad esempio, sono necessarie informazioni più dettagliate per valutare meglio i comportamenti nocivi rivolti specificamente all'UE e i progressi compiuti dalle piattaforme per contrastare tali comportamenti, ma anche sono necessarie informazioni più dettagliate sulle campagne di disinformazione rilevate, inclusi gli obiettivi, i livelli di coinvolgimento e quanto utilizzato per manipolare l'opinione pubblica.

Continua ad essere "rom" il tema che ha scatenato il maggior numero di polemiche sui social media, con l'80% (4 su 5) di contenuti negativi.¹⁴ Al secondo posto è confermato "immigrazione", col 77% di

contenuti negativi, mentre a seguire troviamo "donne" col 76%, che fa scendere "minoranze religiose" (75%) e "solidarietà" (66%). A spostare l'asticella dell'odio verso le donne sono gli utenti generici, con il 78% dei commenti negativi, incidenza che crolla al 23% nel caso dei candidati. Il tema Europa, trattato solo nel 2% dei contenuti valutati, è trattato in modo negativo in oltre il 50% dei casi.

È quanto raccontano i circa 33.100 contenuti unici valutati da Amnesty International Italia tra il 26 aprile e il 15 maggio, col supporto di circa 150 attivisti, nell'ambito del monitoraggio "Barometro dell'odio - Elezioni europee 2019 Sotto la lente dell'Organizzazione i feed Facebook e Twitter dei candidati ai seggi italiani del Parlamento europeo.

Those who have faced severe forms of online harassment differ in experiences, reactions, attitudes



Note: Severe behaviors include stalking, physical threats, sustained harassment and sexual harassment. Less severe behaviors include offensive name-calling and purposeful efforts to embarrass someone.
 Source: Survey of U.S. adults conducted Jan. 9-23, 2017. "Online Harassment 2017"
PEW RESEARCH CENTER

Il tono generale del dibattito (inclusivo sia dei post/tweet dei politici che dei relativi commenti/risposte degli utenti) vede quasi un contenuto su due con accezione negativa; una tendenza determinata principalmente dal linguaggio utilizzato dagli utenti generici, che - in linea col dato complessivo - nel 49% dei casi si esprimono in modo critico sui temi trattati ("donne", "lgbti", "migranti rifugiati e persone con background migratorio", "rom", "minoranze religiose", "povertà socio-economica", "disabilità" per quanto concerne i diritti).

E' interessante lo studio di Amnesty - chiaramente

orientato da un punto di vista politico - soprattutto per un dato¹⁵: oltre il 51,5%¹⁴ di interazioni ricade sotto un unico nome, quello di Matteo Salvini. Gli altri esponenti seguono ad ampissima distanza e solo sei tra loro superano la soglia dell'1% di interazioni: Luigi Di Maio (14,5%), Giorgia Meloni (8,3%), Silvio Berlusconi (3,6%), Silvia Sardone (2,7%) Carlo Calenda (1,7%), Nicola Zingaretti (1,3%).

"Il risultato - scrive il report di Amnesty - consiste in un dibattito politico online gravemente sbilanciato, in cui i temi prevalenti e l'accezione con cui sono trattati sono determinati da pochi".

I LEADER CON PIÙ INTERAZIONI

| | I 4 TEMI PIÙ PRESENTI SUL FEED DEL POLITICO | INCIDENZA SUL TOTALE (%) | POST/TWEET OFFENSIVI E/O DISCRIMINATORI (%) | COMMENTI OFFENSIVI E/O DISCRIMINATORI (%) |
|---|---|--------------------------|---|---|
| MATTEO SALVINI Lega Interazioni: 2.188.168 | Rifugiati | 12,2 | 41,6 | 52,6 |
| | Religioni | 1,7 | 63,2 | 45,3 |
| | Europa | 1,7 | 9,2 | 1,8 |
| | Un altro politico | 8,7 | 1,1 | 19,3 |
| LUIGI DI MAIO M5S Interazioni: 615.297 | Solidarietà | 2,4 | 0 | 2,6 |
| | Rifugiati | 2,4 | 0 | 27,9 |
| | Povertà | 3,2 | 0 | 1 |
| | Un altro politico | 13,6 | 0 | 5,7 |
| GIORGIA MELONI FDI Interazioni: 352.841 | Donne | 0,2 | 0 | 32,8 |
| | Religioni | 4,4 | 71,4 | 50,4 |
| | Europa | 1,6 | 11,5 | 31,6 |
| | Un altro politico | 10,3 | 9,5 | 11,7 |

Questi dati spiegano anche la grande attenzione di una parte politica al tema dell'odio on line.

Secondo stime dell'International Center for Research on Women, il 73% delle donne nel mondo ha subito un qualche tipo di violenza di genere tramite strumenti digitali¹⁶: è solo uno dei numeri che illustrano lo scenario in cui andrà ad operare COP, considerano che il fenomeno dell'odio online rivolto contro qualsiasi gruppo sociale è diffuso anche in Italia.

L'ultima "Mappa dell'intolleranza" redatta a inizio 2019 da Vox Diritti su un campione di oltre 215mila tweet analizzati ci dice per esempio che il 70% dei

"cinguettii" conteneva messaggi di odio diversamente distribuito tra i migranti (il 32%), donne (27%), islamici (15%), disabili 11%) ed omosessuali (5%). E si tratta tutte di percentuali in crescita rispetto alla rilevazione dell'anno precedente.

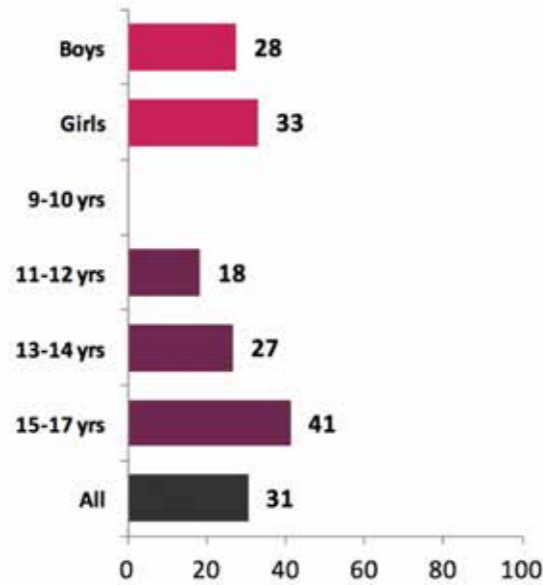
Il tema che in pochi voglio affrontare è quello dell'educazione. "Di fronte alle tante forme di odio e di violenza che oggi dominano la rete, in quanto educatori siamo chiamati a metterci nella prospettiva di educare prima che di denunciare" è l'invito della preside della Pontificia Facoltà di Scienze dell'educazione Auxilium di Roma, Suor Ruffinatto.

14 Fonte: <http://www.vita.it/it/article/2019/05/17/hate-speech-al-centro-rom-e-immigrazione/151624/>

15 Fonte: <https://d21zrvtktd6ae.cloudfront.net/public/uploads/2019/05/29202706/Amnesty-barometro-odio-2019.pdf>

16 Fonte: <https://www.ilsolo24ore.com/art/arriva-legal-tech-servizio-vittime-odio-online-AC8uaPw>

Child has seen hate speech



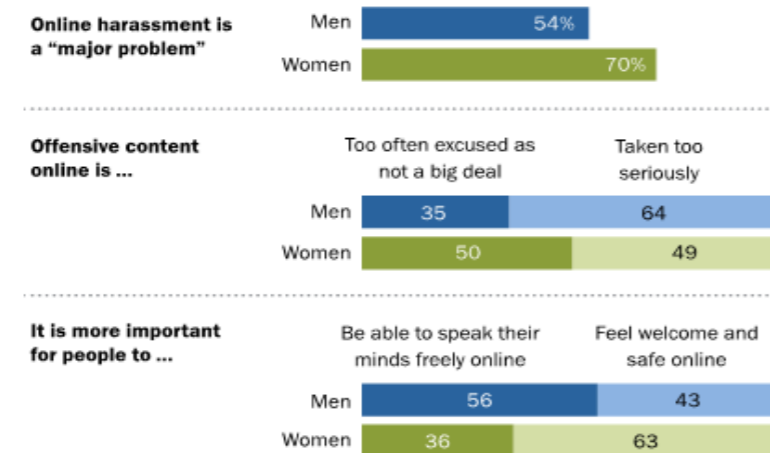
Viviamo un'era dominata da un eccesso di informazioni, da una connettività estremizzata che ha reso il dialogo tra le persone - spesso sconosciute - ininterrotto e quotidiano. Un flusso di contenuti che crea ghetti e non reti. Il contrario di quanto ci è stato detto per anni, sui destini immaginifici della Rete e del web, dipinto come il momento più alto della libertà umana.

penetrazione degli smartphone, dimostrano di essere decisamente tra i più propensi al mondo alla fruizione di contenuti sempre più in mobilità. Il nostro Paese si presenta dunque come uno dei luoghi in cui le relazioni e lo scambio di messaggi e di informazioni via web sta diventando costante e sempre più pervasivo. Un fenomeno che, con una proliferazione delle diverse piattaforme su cui si sviluppa - social networks, blog, chat -, si alimenta a colpi di commenti, like e condivisione di messaggi non sempre di natura benevola.

Secondo i dati di www.wearesocial.com,¹⁷ nel 2016 il 74% degli italiani che sono andati su Facebook ne hanno avuto un uso quotidiano, (contro una media globale del 55%). Gli italiani, inoltre, con l'85% di

Attitudes toward online harassment vary by gender

% of U.S. adults who say...



Source: Survey conducted Jan. 9-23, 2017. "Online Harassment 2017"

PEW RESEARCH CENTER



Un sondaggio di ParoleOstili, community online contro la violenza nelle parole, ha studiato 80 milioni di tweet del 2016 condivisi in Italia, identificando 4 diverse categorie per tweet di amore e altrettante 4 per tweet di rabbia: lo studio ha constatato che lungo lo scorso anno i tweet di rabbia (8,9%) sono stati mediamente superiori a quelli di amore (7,9%).

Milano, che nel suo volume "L'odio online. Violenza verbale e ossessioni in rete" ha voluto analizzare le diverse forme di "hate speech" diffuse sul web: dalle espressioni di odio razziale, politico, quindi riferite a particolari categorie, fino a offese e comportamenti ossessivi nei confronti di persone singole, come nel caso di molestie o bullismo.

E' in questo scenario che il Meet Me Tonight di Milano ha voluto organizzare "L'odio in rete", un incontro con Giovanni Ziccardi, giurista e docente di informatica giuridica all'Università degli Studi di

Proprio i dati sul bullismo on line lasciano interdetti se volgiamo lo sguardo al pubblico americano, dove i fenomeni sono sempre più estremi e dove i dati sulle conseguenze sono sempre più sistemici.



Colpisce molto il fatto che le manifestazioni di cyberbullismo abbiano poi effetti sulla vita reale delle persone, sui loro aspetti psichici e anche su quelli fisici, sulle loro relazioni personali e familiari. Insomma, quello che viene ancora definito in maniera

impropria "virtuale" ha invece conseguenze sulla vita delle persone in "carne e ossa". E colpisce anche il fatto che solo la metà delle persone abbia poi fatto delle modifiche sostanziali alle proprie

17 Fonte: <https://wearesocial.com/it/blog/2019/01/digital-in-2019>

impostazioni di privacy, oppure preso una qualsivoglia iniziativa contro l'autore della molestia, che di solito riguarda il bodyshaming, l'aspetto esteriore oppure il sesso dei soggetti passivi della molestia. La maggioranza delle vittime subisce passivamente. Questo è il dato più preoccupante della violenza, dell'odio on line e delle molestie che si commettono ogni giorno sul web. Un altro elemento che inasprisce il clima di odio on line è la cosiddetta "kayfabe", un meccanismo di finzione che cerca di sembrare il più realistico possibile - tipico del wrestling - e che deriva dall'inglese fake, falso. Come nel wrestling, dove il pubblico sa che lo scontro è finto ma tifa ugualmente, anche sui social il tifo viene prima della realtà. In questo sistema così orizzontale, che

ha eliminato il monopolio verticale di pochi gruppi editoriali, che oggi vivono un momento di crisi sia economico che politico, ogni storia ha una sua forza, chi crede in una determinata versione dei fatti cerca solo notizie a sostegno di questa storia, che sia falsa o meno non importa. E' la mia storia e questo conta. Chi non è d'accordo con me è un nemico e - come nel wrestling, va insultato, bullizzato, picchiato. Senza riconoscere non solo alcuna dignità al "nemico", ma senza nemmeno ipotizzare un dialogo. Una rete senza dialogo, questo è il mondo dei social. In questo mare

magnum di informazioni costanti, fitte, push, non c'è tempo per il confronto, ma solo per lo scontro. Veloce, effimero, violento. L'insulto costa zero, bastano poche battute e l'avversario è a terra. Quali siano le conseguenze non interessa a nessuno, perché - come il wrestling - è tutto finto. L'assenza di relazioni personali aiuta l'innalzarsi dello scontro. E non è un caso se il wrestling è uno degli "sport" più seguiti dai ragazzini.

"La risposta dell'educazione a questo stato di cose è la consapevolezza che allenare il pensiero critico non basta più. Ovvero: se al tempo dei media di massa, essere capaci di "leggere i messaggi" criticamente significava garantirsi che le persone avessero le risorse sufficienti a non farsi condizionare, a produrre un "pensiero proprio" in risposta al rischio del "pensiero unico", oggi questo

non è più sufficiente perché rappresenta solo la metà dell'opera. Non basta più educare lo spettatore, occorre anche educare il produttore che ogni spettatore è diventato grazie allo smartphone che si porta in tasca. Questo significa che insieme al pensiero critico occorre sviluppare anche la responsabilità".¹⁸



¹⁸ Fonte: <https://www.cremi.it/razzismi-2-0-analisi-socio-educativa-dellodio-online-un-libro-di-stefano-pasta/#Ip5Y06rLbrfQudgD.99>



Lined writing area on the left page.

Lined writing area on the right page.



newdirection.online



[@europeanreform](https://twitter.com/europeanreform)



[@europeanreform](https://www.instagram.com/europeanreform)